

Ty B.Com

कला व वाणिज्य महाविद्यालय, वडुज.

प्रकल्प Sem-V

विषय :- व्यावसायिक व्यवस्थापन

विद्यार्थीनाम :- जाधव

पुनम सुरेश

रोल नंबर :- 396

मार्गदर्शक प्राध्यापकाचे नाव :-

हिंगमिरे के. जे.

सम = 2018-19

घटकाचे नावः-

ग्राहक संबंध

व्यवस्थापनाची

प्रक्रिया

प्रश्न ग्राहक संबंध व्यवस्थापन म्हणजे काम सांगून त्याची प्रक्रिया स्पष्ट करा.

व्यवसायासाठी ग्राहक आधार प्रयत्न पूर्वक व सातत्याने वाढविणे ही ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाची मुख्य संकल्पना आहे. आजच्या अतितीव्र स्वरूपाच्या स्पर्धेमध्ये ग्राहक मिळविणे वाढविणे व टिकविणे या अत्यंत महत्त्वाच्या बाबी झाल्या आहेत. त्या दृष्टीने ग्राहक संबंध व्यवस्थापन ही आधारभूत संकल्पना झाली आहे.

व्याख्या :-

① "ग्राहक संबंध व्यवस्थापन म्हणजे ग्राहक शोधणे आकर्षित करणे त्यांच्यात भेदकरील करणे व त्यांना टिकविणे होय ज्यामध्ये ग्राहकांना उत्तम वस्तु व सेवा देणे, ग्राहकमूल्या निर्माण करणेसाठी संपूर्ण पुरवठा साखळीच्या योग्य मेळ साधणे व ग्राहकांना वाढीव लाभ उभवा करणे खर्चात वस्तु पुरविले या बाबींच्या समावेश होतो."

② फिलीप कोटलर -

"ग्राहकांची निष्ठा महत्त्व करणेसाठी ग्राहकांसंबंधी सर्व माहिती मिळविणे त्या माहितीचे व्यवस्थापन करणे व त्या माहितीच्या ग्राहक संबंध वृद्धीगत करणेसाठी उपयोग करणे म्हणजे ग्राहक संबंध व्यवस्थापन होय."

* ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाची प्रक्रिया -

- 1) ग्राहकांची माहिती गोळा करणे.
- 2) माहितीचे विश्लेषण करणे.
- 3) ग्राहक संवंधाची प्रतिमाने तयार करणे.
- 4) ग्राहक संवंध समूह स्थापना करणे.
- 5) ग्राहक संवंधासाठी कार्यक्रमाने नियोजन करणे.
- 6) ग्राहक संवंधाची प्रतिमाने व कार्यक्रम अंमलात आणणे.
- 7) प्रतिसादांची नोंद करणे.
- 8) ग्राहक संवंधाची फासिले काढणे.
- 9) आढावा घेणे व फेररचना करणे.

ग्राहक संवंध व्यवस्थापनाची प्रक्रिया पुढील मुद्द्यांच्या माध्यमे स्पष्ट करता येईल :-

1) ग्राहकांची माहिती गोळा करणे -

आपल्या व स्पर्धकांच्या ग्राहकांची व्यक्तिगत स्वरूपाची माहिती गोळा करणे हा ग्राहक संबंध व्यवस्थापनातील पहिला टप्पा आहे. या माहितीमध्ये ग्राहकांच्या आवडीनिवडी आर्थिक स्थिती खरेदीच्या स्वरूपाची ग्राहकांच्या वर्तनपद्धती व वस्तुनिष्ठा ग्राहकांच्या जन्माचा व लग्नाचा वाढदिवस फोननंबर इत्यादी स्वरूपाची माहिती मिळविण्यात येते.

2) माहितीचे विश्लेषण करणे -

ग्राहकांसह त गोळा केलेल्या माहितीचे शास्त्रशुद्ध पद्धतीने विश्लेषण करणं भात येते. त्यावरून ग्राहकांची खरेदीची वेळ वस्तुनिष्ठा खरेदीचा अग्रक्रम खरेदीची वारंवारिता इ. चावी संबंधी निष्कर्ष काढण्यात येतो. ग्राहक सर्पक साद्यत्यासाठी उपलब्ध माहिती माहितीसाठीमध्ये ठेवण्यात येते.

