



نرم افزار مدیریت ارتباط با مشتری آراد

ویرایش دفاتر بیمه

هزینه‌های سنگین بازاریاب، هزینه‌های دفتر و محل استقرار و سایر هزینه‌های جانبی، مواردی است که هر دفتر بیمه برای جذب یک مشتری با آن روبرو است. بنابراین:

❏ فروش بیمه‌نامه‌های بیشتر به هر مشتری

❏ حفظ و نگهداری مشتریان فعلی

❏ تسهیل در جذب مشتریان جدید و ارائه خدمات مناسب به مشتریان

به معنای کاهش هزینه‌های بازاریابی و در نتیجه افزایش سوددهی است.

سامانه مدیریت ارتباط با مشتری آراد، همکار مدیران دفاتر بیمه در این مسیر است.



کسب رضایت مشتریان، جایگاهی مهم و حیاتی را در فعالیتهای بازاریابی دفاتر بیمه به خود اختصاص داده است. مدیران این دفاتر به خوبی آگاهند که جذب مشتریان بیمه در بازارهای جدید بسیار دشوار است و بنابراین یکی از راه‌های حفظ سودآوری، نگهداشت مشتریان فعلی است. از همین رو امکانات و ابزارهایی که بتوانند مشتریان فعلی را به سازمان جذب کند و در نگهداشت آنها تاثیر داشته باشد، تاثیر قابل توجهی در افزایش سودآوری دارد.

سامانه مدیریت ارتباط با مشتریان آراد - ویژه دفاتر بیمه - ابزاری است که برای این منظور طراحی شده است. سامانه آراد شرکت‌ها و دفاتر بیمه را در نگهداشت مشتریان فعلی و همچنین جذب مشتریان جدید توانمندتر می‌سازد.

امکانات سامانه آراد برای دفاتر بیمه

سامانه مدیریت ارتباط با مشتریان آراد امکانات زیر را برای دفاتر بیمه فراهم می‌کند:

❏ ارزیابی و بهبود عملیات نظیر بازاریابی، فروش و خدمات از طریق اتوماسیون فرایندهای کاری

❏ ارزیابی و بهبود متدهای تحلیل رفتار مشتری و بکارگیری استراتژی‌های هوشمندی کسب و کار

❏ برقراری ارتباط با مشتریان از طریق کانال‌های ارتباطی متعدد

❏ برقراری ارتباط مناسب و موثر بین کارکنان و دست‌اندرکاران بخش بیمه برای بالابردن کیفیت سرویس دهی و

پیگیری خواسته‌های مشتری

❏ ارزیابی و بهبود فرایندهای گردش کاری و تخصیص وظایف

❏ و ...

مزایای سامانه آراد برای دفاتر بیمه

مزایایی که مدیریت روابط مشتری برای شرکتهای بیمه دارد را می توان به دو گروه مزایای سخت افزاری، که شامل افزایش درآمد و کاهش هزینه هاست و مزایای نرم افزاری که افزایش رضایتمندی مشتری است، تقسیم کرد.

📈 افزایش درآمد

شرکتهای بیمه از طریق افزایش حجم فروش میتواند درآمدشان را افزایش دهند. روشهای افزایش حجم فروش که به کمک CRM صورت میگیرد عبارتند از:

- 📌 کسب مشتریان جدید
- 📌 تشویق مشتریان کنونی به خرید انواع دیگر بیمه ها
- 📌 تشویق مشتریان به تمدید قراردادهای بیمه خود
- 📌 توسعه کانالهای فروش

📉 کاهش هزینه

کاهش هزینه در بخشهای گوناگون از جمله خدمات، بازاریابی و فروش روی میدهد.

در بخش خدمات:

- 📌 کاهش زمان پاسخگویی
- 📌 بهبود هماهنگی میان بازاریاب های مختلف
- 📌 افزایش کارایی هزینه های تبلیغاتی از طریق استفاده از کانالهای جدید مثل E-Mail

در بخش بازاریابی:

- 📌 درک بهتر از مشتری و بازار شرکتهای بیمه
- 📌 تقسیم بندی مناسب بازار، قیمت واگذاری و جایگاه یابی مناسب محصول
- 📌 بهبود هدف گذاری
- 📌 شناخت بیمه نامه هایی که بیشتر مورد نیاز است

در بخش فروش:

- 📌 مرور آسان اطلاعات مشتری قبل از ایجاد ارتباط با او جهت فروش بیمه یا تمدید بیمه نامه
- 📌 استفاده از کانالهای فروش ارزان
- 📌 پیشنهادهای فروش اتوماتیک

