



فالنیک (ایران اچ پی)
Falnic.com

هر آنچه لازم است درباره RFP CRM بدانید





هر آنچه لازم است درباره RFP CRM بدانید

فهرست

۴	RFP چیست؟
۴	فرق RFP و RFQ چیست؟
۵	RFP چه مزایا و معایبی دارد و چرا باید RFP بنویسیم؟
۶	مراحل تولید یک RFP موفق برای CRM چیست؟
۱۱	۴ اشتباهات رایج شرکتها در نوشتن RFP
۱۱	سوالات متداول شرکتها درباره RFP برای CRM

تهیه کننده : تحریریه محتوای فالنیک



هر آنچه لازم است درباره RFP CRM بدانید!

زمانی که سازمانی بخواهد پروژه جدیدی را شروع کند، زیرساخت‌های فناوری خود را تغییر دهد یا حتی خریدی عمده داشته باشد، از درخواست پیشنهاد برای نیازمندی‌ها یا RFP استفاده می‌کند. RFP برای فروشنده یا پیمانکار ارسال می‌شود تا بر اساس نیاز مشتری راه حل مورد نیاز ارائه یا محصول آماده سازی و فروخته شود. یکی از مهم‌ترین استفاده‌های RFP در شرکت‌های متوسط و بزرگ، در زمان خرید **نرم افزار CRM** است. با توجه به قیمت و اهمیت بالای این محصول، تهیه RFP درست و جامع بسیار اهمیت دارد.

در نتیجه تصمیم گرفتیم در این کاتالوگ فالنیک تمام نکات مهم پیرامون تهیه یک RFP استاندارد را به شما آموزش دهیم تا بتوانید در زمان لازم بهترین RFP را برای شرکت خود تهیه و برای پیمانکار ارسال کنید. تهیه یک RFP درست می‌تواند از بروز اختلافات و پرداخت هزینه‌های گزاف به پیمانکار جلوگیری کند.

RFP چیست؟

RFP یک سند تجاری است که جزئیات کار و مشخصات پروژه را برای پیمانکاران یا فروشندگان مختلف توصیف می‌کند. پس از ارسال RFP برای پیمانکاران مختلف، شرکت‌ها پیشنهادات خود را برای سازمان درخواست کننده ارسال می‌کنند. سپس در سازمان، مسئول بررسی و صحت سنجی اطلاعات پروژه مشخص می‌شود؛ پس از بررسی نکات اعلامی در RFP، نقاط قوت و ضعف شرکت ارسال کننده و نیازهای آن شرکت مشخص شده و برنامه ریزی جهت قیمت گذاری و زمان تحویل پروژه انجام می‌شود.

RFP مخفف کلمه Request For Proposal به معنای درخواست پیشنهاد برای نیازمندی‌ها یا درخواست تجاری است. این سند در مناقصات، خریدهای عمده شرکت‌های دولتی و شرکت‌های متقاضی CRM بسیار کاربرد دارد. به کمک RFP اطلاعات دقیقی در مورد کسب و کار شرکت خریدار نرم افزار و تمامی نیازها و الزامات به شرکت فروشنده اعلام می‌شود تا بر اساس آنها راهکاری مناسب به مشتری ارائه شود.



فرق RFP و RFQ چیست؟

RFQ مخفف Request For Quote یا درخواست قیمت است؛ اما RFP درخواست پیشنهاد است. زمانی که شما بدانید دقیقا چه محصولی را نیاز دارید، برای مقایسه قیمت‌ها و انتخاب فروشنده از RFQ استفاده می‌کنید؛ اما RFP برای مرحله قبل از خرید است. مشتری زمانی که RFP را ارسال می‌کند در حال بررسی محصولات مختلف و میزان پاسخدهی آنها به نیازها و راهکارهای ارائه داده شده در آنهاست. در واقع در این مرحله شرکت باید فاکتورهای زیادی را علاوه بر قیمت ارزیابی کند.

RFP چه مزایا و معایبی دارد و چرا باید RFP بنویسیم؟

از نظر شرکت‌های مختلف RFP مزایا و معایب مختلفی دارند که در ادامه با آنها آشنا می‌شویم:

مزایای RFP:

- چنانچه RFP درستی تهیه شود، می‌توانید آن را برای چندین شرکت بفرستید تا پیشنهادهای مختلفی را بر اساس نیاز خود دریافت و بهترین گزینه را انتخاب کنید.
- فرآیندها و روال‌های مختلف شرکت در واحدهای تجاری به طور کامل مشخص شده و در صورت نیاز، امکان اصلاح آنها وجود دارد.
- با مشخص شدن دقیق نیازها و الزامات شرکت، پیمانکاران می‌توانند راهکارها و ماژول‌های مختلفی را برای پاسخگویی به نیازها به شما ارائه دهند.
- امکان قیمت گذاری و زمان تحویل پروژه‌ها به طور دقیق توسط پیمانکار امکان پذیر است و این موضوع از بروز اختلافات بعدی جلوگیری می‌کند.



