



راهنمای ارزیابی ۰ نسخه ۱.۰

چک لیست آمادگی سازمان برای CRM و سیستم سازی

این چک لیست کمک می کند قبل از انتخاب نرم افزار یا شروع پروژه CRM، مشخص کنید سازمان شما از نظر فرآیند، داده، تیم، زیرساخت و مدیریت چقدر برای اجرای موفق CRM آماده است.

Kian Pardaz Hooshmand

شماره مدرک	نسخه	بخش ها	برای
KPH-CRM-CHK-1405	۱.۰	۱۵ حوزه ارزیابی	مدیران و تیم پروژه CRM



چگونه از این چک‌لیست استفاده کنید



پیش از انتخاب نرم‌افزار یا آغاز پروژه CRM، به هر مورد زیر با «بله» یا «خیر» پاسخ دهید. این چک‌لیست ۱۵ حوزه‌ی فرآیند، داده، تیم، فروش، خدمات، زیرساخت و بودجه را پوشش می‌دهد و در پایان، سطح آمادگی سازمان شما را روشن می‌کند.

اهداف و مسئله اصلی سازمان



☐ اهداف اصلی پروژه CRM به صورت شفاف مشخص شده‌اند.

☐ مشخص کرده‌ایم CRM قرار است چه مسئله‌ای را حل کند.

☐ شاخص‌های موفقیت پروژه مشخص شده‌اند.

☐ می‌دانیم اولویت اصلی ما فروش، بازاریابی، خدمات مشتری، سیستم‌سازی یا ترکیبی از آنهاست.

☐ مشخص کرده‌ایم چه مشکلاتی در وضعیت فعلی باید بعد از اجرای CRM کاهش پیدا کنند.

☐ مدیران سازمان درباره هدف اجرای CRM دیدگاه مشترک دارند.

☐ انتظارات غیرواقعی از CRM، مانند «حل همه مشکلات سازمان فقط با نصب نرم‌افزار»، شناسایی و اصلاح شده‌اند.



فرآیندهای سازمان

۲

☐ مراحل تبدیل سرخ به مشتری مشخص هستند.☐ فرآیند فروش فعلی مشخص و قابل توضیح است.☐ فرآیند خدمات و پشتیبانی مشتری مشخص است.☐ فرآیند پیگیری مشتریان مشخص است.☐ فرآیندهایی که هنوز با Excel، کاغذ، پیام‌رسان یا حافظه افراد مدیریت می‌شوند مشخص شده‌اند.☐ نقاط گلوگاه در فرآیندهای فعلی شناسایی شده‌اند.☐ فرآیندهایی که قابلیت اتوماسیون دارند مشخص شده‌اند.☐ فرآیندهای وابسته به افراد کلیدی شناسایی شده‌اند.☐ فرآیندهای بین واحدهای فروش، خدمات، مالی، انبار یا سایر بخش‌ها بررسی شده‌اند.☐ تأییدها، ارجاعات و گردش کارهای داخلی مشخص شده‌اند.



اطلاعات مشتریان و داده‌ها

۳

☐ فایل‌های Excel، نرم‌افزارهای قدیمی و بانک‌های اطلاعاتی مرتبط شناسایی شده‌اند.☐ محل فعلی نگهداری اطلاعات مشتریان مشخص است.☐ کیفیت اطلاعات فعلی بررسی شده است.☐ اطلاعات تکراری مشتریان مشخص شده‌اند.☐ مشخص است چه اطلاعاتی ارزش انتقال ندارند.☐ مشخص است چه اطلاعاتی باید به CRM منتقل شوند.☐ ساختار اطلاعات مشتریان حقیقی و حقوقی مشخص است.☐ مسئول پاک‌سازی اطلاعات قبل از انتقال مشخص شده است.☐ سیاست نگهداری و دسترسی به اطلاعات مشتریان مشخص شده است.☐ نحوه ثبت مخاطبان، شرکت‌ها، فرصت‌ها و ارتباطات مشخص شده است.



