

CRM คืออะไร ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่คนทำธุรกิจต้องรู้จัก!

นำเสนอเมื่อ : 9 ก.ค. 2567

CRM คือการบริหารลูกค้าสัมพันธ์หรือ Customer Relationship Management
กลยุทธ์ที่จะช่วยจัดการความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับลูกค้าให้ออกมาดีในระยะยาว

CRM คืออะไร?

ทำความรู้จักกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ



สร้างธุรกิจให้ติดตลาด เปลี่ยนลูกค้าขาจรให้กลายเป็นลูกค้าประจำด้วยระบบ CRM
กระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่เหล่าธุรกิจชั้นนำต่างใช้! ใครที่มีปัญหาลูกค้าผิดแบ็กไม่ดี ลูกค้าเก่าไม่กลับมาซื้อ
หรือบริหารจัดการข้อมูลลูกค้ายาก เราจะพาคุณมาทำความรู้จักว่า CRM คืออะไร ดียังไง และใครที่เหมาะสมจะใช้
CRM มาดูไปพร้อม ๆ กัน

CRM ระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ



CRM คือการบริหารลูกค้าสัมพันธ์หรือ Customer Relationship Management กลยุทธ์ที่จะช่วยจัดการความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับลูกค้าให้ออกมาดีในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบบัตรสมาชิก (Membership) การแบ่งกลุ่มลูกค้า (Segmentation) ระบบส่งข้อความเพื่อแจ้งสิทธิพิเศษ (Personalize Messaging) เป็นต้น

ปัจจุบันการบริหารธุรกิจด้วยระบบ CRM โดยใช้ซอฟต์แวร์นั้นเป็นที่นิยม และใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน สาเหตุมาจากเทคโนโลยีนั้นจะช่วยลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นเมื่อจำเป็นต้องจัดเก็บข้อมูลจำนวนมาก รวมถึงช่วยลดจำนวนบุคลากรเพื่อประหยัดทรัพยากรบุคคลไว้ใช้สำหรับงานหนารานเป็นหลัก เพื่อให้การบริการหนารานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในขณะที่งานด้าน CRM ถูกขับเคลื่อนด้วยซอฟต์แวร์ ทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ธุรกิจของคุณเติบโตขึ้น สร้างความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ และสร้างฐานลูกค้าประจำได้

การทำ CRM เป็นประโยชน์กับธุรกิจอย่างไร?

การสร้างมาตรฐานที่ดีให้กับระบบ CRM คือกลยุทธ์ในการทำธุรกิจที่ส่งผลดีกับแบรนด์โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อนำมาวิเคราะห์เชิงการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อนำข้อมูลมาต่อยอดสำหรับสร้างยอดขาย

ตลอดจนการทำโปรโมชั่นไปจนถึงการพูดคุยเพื่อบริหารความสัมพันธ์
ของลูกค้ากับแบรนด์ในระยะยาวนั่นเอง

- จัดระเบียบผู้บริโภค (Segmentation)

แน่นอนว่าหัวใจในการทำ CRM
คือการเข้าถึงชุดข้อมูลตั้งแต่ข้อมูลทั่วไปจนถึงข้อมูลเชิงลึก
เมื่อแบรนด์สามารถแยกประเภทของผู้บริโภคจากประวัติการซื้อ
พฤติกรรมการซื้อและหลังการซื้อ
ทั้งหมดนี้จะช่วยให้แบรนด์สามารถบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่าง
รวดเร็ว แม่นยำ และมีประสิทธิภาพ

- เพิ่มยอดขาย

การทำ CRM
นั้นเป็นกลยุทธ์การตลาดที่จะช่วยสร้างความพึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อสินค้า
และแบรนด์ให้เพิ่มมากขึ้นตั้งแต่แรกเห็นไปจนถึงในระยะยาว
วิธีการดังกล่าวสามารถใช้ได้ทั้งกับลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่
รวมถึงความประทับใจในระยะยาวยังช่วยเพิ่มโอกาสให้ลูกค้ากลับมา
ซื้อซ้ำอีกด้วย