هر آنچه لازم است درباره RFP CRM بدانید!

معایب RFP:

بزرگترین و مهم‌ترین عیب RFP نیاز داشتن به نیروهای متخصص و آشنا به روال‌های سازمان و زمان لازم برای تکمیل یک RFP استاندارد است. اما نگران نباشید ما در ادامه تمامی نکاتی که باید در ارتباط با تولید یک RFP استاندارد بدانید را به شما آموزش می‌دهیم. در این صورت پرسنل مختلف شما در هر واحد تجاری که باشند، می‌توانند قسمت‌های مرتبط با خود را در RFP تکمیل کنند. همچنین می‌توانید یک نفر را مسئول این پروژه قرار دهید تا با برگزاری جلسه با مدیران سازمان، این فرم را تهیه و در صورت نیاز سال‌های بعد آن را ویرایش کند.

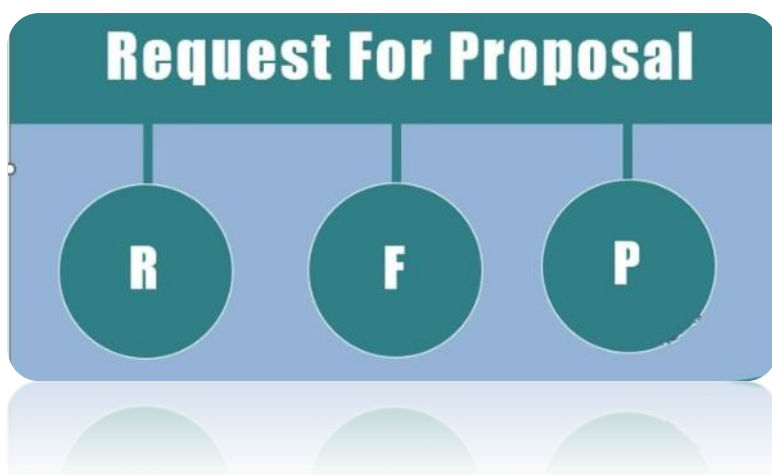
مراحل تولید یک RFP موفق برای CRM چیست؟

تهیه RFP یکی از مهم‌ترین بخش‌های برای خرید موفق یک [نرم افزار crm](#) است که در ادامه با مراحل مختلف تهیه آن آشنا می‌شویم.

مرحله اول: اطلاعات پایه شرکت

در اولین مرحله تهیه RFP برای crm باید اطلاعات اولیه شرکت مانند نام شرکت، تعداد کارکنان، زمینه فعالیت، اطلاعات تماس، سایت و ... ذکر شود. این مرحله بیشتر جنبه آشنایی کارشنا سان با شرکت شما را دارد و راه‌های ارتباطی مشتریان با شرکت شما را مشخص می‌کند.

مرحله دوم: مشخص کردن اهداف شرکت از خرید crm



در این مرحله شما باید بدانید به چه دلیل می‌خواهید crm را در شرکت‌تان راه اندازی کنید. آیا استراتژی مناسبی برای پیاده سازی crm دارید؟ آیا زیرساخت‌های لازم برای crm را دارید؟ این اهداف می‌تواند برای شما منحصربفرد باشد یا از بین گزینه‌های زیر انتخاب شود.

مدیریت کمپین‌های تبلیغاتی	افزایش نرخ تبدیل مشتریان
نظارت بر عملکرد پرسنل مختلف سازمان	مدیریت کردن اطلاعات مشتریان در یک سیستم یکپارچه
مدیریت اسناد و اطلاعات پرسنل	ارائه خدمات بهتر به مشتریان و افزایش وفاداری آنها
گزارش گیری‌های پیشرفته	کاهش زمان پاسخگویی به مشتریان

Crm ماکروسافت یکی از بهترین crm های موجود در جهان است؛ به شرطی که RFP استاندارد را تهیه و به شرکت تحویل دهید، این نرم افزار می‌تواند تمامی نیازهای شما را پاسخ بدهد.