کاربران و ساختار سازمانی

۴

☐ واحدهایی که قرار است از CRM استفاده کنند مشخص شده‌اند.

☐ تعداد کاربران CRM مشخص است.

☐ سطح دسترسی هر گروه از کاربران مشخص شده است.

☐ نقش کاربران مشخص شده است.

☐ افراد کلیدی پروژه در هر واحد مشخص شده‌اند.

☐ مدیر CRM یا راهبر داخلی سیستم مشخص شده است.

☐ مشخص شده چه کسانی باید گزارش‌های مدیریتی دریافت کنند.

☐ مسئول تصمیم‌گیری نهایی پروژه مشخص است.

☐ مقاومت احتمالی کاربران در برابر تغییر بررسی شده است.

☐ برنامه‌ای برای آموزش کاربران وجود دارد.



فروش و مدیریت مشتری

۵

☐ وضعیت‌های مختلف فرصت فروش مشخص شده‌اند.☐ مراحل فروش سازمان مشخص هستند.☐ منبع ورود مشتریان قابل شناسایی است.☐ دلایل برد و باخت فروش ثبت می‌شوند.☐ امکان تعریف یادآوری و Follow-up مورد نیاز است.☐ فعالیت‌های کارشناسان فروش قابل ثبت و پیگیری هستند.☐ Pipeline فروش باید قابل مشاهده باشد.☐ گزارش عملکرد کارشناسان فروش مورد نیاز است.☐ ثبت سوابق کامل ارتباط با مشتری برای سازمان مهم است.☐ پیش‌بینی فروش برای مدیران اهمیت دارد.



خدمات مشتری و پشتیبانی

۶

☐ مسئول رسیدگی به هر درخواست مشخص است.☐ درخواست‌های مشتریان به صورت ساختاریافته ثبت می‌شوند یا نیاز به این قابلیت وجود دارد.☐ سوابق خدمات مشتری باید قابل مشاهده باشد.☐ SLA یا زمان پاسخ‌گویی مورد نیاز است.☐ دسته‌بندی درخواست‌ها و مشکلات مورد نیاز است.☐ ارجاع درخواست بین کارشناسان یا واحدها لازم است.☐ مشتری نیاز به پورتال خدمات یا ثبت درخواست آنلاین دارد.☐ گزارش زمان پاسخ‌گویی و کیفیت خدمات مورد نیاز است.☐ رضایت مشتری باید اندازه‌گیری شود.



مرکز تماس و ارتباطات

۷

☐ نیاز به اتصال CRM به VoIP وجود دارد.☐ سازمان دارای سیستم تلفنی یا مرکز تماس است.☐ تماس‌های ورودی و خروجی باید در CRM ثبت شوند.☐ نمایش اطلاعات مشتری هنگام تماس اهمیت دارد.☐ پیامک باید از طریق CRM ارسال شود.☐ گزارش تماس‌های کارشناسان مورد نیاز است.☐ ارتباط با WhatsApp یا سایر پیام‌رسان‌ها مورد نیاز است.☐ اتصال فرم‌های وبسایت به CRM مورد نیاز است.☐ سوابق کانال‌های مختلف ارتباط با مشتری باید یکپارچه شوند.



گزارش‌ها و داشبوردهای مدیریتی

۸

☐ KPIهای خدمات مشتری مشخص شده‌اند.☐ KPIهای اصلی فروش مشخص شده‌اند.☐ مدیران مشخص کرده‌اند چه اطلاعاتی را به صورت روزانه یا هفتگی نیاز دارند.☐ گزارش‌های مورد نیاز مدیریت مشخص شده‌اند.☐ گزارش عملکرد کاربران مورد نیاز است.☐ نیاز به داشبوردهای لحظه‌ای وجود دارد.☐ گزارش منابع ورود مشتری و کمپین‌ها مورد نیاز است.☐ گزارش Pipeline و Forecast فروش مورد نیاز است.☐ نیاز به اتصال CRM به Power BI یا سایر ابزارهای BI بررسی شده است.



