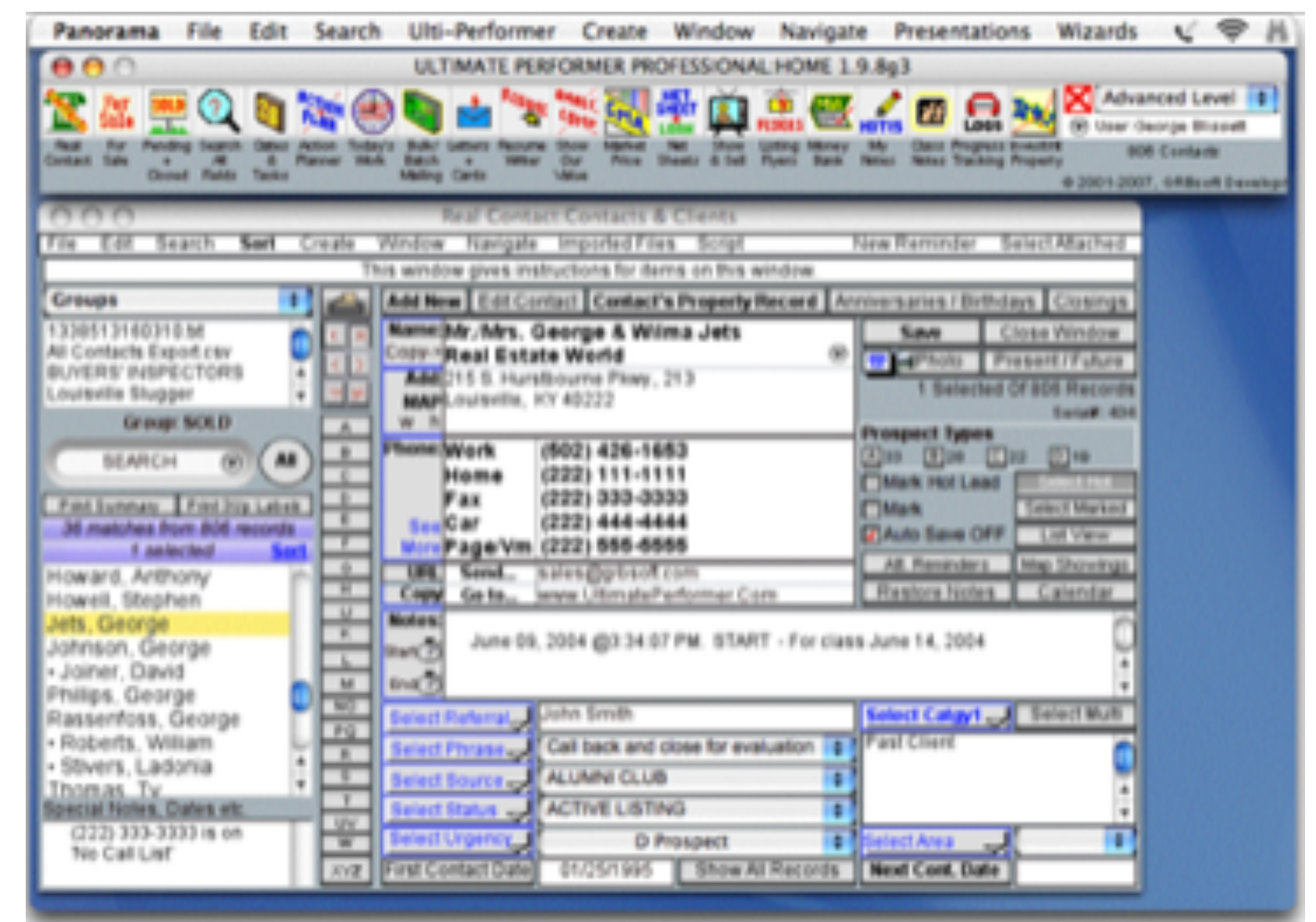




Vöxtur með markaðstólum
viðskiptatengslakerfa

Kerfi sem leysa afmörkuð vandamál?