مرحله سوم: اعلام نرم افزار و سخت افزارهای مورد استفاده

در این مرحله باید تمام نرم افزارها و سخت افزارهایی که پرسنل در واحد مختلف از آن استفاده می کنند به همراه تعداد کاربران آن ها گردآوری و ثبت کنید. این موارد شامل تمامی نرم افزارهای مالی، بازاریابی، فروش، انبارداری، خدمات، باشگاه مشتریان و ... می شود. همچنین در صورتی که سازمان شما از سخت افزارهای به خصوص مانند voip، فکس، سانترال، سرور و ... استفاده می کند باید مدل و مشخصات آنها را اعلام کنید.

یکی از مزایای نرم افزار ماکروسافت crm نسبت به سایر crm ها این است که می تواند به نرم افزارهایی که Api استاندارد دارند، متصل شده و اطلاعات مشتریان را به crm منتقل کند. به این جهت می توانید در زمان تولید RFP تمامی نرم افزارهای مورد تایید خود را اعلام کنید تا کارشناسان ما امکان سنجی آن را بررسی کنند.

مرحله چهارم: اعلام لیست فرمها

یکی از بهترین قابلیت های CRM ماکروسافت، امکان ایجاد فرم های مختلف با توجه به نیاز شرکت شماست؛ در نتیجه باید لیست فرم هایی که در شرکت از آنها استفاده می کنید را وارد و یک نمونه تکمیل شده آن را همراه با RFP برای شرکت ارسال کنید. در این صورت کارشناسان می توانند تمامی فرم های مورد استفاده شما را به صورت سیستمی در آورند.

پس از آن می توانید به صورت سیستمی تمامی فرمها را تکمیل و اطلاعات را در سیستم خود، ذخیره سازی کنید. این کار مزایای مختلفی را برای شما به دنبال دارد که از جمله آن می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- به صرفه جویی در مصرف کاغذ و زمان
- عدم نیاز به زونکن و محل مخصوص برای بایگانی اطلاعات
- دسترسی همه افراد سازمان به اطلاعات
- امکان تغییر سریع و آسان اطلاعات چند شده در چند دقیقه
- امکان گزارش گیری از اطلاعات ثبت شده
- و ...



هر آنچه لازم است درباره RFP CRM بدانید!

با کمک این قابلیت، می‌توانید فرم سازی برای فرآیندهای مختلف در سازمان خود را بدون نیاز به دانش برنامه نویسی، پیاده سازی کنید. همچنین در صورت تمایل می‌توانید برای این فرم‌ها میزان دسترسی را تعیین کنید تا همه پرسنل به فرم‌های خاص و محرمانه شما دسترسی نداشته باشند.

از جمله فرم‌های مورد نیاز شرکت‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

فرم اطلاعات محصولات شرکت	فرم اطلاعات سرخ؛ مشتری و شرکت‌های همکار
فرم ثبت شکایت مشتریان	فرم نظرسنجی مشتریان
فرم استخدامی برای متقاضیان جدید	فرم اطلاعات پرسنلی
فرم پیش فاکتور و فاکتور مشتری	فرم قراردادهای شرکت

برخی از این فرم‌ها جنبه عمومی دارند و می‌توانند همه پرسنل به آنها دسترسی داشته باشند. اما برخی از فرم‌ها که جنبه محرمانه دارند باید فقط برای پرسنل خاص یا مدیران سازمان قابل دسترسی باشند.

برای طراحی فرم‌های مختلف باید فرآیندهای سازمان‌تان را به خوبی بدانید. برای دسترسی راحت‌تر به این موضوع باید فرآیندهای مختلف سازمان‌تان را به کمک فلوچارت‌ها ایجاد کنید تا شرکت پیمانکار بتواند به درستی پروژه را برای شما شخصی سازی و پیاده سازی کند.

مرحله پنجم: اعلام لیست گزارش‌های مشتری

یکی دیگر از بهترین قابلیت‌های نرم افزار CRM امکان گزارش گیری از اطلاعات مختلف موجود در دیتابیس شما است. به کمک این قابلیت شما می‌توانید سی آر ام خود را به انواع نرم افزارهای هوش تجاری متصل کنید. همچنین با توجه به نوع داده‌ها امکان گرفتن گزارش‌های مختلف کمی و کیفی یا تحلیل داده‌ها را دارید.

در این مرحله بهتر است شاخصه‌ها و گزارش‌هایی که به صورت روزانه، هفتگی، ماهانه یا سالانه لازم دارید را به شرکت اعلام کرده و چند مدل از این گزارش‌ها را به همراه RFP ارسال کنید. در این صورت امکان داشبورد سازی برای گزارش گیری ساده‌تر شما در نرم افزار فراهم می‌شود.