یکپارچه‌سازی با سیستم‌های دیگر

۹

☐ نیاز به اتصال CRM به نرم‌افزار مالی بررسی شده است.☐ سیستم‌های فعلی سازمان فهرست شده‌اند.☐ نیاز به اتصال به وبسایت بررسی شده است.☐ نیاز به اتصال به انبار یا ERP بررسی شده است.☐ نیاز به اتصال به سیستم تلفنی بررسی شده است.☐ نیاز به اتصال به پورتال مشتریان بررسی شده است.☐ مشخص شده کدام سیستم «مرجع اصلی» هر نوع اطلاعات خواهد بود.☐ API یا روش تبادل داده سیستم‌های فعلی مشخص است.☐ برنامه جلوگیری از ایجاد اطلاعات تکراری بین سیستم‌ها مشخص شده است.



بومی‌سازی و نیازهای ایران

۱۰

☐ تقویم و تاریخ شمسی مورد نیاز است.☐ رابط فارسی برای کاربران ضروری است.☐ گزارش‌ها باید با ساختار فارسی نمایش داده شوند.☐ شماره‌گذاری، قالب‌ها و فرم‌های فارسی مورد نیاز هستند.☐ نیازهای اختصاصی سازمان‌های ایرانی در فرآیندها بررسی شده‌اند.☐ پیامک و سرویس‌های داخلی باید قابل اتصال باشند.☐ نیاز به استقرار داخل کشور یا داخل شبکه سازمان بررسی شده است.☐ محدودیت‌های دسترسی به سرویس‌های خارجی بررسی شده‌اند.



امنیت و دسترسی

۱۱

☐ سطح دسترسی کاربران باید بر اساس نقش کنترل شود.☐ اطلاعات حساس CRM شناسایی شده‌اند.☐ نیاز به ثبت تغییرات و Audit وجود دارد.☐ دسترسی واحدها به اطلاعات یکدیگر مشخص شده است.☐ سیاست نگهداری نسخه‌های Backup مشخص است.☐ سیاست Backup مشخص شده است.☐ نیازهای امنیتی واحد IT بررسی شده‌اند.☐ مسئول مدیریت دسترسی‌ها مشخص شده است.☐ الزامات امنیتی برای دسترسی از خارج سازمان مشخص شده‌اند.



انتخاب مدل استقرار

۱۲

Shared Cloud / SaaS ●

☐ تیم IT نمی‌خواهد درگیر مدیریت زیرساخت CRM شود.☐ سازمان راه‌اندازی سریع را در اولویت قرار می‌دهد.☐ مدل هزینه ماهانه برای سازمان مناسب است.☐ کنترل اختصاصی کامل روی سرور ضروری نیست.

Private Cloud ●

☐ کنترل بیشتر روی منابع و تنظیمات اهمیت دارد.☐ سازمان محیط اختصاصی می‌خواهد.☐ نیازهای اختصاصی بیشتری نسبت به SaaS وجود دارد.☐ جداسازی محیط از سایر مشتریان اهمیت دارد.

On-Premise ●

☐ سازمان تیم IT و زیرساخت مناسب دارد.☐ داده باید داخل زیرساخت سازمان نگهداری شود.☐ Integration عمیق با شبکه داخلی یا سیستم‌های سازمان وجود دارد.☐ کنترل کامل روی Server، Database و Network مورد نیاز است.☐ سیاست‌های امنیتی اجازه استفاده از Cloud عمومی را نمی‌دهند.



زیرساخت فنی

۱۳

☐ ظرفیت CPU، RAM و Storage مشخص است.☐ وضعیت سرورها بررسی شده است.☐ دسترسی کاربران شعب مختلف بررسی شده است.☐ وضعیت شبکه داخلی بررسی شده است.☐ سیاست Backup مشخص است.☐ وضعیت اینترنت سازمان بررسی شده است.☐ Domain، Active Directory و ساختار کاربران بررسی شده‌اند.☐ Disaster Recovery مورد نیاز بررسی شده است.☐ دسترسی‌های مورد نیاز تیم اجرا مشخص شده‌اند.