3) ग्राहकसंबंधाची प्रतिमाने तयार करणे -

ग्राहकांशी संबंध निर्माण करणंसाठी कंपनीच्या वंज समूहातर्फे प्रतिमाने विकसित करणं भात येतात. ग्राहकांशी केव्हा व कशा पद्धतीने सर्पक करणे सर्पकाद्वारे कोणती माहिती द्यायची हे ठरविणे, ग्राहकाकडु

तय्यार करणे इ. वावी प्रतिमानात ठरविण्यात येतात.

4) ग्राहक संबंध समूह स्थापना करणे:

ग्राहकांशी संपर्क साधून ग्राहक संबंध निर्माण करणे व ते आर्थिक दृढ करणे यासाठी स्वतंत्र समूहाची स्थापना करणाना येते. समूहातील समस्यांना ग्राहक संबंधांवाचून प्रशिक्षण देणाना येते. ग्राहकांशी संपर्क साधण्यासाठी संबंधी विचारात घेवून संपर्क साधणाना येतो.

उदा - जन्माचा वाढदिवस, लग्नाचा वाढदिवस किंवा इतर काही गोष्टीइ.

5) ग्राहक संबंधासाठी कार्यक्रमाचे नियोजन करणे -

ग्राहक संबंध दृढ करणे यासाठी विभिन्न प्रकारच्या कार्यक्रमांची आखणी करणाना येतो. या कार्यक्रमांची वेळापत्रक स्थळ इत्यादी सर्व गोष्टी विचारपूर्वक ठरवणाना येतो.

6) ग्राहक संबंधाची प्रतिमाने व कार्यक्रम अंमलात आणणे /

ग्राहक संबंध व्यवस्थापन अंतर्गत तय्यार केलेली प्रतिमा व कार्यक्रम नियोजित वेळापत्रकानुसार अंमलात आणली जातात. शिस्त -

वृद्ध व वक्तशीर अंमलवजावणी हा
ग्राहक संबंध व्यवस्थापनातील
महत्त्वाचा टप्पा होय. त्या दृष्टीने
प्रतिमांन्ना व कार्यक्रमांन्ना अंमल-
वजावणीचा वत (दक्ष शहणे आवश्यक
आहे.

7) प्रतिशादांची नोद करणे -

ग्राहकसंबंध व्यवस्थापन
अंतर्गत अंमलात आणलेल्या प्रतिमा-
वावत व कार्यक्रमांवावत ग्राहकांच्या
मिळालेल्या प्रतिशाद नोदवुन देवणे
महत्त्वाचे आहे. म्हणुन प्रत्येक
प्रतिशादाची माहिती नीट नोदवुन
देवता येते. सकारात्मक नकारात्मक
तसेच सक्रिय अव्यवा शंड स्वरुपाचा
प्रतिशाद यालील तपशीलाची नोद
देवणान्त येते.

8) ग्राहक संबंधाची फलिते काढणे -

ग्राहक संबंधासाठी अंमलात
आणलेली प्रतिमा न कार्यक्रम व
त्मासंबंधीचा प्रतिशाद या सर्व बाबीं
विश्लेषण करणान्त येते व त्याद्वारे
त्या व्यवस्थापनाची फलिते मोजणान्त
येतात. ही फलिते गुणात्मक व
संख्यात्मक स्वरुपात काढली
जातात.

9) आढावा घेणे व फेरस्थाना करणे -

ग्राहकसंबंध व्यवस्थापनाची फाळिले गिचारात घेवून त्या व्यवस्थापनाच्या आढावा घेण्यात येतो. ग्राहक संबंध व्यवस्थापनात काही दोष आढळल्यास ते दुरु करण्यात येतात. व त्या प्रक्रियेची फेरस्थाना करण्यात येते. विशेषतः ग्राहकांच्या प्रतिसादांच्या अभ्यास व विश्लेषण करून काही निष्कर्ष काढण्यात येतात.

अशा शीतीने ग्राहक संबंध व्यवस्थापन प्रक्रिया स्पष्ट करता येते.

Anes