هر آنچه لازم است درباره RFP CRM بدانید

مرحله ششم: لیست نیازمندی‌ها و مشکلات سازمان

در مرحله ششم مشکلاتی که در حال حاضر در سازمان شما وجود دارد یا تصور می‌کنید بعد از پیاده سازی CRM ممکن است برای شرکت شما به وجود آید را ثبت کنید. این مشکلات برای سازمان‌های مختلف می‌تواند متفاوت باشد اما رایج‌ترین آنها عبارتند از:

- ۱) سابقه، تاریخچه، رفتار و علائق مشتری دائم از بین می‌رود.
- ۲) با خروج پرسنل بخشی از اطلاعات از بین می‌رود.
- ۳) امکان نظارت بر کار پرسنل و پیاده سازی KPI سازمانی وجود ندارد.
- ۴) اطلاعات سازمان در چند نرم افزار مالی، بازاریابی، انبارداری و ... وجود دارد و یکپارچه نیست.
- ۵) گزارش گیری فرآیند بسیار طولانی است و نیمی از زمان شما را می‌گیرد.
- ۶) امکان دستیابی به اطلاعات سازمان برای پرسنل دورکار شما وجود دارد.

پس از اعلام مشکلات و محدودیت‌های سازمان می‌توانید از بین ماژول‌هایی که برای CRM ماکروسافت وجود دارد، مواردی که درخواست دارید را ثبت کنید. در این صورت علاوه بر قابلیت‌های پایه نرم افزار، ویژگی‌های جدیدی به CRM افزوده می‌شود که کارایی آن را بسیار بیشتر می‌کند.

از جمله این قابلیت‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

ماژول ارتباط با ایمیل	ماژول ارتباط با تلفن	ماژول مدیریت قراردادها	ماژول ارتباط با WhatsApp
ماژول ارتباط با ایمیل MailerLite	شمارنده خودکار تماس	ماژول دریافت و پرداخت	ماژول ارتباط با Skype
ماژول ارتباط با پیامک	فارسی ساز و تقویم شمسی	ماژول تیکتینگ	ماژول ارتباط با Telegram
ماژول ارتباط با نامبر	پیاده سازی انواع پورتال	ماژول منابع انسانی	ارتباط با سایت‌های WooCommerce
ماژول ارتباط API با CRM	ماژول لجستیک	ماژول مدیریت شکایات و نظرسنجی	ارتباط با سایت‌های WordPress
ماژول مالی	ماژول انبار	ماژول اطلاع رسانی برای فعالیت‌ها	ماژول مدیریت فعالیت‌ها
باشگاه مشتریان	ماژول آموزشگاه	ماژول املاک	



تمامی این ماژول ها امکان فعال سازی روی ماکروسافت داینامیک CRM را دارند؛ در نتیجه می‌توانید با افزودن آنها بسیاری از اطلاعات مختلف را در سی آر ام یکپارچه کنید.

مرحله هفتم: چارت سازمانی

در این قسمت باید چارت سازمانی، شرکت خود را ترسیم کرده و تعداد مدیران، سرپرستان و پرسنل هر واحد را مشخص کنید. این موضوع در فرآیند گردش کار نویسی بسیار ارزشمند و کاربردی خواهد بود.

مرحله هشتم: مشخص کردن نحوه استقرار

در این قسمت باید مشخص کنید که با توجه به شرایط کسب و کارتان تمایل دارید از CRM ابری استفاده کنید یا نسخه لوکال CRM. سی آر ام‌های نصبی یا لوکال برای شرکت‌هایی که دارای سرور و زیرساخت مناسب و کارشناسان IT هستند، مناسب است. اما برای شرکت‌هایی که این قابلیت را ندارد اغلب CRM ابری پیشنهاد می‌شود.

مرحله نهم: زمان تحویل و بودجه مدنظر

در این مرحله باید زمان تحویل موردتایید خود و بودجه‌ای که بابت خرید سی آر ام مدنظر دارید را اعلام کنید. کارشناسان این موارد را بررسی کرده و با توجه به آیتم‌های RFP شما، قیمت و زمان تحویل را با شما هماهنگ می‌کنند.

۴ اشتباهات رایج شرکت‌ها در نوشتن RFP



در این قسمت تعدادی از اشتباهات رایج کسب و کارها در تهیه RFP گردآوری شده است تا با رعایت کردن آنها بتوانید RFP استاندارد را تهیه کنید.