آموزش و مدیریت تغییر

۱۴

☐ آموزش مدیران و راهبران سیستم پیش‌بینی شده است.☐ برنامه آموزش کاربران وجود دارد.☐ افراد کلیدی سازمان در طراحی فرآیند مشارکت می‌کنند.☐ مستندات مورد نیاز کاربران مشخص شده‌اند.☐ مدیران ارشد از استفاده واقعی از CRM حمایت می‌کنند.☐ برنامه‌ای برای کاهش مقاومت کاربران وجود دارد.☐ مشخص است چه کسی کیفیت ورود اطلاعات را کنترل خواهد کرد.☐ استفاده از CRM به‌عنوان فرآیند رسمی سازمان در نظر گرفته شده است.



بودجه و زمان پروژه

۱۵

☐ هزینه فقط بر اساس خرید نرم‌افزار محاسبه نشده است.☐ بودجه تقریبی پروژه مشخص است.☐ هزینه سفارشی‌سازی و توسعه در نظر گرفته شده است.☐ هزینه تحلیل و طراحی در نظر گرفته شده است.☐ هزینه آموزش در نظر گرفته شده است.☐ هزینه انتقال اطلاعات در نظر گرفته شده است.☐ زمان مورد انتظار برای شروع پروژه مشخص است.☐ هزینه پشتیبانی و توسعه آتی در نظر گرفته شده است.☐ امکان اجرای پروژه به صورت فازبندی شده بررسی شده است.



ارزیابی سریع آمادگی سازمان

برای هر موردی که پاسخ آن «بله» است، یک امتیاز در نظر بگیرید. مجموع امتیازها را از تعداد کل موارد چک‌لیست تقسیم کنید تا درصد آمادگی سازمان به دست آید.

% کمتر از ۳۰
سازمان هنوز برای شروع اجرای CRM آماده نیست. پیشنهاد می‌شود ابتدا فرآیندها، اهداف، ساختار اطلاعات و مسئولیت‌های پروژه شفاف شوند.

% بین ۳۰ تا ۶۰
آمادگی اولیه وجود دارد، اما قبل از اجرا نیاز به یک مرحله تحلیل و طراحی جدی وجود دارد.

% بین ۶۰ تا ۸۰
سازمان آمادگی مناسبی برای ورود به پروژه CRM دارد و می‌توان فاز تحلیل و انتخاب راهکار را آغاز کرد.

% بیشتر از ۸۰
ساختار اولیه سازمان برای اجرای CRM مناسب است و می‌توان وارد مرحله طراحی، انتخاب مدل استقرار و برنامه‌ریزی اجرا شد.



سؤال نهایی قبل از امضای قرارداد CRM

۱۰

دقیقاً قرار است چه مسئله‌ای با CRM حل شود؟

۱

CRM انتخابی تا چه حد قابل سفارشی‌سازی است؟

۲

چه اطلاعاتی باید از سیستم‌های قدیمی منتقل شوند؟

۳

چه Integration‌هایی در فاز اول ضروری هستند؟

۴

داده‌های ما کجا نگهداری خواهند شد؟

۵

چه کسی مالک و راهبر داخلی CRM خواهد بود؟

۶

آموزش کاربران چگونه انجام می‌شود؟

۷

پشتیبانی بعد از استقرار شامل چه مواردی است؟

۸

هزینه توسعه‌های آینده چگونه محاسبه می‌شود؟

۹

اگر نیازهای سازمان تغییر کند، آیا CRM انتخاب‌شده قابلیت رشد با سازمان را دارد؟

۱۰

CRM موفق از انتخاب نرم‌افزار شروع نمی‌شود؛ از شناخت درست فرآیندها، داده‌ها و نیازهای واقعی سازمان شروع می‌شود.