- Fyrirtæki vilja gjarnan nálgast viðskiptatengslakerfin út frá einni deild, oft söludeild
- Deildir fyrirtækja verja dýrmætum tíma við innleiðingu viðskiptatengslakerfa
- Kerfin geta verið dýr í uppsetningu
- Hvað gerist eftir innleiðingu viðskiptatengslakerfis?
 - Starfsfólk í innleiðingu snýr aftur til fyrri starfa
 - Tregi gagnvart breytingum á verkferlum
 - Stöðnun verður á verkefninu
 - Markmiðin verða óljósari

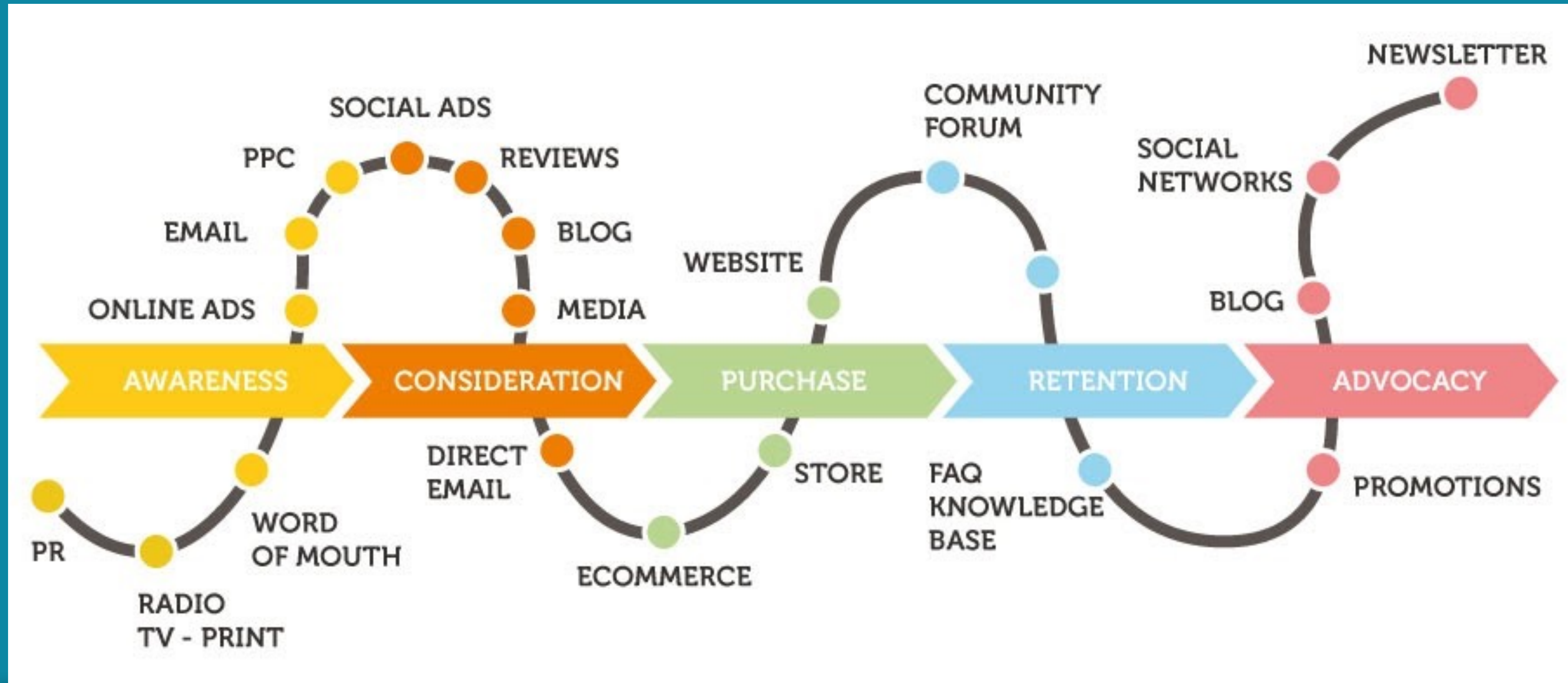


Að nýta sér kerfin til fulls

- Eitt helsta markmið viðskiptatengslakerfa er að bæta verkferla og samskipti - Kerfið á að vinna fyrir okkur.
- Markaðsdeildir bera jafnan ábyrgð á að skila söludeildum áhugasömum einstaklingum.
- Þjónustudeildir bera ábyrgð á að halda einstaklingum ánægðum
- Fáum fleiri hendur að borðinu



Ferðalagið



Kostir þess að nálgast kerfin þvert á deildir

- Auðveldar samskipti og einfaldar boðleiðir
- Eykur og elfir upplýsingaflæði
- Aðgengi gagna verður betra
- Nýting gagna þvert á deildir
- Betri ákvarðanatöku