- در قسمت پاسخ‌ها باید تمامی فرآیندها، نیازها، مشکلات و اطلاعات را به طور کلی و جزئی شرح دهید و از پاسخ دهی به سوالات به صورت تک کلمه‌ای «بله» و «خیر» بپرهیزید؛ زیرا اطلاعات جامع به کارشناسان منتقل نمی‌شود. در این صورت ممکن است بودجه و زمان تحویل پروژه تغییر کند.
- در زمان نگارش RFP باید اهداف و چشم اندازهای سازمان نوشته شود و فقط کارهایی که در حال حاضر قابل انجام است نوشته نشود؛ زیرا در اینصورت نمی‌توان CRM و ماژول‌های متناسب با اهداف سازمان را به شرکت معرفی کرد.
- RFP نباید بسیار طولانی باشد و اطلاعات بسیار جزئی آورده شود.
- ذکر نشدن دقیق نرم افزارها و سخت افزارهای فنی ممکن است باعث شود معرفی CRM و ماژول‌هایی شود که با زیر ساخت‌های موجود تطابق ندارد.



سوالات متداول شرکت‌ها درباره RFP برای CRM



فرق CRM RFI و RFP چیست؟

RFP به طور کلی مربوط به لیست نیازمندی است و می‌تواند در قسمت‌های خرید و فروش و مناقصات بزرگ و ... کاربرد داشته باشد. اما CRM RFP فقط مربوط به نرم افزار سی آر ام است و توسط شرکت خریدار تهیه و برای پیمانکار ارسال می‌شود. این درخواست می‌تواند برای شرکت‌های مختلف ارائه دهنده CRM ارسال شده تا بهترین شرکت برای خرید محصول انتخاب شود.

RFP در فروش چیست؟

RFP در فروش هنگامی مطرح می‌شود که یک کسب و کار به دنبال خرید محصول یا خدمات متناسب با نیازهای خود است. برای مثال یک شرکت قصد خرید نرم افزار CRM جدید برای سازمان یا خرید تعدادی سرور و تجهیزات شبکه را دارد. در این زمان با ارسال RFP پیشنهادهای مختلف به آن سازمان ارسال شده و از بین پیشنهادات بهترین گزینه انتخاب می‌شود.



نوشتن RFP چقدر زمان می‌برد؟

پاسخ به این سوال به تعداد فرآیندها، فرم‌ها، گزارش کارها، درخواست‌ها و نیازمندی‌های شرکت و همچنین میزان مستندسازی این اطلاعات در سازمان متفاوت خواهد بود. چنانچه این موارد از قبل گردآوری شده باشد در عرض چند ساعت می‌توانید یک RFP کامل تهیه کنید؛ اما در غیر اینصورت ممکن است این فرآیند چند روز زمان ببرد.

آیا برای خرید CRM باید حتماً RFP برای شرکت ارسال شود؟

بله، با ارسال RFP پیمانکار می‌تواند با توجه به نیاز شما CRM مناسب و بسته‌های مختلف ماژول‌ها را به شما پیشنهاد داده و فرآیندها را پیاده‌سازی کند. همچنین RFP در تعیین زمان دقیق تحویل پروژه، مبلغ پرداختی شما، زمان پیاده‌سازی و عقد قرارداد و ... نیز تاثیرگذار است.

آیا می‌توان RFP سی آر ام را برای چند شرکت مختلف ارسال کرد؟

بله، می‌توانید RFP را برای شرکت‌های مختلف که در این زمینه خدمات ارائه می‌کنند ارسال کنید تا بعد از دریافت پیشنهادها، مناسب‌ترین گزینه را انتخاب کنید.



هر آنچه لازم است درباره RFP CRM بدانید!

در این مطلب سعی کردیم تمام نکاتی که درباره RFP و نحوه نگارش آن باید بدانید را به زبان ساده به شما آموزش دادیم. در صورتی که نیاز به مشاوره درباره خرید یا دریافت دمو [نرم افزار CRM](#) شرکت میکروسافت را دارید می‌توانید با شماره ۰۲۱۵۴۵۹۱۹۸۳ تماس بگیرید. کارشناسان ما از شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۸:۳۰ تا ۱۷:۳۰ پاسخگوی شما هستند تا مشاوره‌های رایگان را به شما ارائه دهند.



فالنیک (ایران اچ پی)

تجربه ای نیک، با ضمانت فالنیک

Falnic.com ۰۲۱-۸۳۶۳