

解決業務主管非常時期最煩惱的業績及團隊管理問題

# 超前佈署 Vital CRM!

撰文 | 觀揚資訊 雲端及巨資事業群 副處長 賴俊仁

2020年在新冠病毒疫情中展開，除個人衛生安全外，企業主管們也一定為了應變忙得焦頭爛額，一方面要能夠讓疫情影響企業運作的風險降到最小，還要想辦法鞏固客戶訂單穩住業績，這都讓業務團隊的經營面臨極大挑戰，業務主管們都在問，有沒有什麼辦法能夠讓業務人員不用進辦公室，也能夠有效的鎖定重要客戶，在危機中創造業績成長。

筆者剛踏入社會就從事軟體銷售工作至今超過15年，目前自己還在第一線做客戶拜訪與管理業務人員，曾與許多管理業務的老闆或主管們聊過業務團隊管理的諸多挑戰，例如：

1. 業務出門像丟掉，回來像撿到。
2. 訂單拿回來，老闆好為難。
3. 業務離職後，客戶跟著走。

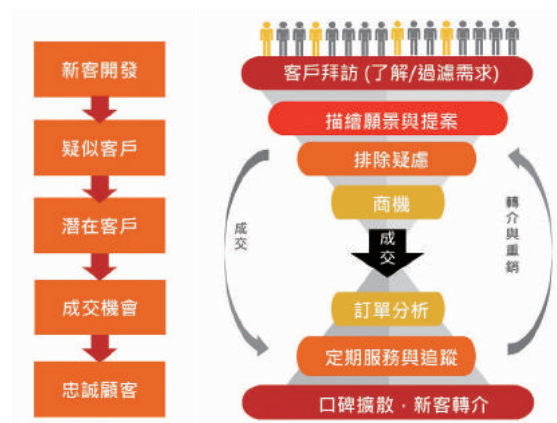
也聽過許多精實的業務主管為了確保業務人員是否有認真跑業務，要業務一早進公司開早會，下班前要進公司打報告，這都是好的管理方法，但在疫情緊張之際，企業要想辦法讓員工不進辦公室也能維持生產力，所以進公司開

會才能掌握客戶與訂單狀況的管理方法已顯得過時，此時導入 Vital CRM 顧客關係管理系統來建立上下一致的高效銷售流程，正是讓危機變轉機的好機會。

## 有熱心關懷客戶的業務同仁 才有源源不絕的客戶訂單

業務人員的天職是取得客戶訂單，而客戶只會將訂單機會給予熱心的關懷與服務的業務人員；金氏世界紀錄譽為最偉大的銷售員喬·吉拉德說過：「如果你想把東西賣給某人，你就應該盡自己的力量去收集他與你生意有關的情

### 銷售正向循環



## 客情、商機掌握無窮



### 資訊同步

不論何時、何地，拜訪完客戶後，會議記錄、重要事項透過 App 能快速即時新增完畢，完成回報作業。

### 掌握查詢

客戶資料不在透過翻閱名片、手抄紙條，手機掌握在手，客資資訊無窮，不論商機、拜訪紀錄迅速一覽無遺。

報」。CRM 系統的導入正是要協助業務同仁完整的了解客戶，提供客戶綿密的關懷與服務，並能適時調動公司資源提供客戶專業協助，所以主管會要求業務人員在手機 App 中用名片掃描建立「客戶基本資料」，並運用「記事」記錄每次的接觸拜訪，將客戶的痛點需求、期望時程、決策模式與競爭對手現況等資訊記錄下來，分享給業務主管或技術人員，以便提供客戶良好服務，擬定贏的策略。

## 工作提醒助您

### 給予客戶的承諾必然實現

業務同仁每天接觸與服務的客戶要夠多業績才會好，但也讓超級業務好像千手觀音般的服務客戶，但瞎忙絕對轉不出好業績，有策略的業務人員會在 CRM 系統上面為不同階段的客戶設定「待辦工作」與到期提醒，例如中長期的潛在客戶可以設定工作提醒自己定期跟客戶連絡關心近況，近期正如火如荼洽談中的客戶要設定工作提醒自己接下來要給客戶的提案資料，這看似簡單的動作是業務人員實現客戶承諾的最佳利器，而當所有的工作歷程都留存在 CRM 系統上，才能確保了未來這個客戶能夠得到公司完整的服

務，不受業務人員的異動而有所改變。

## 商機品質與多寡 決定了業績的高低

當辛勤的工作產生了銷售機會，業務人員可在 CRM 系統中建立「商機」，預估客戶採購的金額與下單日，最重要的指標是成交可能性，英文動詞中將商機經營表達的傳神，商機是“cook”來的，有的商機要小火慢燉，有的商機卻要大火快炒，端看不同的客戶與競爭對手狀況而定，但不管怎麼煮，目標都是要讓業務人員透過不斷的商機審視與主管一同擬定策略，最終贏得客戶訂單。而以上的動作，都是可以讓業務人員不用進辦公室，運用 App 就能完成的動作。

## 業務主管的望、聞、問、切

如果業務人員是賽場上的運動員，那業務主管就是教練，指導運動員與整個團隊贏得每場比賽，而 CRM 系統就是教練了解運動員在賽場上的狀況的儀表板，業務主管要能夠即時的指導業務人員，該天天利用望、聞、問、切的方法，讓 CRM 系統成為業務人員的隨身教練。E

更多精彩內容  
詳見