Lausnadrifinn markaðssetning á eigin miðlum (inbound marketing)

- Markaðstól viðskiptatengslakerfa eru byggð á hugmyndafræðinni um lausnadrifna markaðssetningu á eigin miðlum
- Aðferðafræðin byggist á því að rækta samband við mögulega og núverandi viðskiptavini
- Efnissköpun sem byggir á því að leysa vandamál
- Hvetja mögulega viðskiptavini til þess að ná sínum markmiðum hvar sem þau eru í “kaupferlinu”



Gullnáma gagna

Ferðalag og samskipti
tengiliða við fyrirtæki
vel skrásett



Flokkun markhópa

Komum skilaboðum
okkar til réttra aðila



Auglýsinga og samfélagsmiðlastjórnun

Vöktun og umsjón á Facebook og Google



Email herferðir

Sérsniðin skilaboð
gagnvart markhópum



Leitarvélabestun

Auðveldum öðrum að
finna okkur



Veflausnir

Lendingarsíður, form og hnappar

Hello, friend!

Name

E-mail

Password

☒ I read and agree to Terms & Conditions

CREATE ACCOUNT

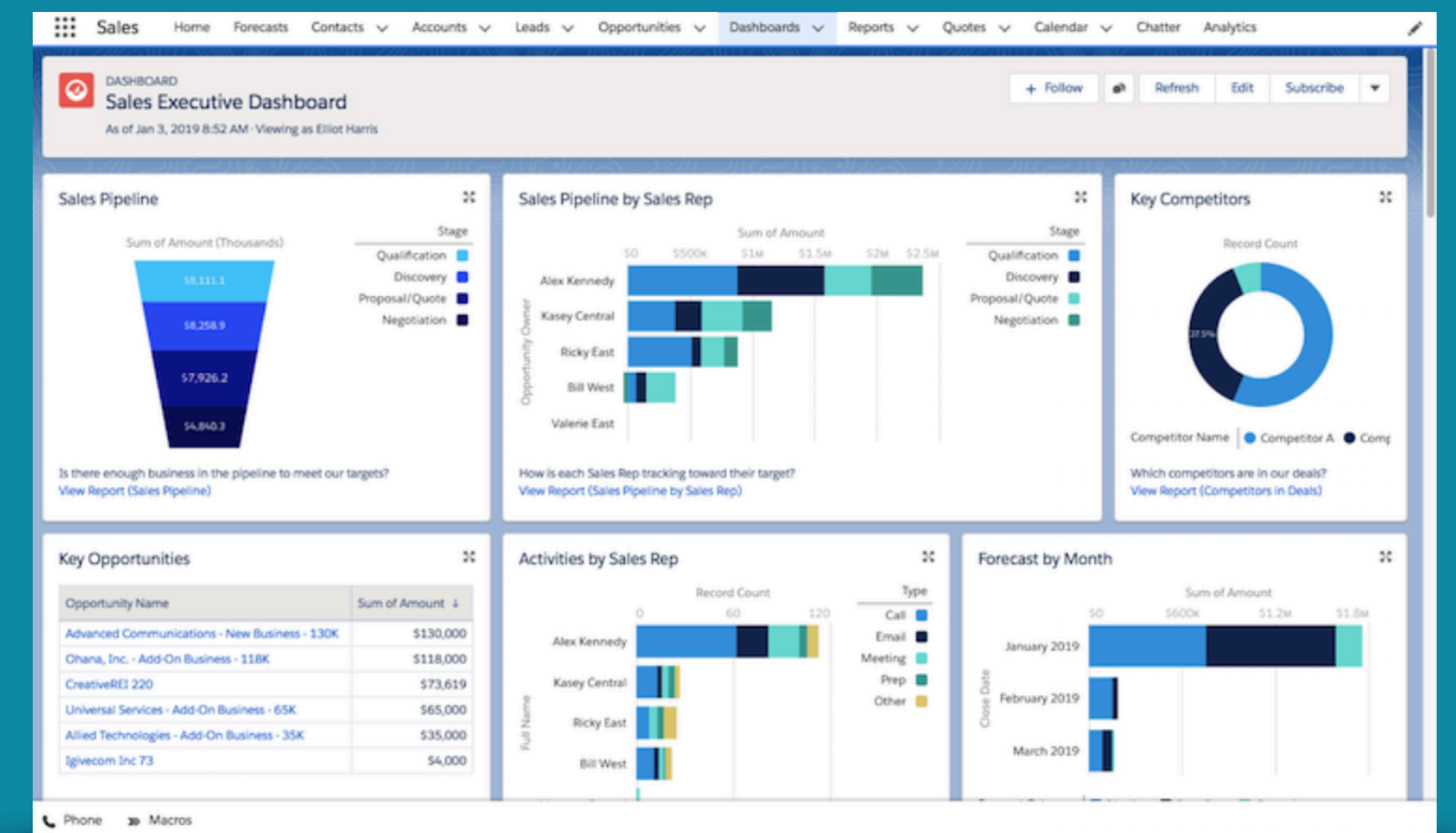
Already have an account? [Sign in](#)

Glad to see you!