- ปรับปรุงสินค้าหรือบริการตามฟีดแบ็ก

การสร้างระบบ CRM
ที่ดีจะช่วยให้คุณเข้าใจลูกค้าในหลากหลายมิติ และหลากหลายประเภท
ทั้งจากพฤติกรรมการซื้อ และการฟีดแบ็กที่ได้รับ
อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเป็นในแง่ดีหรือไม่ดี
ทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นข้อมูลที่คุณสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาและ
ปรับปรุงสินค้าได้ทั้งหมด

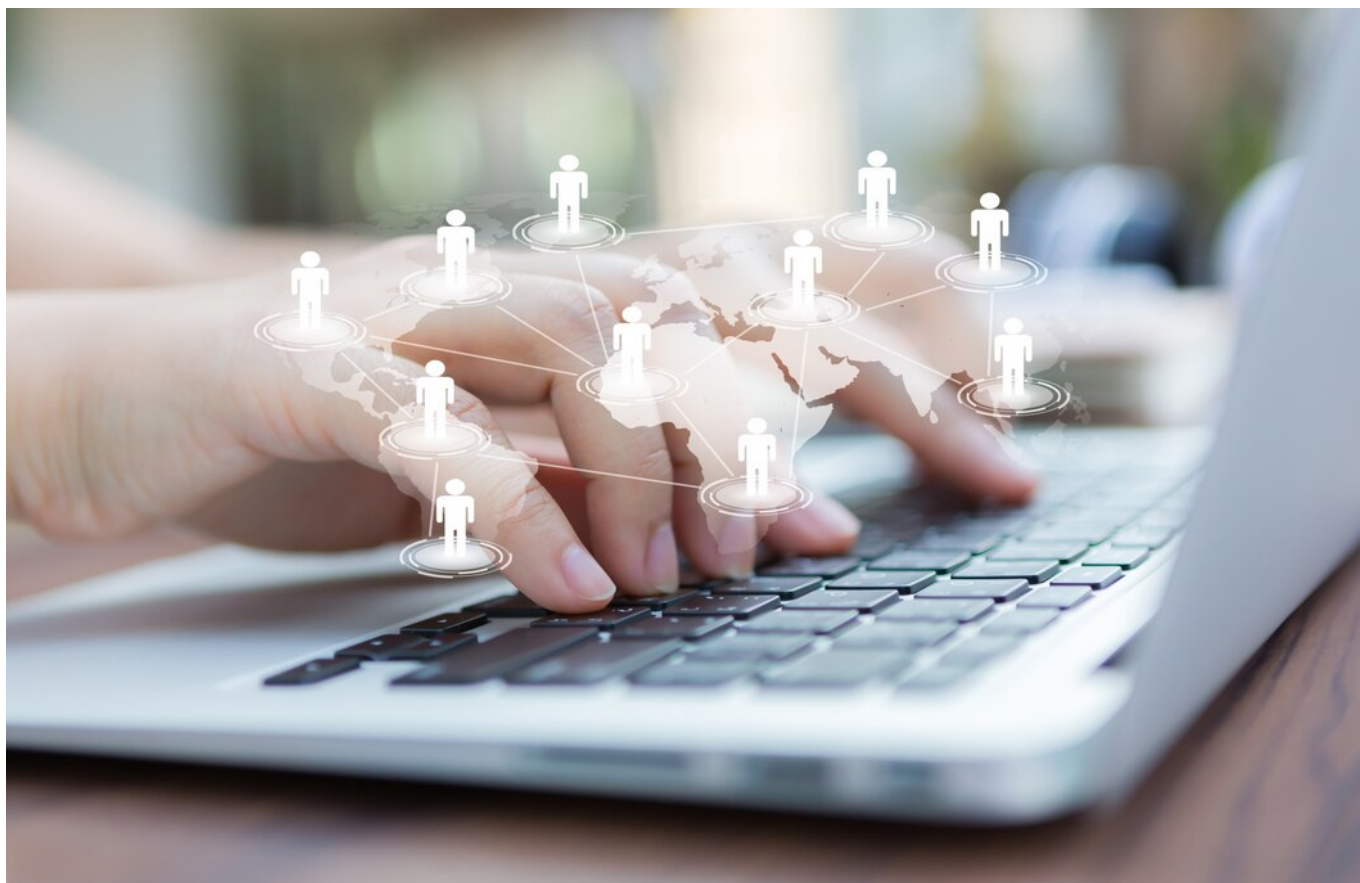
- ลดต้นทุนธุรกิจ

การทำ CRM นั้นช่วยลดต้นทุน (Cost) ได้ในระยะยาวจากหลากหลายส่วน ยกตัวอย่างเช่น ด้านทรัพยากรบุคคล เพราะการใช้ซอฟต์แวร์ CRM นั้นใช้ทีมงานในการดูแลน้อยกว่ารูปแบบเก่าแน่นอน นอกจากนี้ผลลัพธ์จากการทำ CRM อย่างการแบ่งกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนยังช่วยในเรื่องของการทำการตลาดอย่างการยิงแอด ที่จะช่วยให้คุณไม่ต้องเสียเงินไปกับการยิงแอดกลุ่มบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายนั่นเอง