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit. Etiam dignissim.

Skýrslur og mælaborð

Auðveldar yfirsýn yfir öll
gögn sem skipta máli

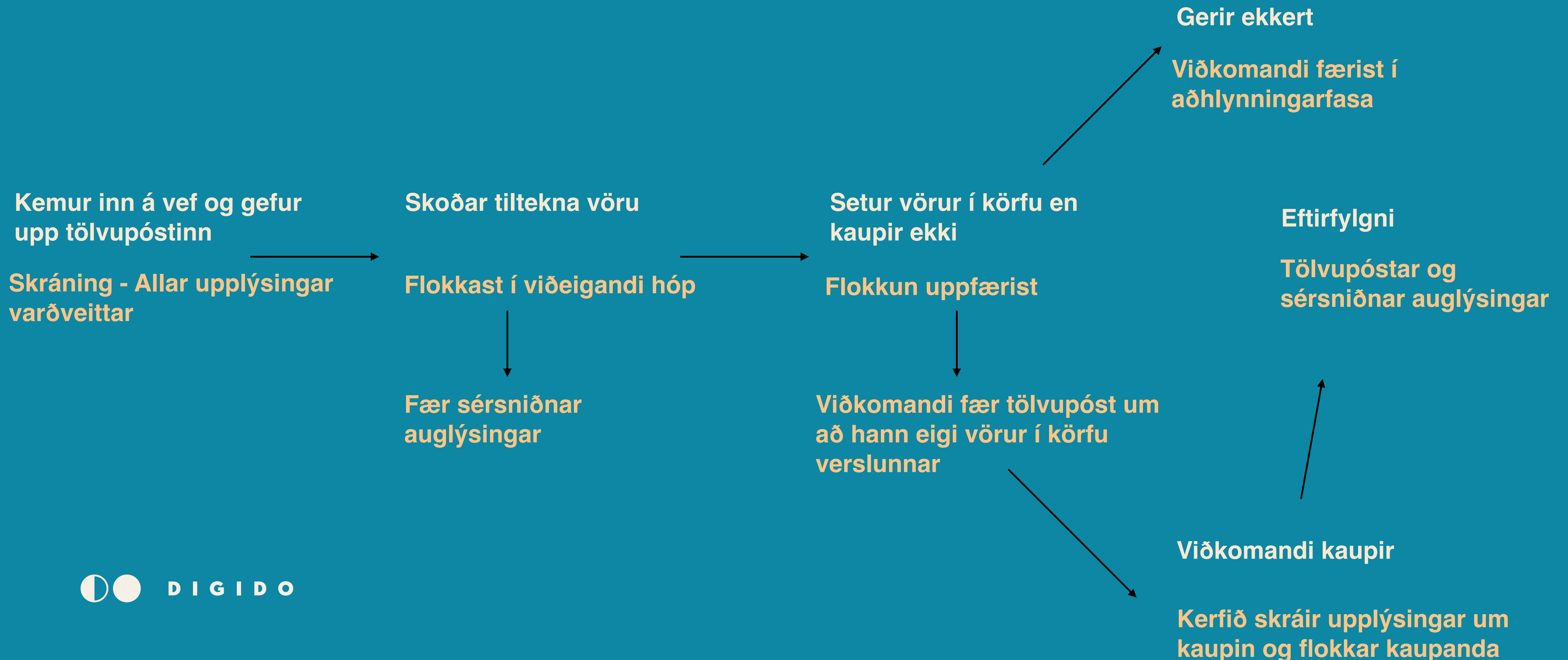


Sjálfvirkni aðgerða

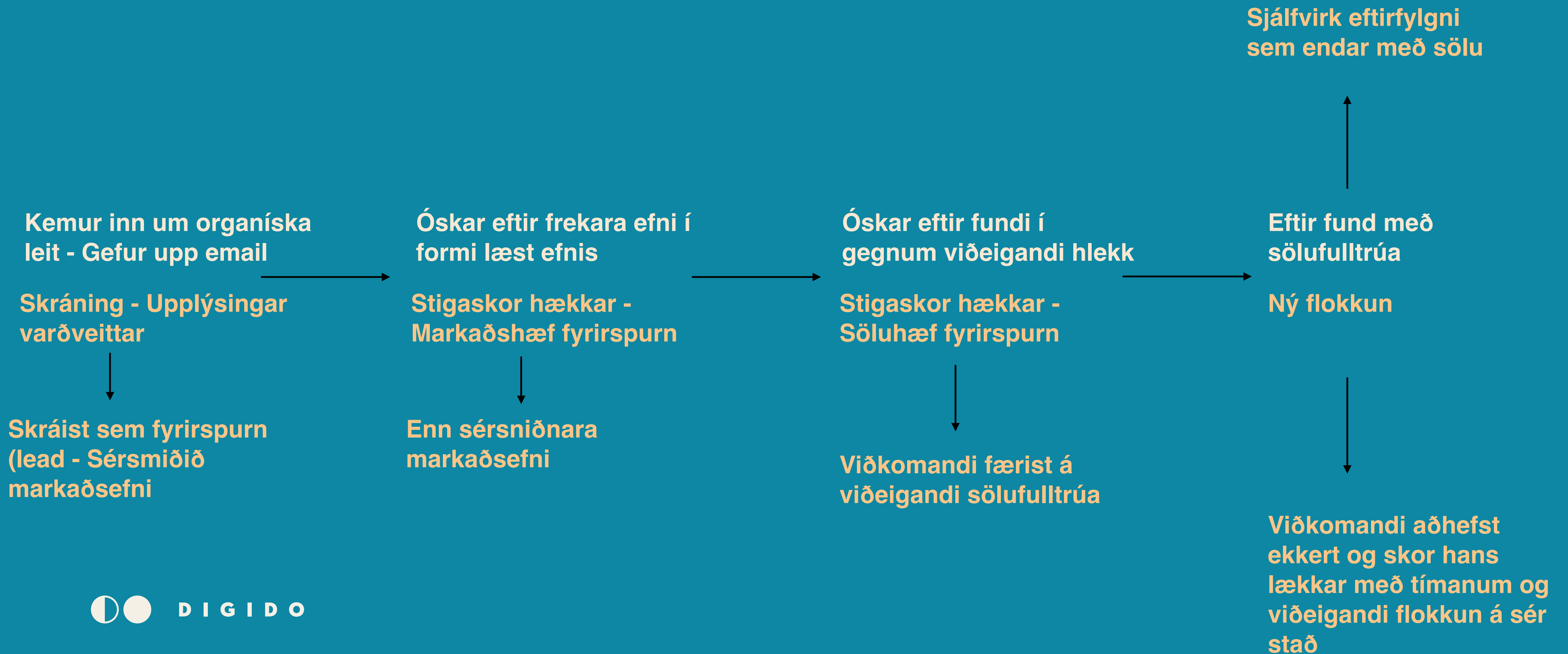
Verkferlar og
markaðsaðgerðum



Dæmi um sjálfvirkar aðgerðir - Netverslanir



Dæmi um sjálfvirkar aðgerðir - B2B



Verkferlar við og eftir innleiðingu

- Til að vaxa með tólum viðskiptatengslakerfa er mikilvægt að:
 - Tilgreina eiganda verkefnisins
 - Innleiðing þvert á allar deildir
 - Reglulegir stöðufundir eftir innleiðingu góð regla - Skýr markmið
 - Mikilvægt að viðeigandi aðilar tileinki sér notkun kerfisins
 - Innri markaðssetning



Samantekt

- Við innleiðingu er betra að horfa á heildstætt á viðskiptatengslakerfið
- Sameiginleg ábyrgð deilda að skila fyrirtækjum tekjum
 - Innleiða lausnir sem vinna þvert á deildir
 - Betra upplýsingaflæði er leiðarvísir að betri ákvarðanatöku
- Verkefnið er ekki búið þó að innleiðingin er búin - höldum áfram að efla og hvetja starfsfólk til notkunnar
 - Upplýsum okkar starfsfólk um notkunarmöguleika
- Nýtum okkur þau töl sem kerfin bjóða upp á
- Kerfið á að vinna fyrir okkur