การทำ CRM เป็นประโยชน์กับลูกค้าอย่างไร?

ระบบ CRM ไม่ได้มีประโยชน์เพียงแค่งกับฝั่งของคนทำธุรกิจเท่านั้น แต่ในมุมมองของผู้บริโภคเองก็ได้รับประโยชน์จากระบบ CRM ด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการสมัครสมาชิกเพื่อรับแต้มสะสมในการรับส่วนลดต่าง ๆ การได้รับความแข็งแรงเหนือสิทธิประโยชน์หรือโปรโมชั่น ไปจนถึงการมีช่องทางให้ติดต่อเพื่อ-feedback การบริการที่ได้รับ เป็นต้น

ธุรกิจแบบไหนที่เหมาะสมจะทำ CRM



การทำ CRM คือหนึ่งในกลยุทธ์การตลาดที่เรียกกันว่า CRM Marketing สามารถปรับใช้ได้หลากหลายธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็ธุรกิจแบบ B2B หรือ B2C ล้วนแล้วแต่สามารถใช้ประโยชน์จากการทำ CRM ได้เหมือน ๆ กัน หากคุณมีปัญหาเหล่านี้

- ธุรกิจขาดระบบฐานลูกค้า ไม่มีลูกค้าประจำ
- ไม่มีการบริหารจัดการเก็บฐานลูกค้าที่ดี
- ลูกค้าไม่ซื้อซ้ำ
- ไม่สามารถนำข้อมูลที่มีไปต่อยอดได้
- ลูกค้ามีฟีดแบ็กที่ไม่ดีจากการส่งข้อความที่ไม่ตรงกับความต้องการของตัวเอง

หากพบว่าธุรกิจที่คุณทำอยู่กำลังประสบกับปัญหาเหล่านี้ การทำ CRM คือคำตอบที่จะช่วยสร้างฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ สร้างลูกค้าประจำ และความสัมพันธ์ที่ดีของลูกค้ากับแบรนด์ได้เป็นอย่างดีแน่นอน

ข้อควรระวังในการทำ CRM

แม้จะข้อดีมากมาย แต่การทำ CRM ก็ยังคงมีข้อควรระวังที่คนทำธุรกิจไม่ควรมองข้าม เนื่องจากการทำ CRM มีความเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า เพราะฉะนั้นการขอความยินยอม (Consent) การปกปิดข้อมูลเป็นความลับ (Privacy) รวมไปถึงการป้องกันผู้ไม่หวังดีนำข้อมูลลูกค้าไปใช้ผิดจุดประสงค์จึงเป็นข้อควรระวังที่ต้องให้ความสำคัญด้วยเช่นกัน

สร้าง Brand Royalty ให้กับธุรกิจอย่างยั่งยืนด้วยระบบ CRM

ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดสำคัญที่จะบอกได้ว่าธุรกิจของคุณจะรุ่งหรือจะร่วง เพราะฉะนั้นการทำ CRM คือหนึ่งในกระบวนการสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าชาจรกลายเป็นลูกค้าประจำ ไปพร้อม ๆ กับการวิเคราะห์ฐานข้อมูลที่มีเพื่อสร้างกลไกที่จะทำให้ลูกค้าทุกคนมี Brand Royalty ที่ส่งผลดีกับแบรนด์ในระยะยาว

เพื่อให้การทำ CRM ง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพ การเลือกใช้ซอฟต์แวร์ CRM หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยบริหารข้อมูลลูกค้าจะช่วยลดความผิดพลาด ลดการใช้ทรัพยากรบุคคล เพิ่มคุณภาพของการทำงานให้ดีกว่าเดิม นับว่าเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่ดีต่อธุรกิจของคนรุ่นใหม่ในระยะยาว