

ONE CRM

Tüm İşinizi Tek Ekrandan Yönetin!

Satış, İK, potansiye müşteriler,
projeleriniz, muhasebe ve birçok
entegrasyonu tek bir ekosistemde
yönetin.

WEB SİTESİ



EĞİTİM VİDEOLARI



Giriş

1.1 Satış & Teklif Modülünün Amacı

Satış & Teklif Modülü, ONE CRM içindeki satış fırsatlarını, teklif süreçlerini ve satış performansını uçtan uca yönetmek için tasarlanmış ana modüldür. Bu modül sayesinde:

- Lead'lerden (aday müşterilerden) gelen talepler fırsata dönüştürülür,
- Bu fırsatlar için teklif hazırlanır ve onay süreci takip edilir,
- Onaylanan teklifler operasyon/proje veya siparişe dönüştürülür,
- Satış ekibinin bireysel ve toplam performansı ölçülebilir hale gelir.

Amaç, satış ekibinin günlük iş yükünü hafifletirken, yönetimin tüm satış sürecine tek ekrandan hâkim olmasını sağlamaktır.

1.2 Modülün CRM İçindeki Yeri

ONE CRM'de satış süreci genel olarak şu zincir üzerinden ilerler:
Lead → Fırsat (Opportunity) → Teklif → Operasyon/Proje → Fatura

Satış & Teklif Modülü:

- Lead Yönetimi modülü ile entegre çalışır (Lead'den fırsat üretir),
- Müşteri & Operasyon modülleriyle bağlantılıdır,
- Raporlama & Dashboard ile veri üretir (pipeline, kazanma oranı, ciro vb.).

Bu nedenle modül, CRM'in merkezinde konumlanan, hem ön ofis (satış) hem de arka ofis (operasyon/finans) süreçlerini birbirine bağlayan kritik bir bileşendir.

Satış Pipeline Yapısı

2.1 Aşama (Stage) Kavramı

Aşama (stage), bir fırsatın satış sürecindeki konumunu ifade eder. Örnek aşamalar:

- Yeni Lead
- İlk İletişim Kuruldu
- İhtiyaç Analizi
- Teklif Gönderildi
- Pazarlık / Müzakere
- Kazanıldı
- Kaybedildi

Her fırsat, zaman içinde bu aşamalar arasında ilerler. Aşamalar:

- Satış hunisinin görsel ve sayısal takibini sağlar,
- Satış tahminleri (forecast) için temel veri oluşturur,
- Satış ekibinin, hangi dosyaya ne yapması gerektiğini anlamasını kolaylaştırır.

2.2 Satış Hunisi ve Aşama Tanımları

Satış Hunisi (Sales Funnel), tüm fırsatların aşamalar bazında dağılımını gösterir. Huni mantığı:

- En üstte çok sayıda "erken aşama" fırsat,
- Ortalarda değerlendirme ve teklif aşamasındaki fırsatlar,
- En altta daha az sayıda "kazanılmaya yakın" fırsat.

Her aşamanın net bir tanımı olmalıdır. Örneğin:

- **Yeni Lead:** Müşteri ile henüz hiç iletişim kurulmamış, ilk temas beklenen aşama.
 - **İlk İletişim Kuruldu:** Satışçı müşteriye telefon, e-posta veya WhatsApp üzerinden ulaşmış, ilk görüşme yapılmış.
 - **İhtiyaç Analizi:** Müşterinin neye ihtiyaç duyduğu netleştiriliyor; teknik şartlar, bütçe aralığı, zaman planı konuşuluyor.
 - **Teklif Gönderildi:** CRM üzerinden resmi teklif PDF'i hazırlanmış ve müşteriye iletilmiş.
 - **Pazarlık / Müzakere:** Fiyat, kapsam, teslim süresi gibi konularda pazarlık yapılıyor; revize teklifler hazırlanıyor.
 - **Kazanıldı:** Müşteri teklifi kabul etmiş; operasyon veya sipariş süreci başlatılmış.
 - **Kaybedildi:** Müşteri, rakip tercih etmiş veya süreç iptal olmuş; sebep CRM'e işlenmiş.
- Bu tanımlar, satış ekibinin tamamında aynı şekilde anlaşılmalıdır.

2.3 Pipeline Örnek Şablonlar (Sağlık Turizmi, Üretim, Hizmet)

ONE CRM, sektör bazlı pipeline kurgusuna elverişlidir. Örnek üç şablon:

a) Sağlık Turizmi Pipeline Örneği

1. Yeni Lead (Form / WhatsApp / Arama)
2. Ön Değerlendirme Yapıldı
3. Doktor / Uzman Değerlendirmesi
4. Ön Teklif / Paket Gönderildi
5. Tarih ve Uçuş Bilgisi Planlaması
6. Onaylandı – Randevu Verildi
7. Operasyon Tamamlandı
8. Kaybedildi (Fiyat / Güven / Zaman vb. sebep kodu ile)

b) Üretim Firması Pipeline Örneği

1. Yeni Talep / İhale Duyurusu
2. Teknik İhtiyaç Analizi
3. Fiyatlandırma Çalışması
4. Teklif Gönderildi
5. Pazarlık / Revize Teklif
6. Kazanıldı – Üretim Emri Açıldı
7. Kaybedildi – Rakip / Fiyat / Teknik Sebep

c) Hizmet Sektörü (Ajans, Yazılım, Danışmanlık) Pipeline Örneği

1. Yeni Brief Alındı
2. Toplantı / Online Görüşme
3. Öneri & Fiyat Çalışması
4. Teklif Sunumu
5. Kontrat Süreci
6. Onaylandı – Proje Başlatıldı
7. Kaybedildi – Sebep Kodu

Eğitim sırasında, şirketiniz için en uygun pipeline şablonu seçilmeli ve ONE CRM'e ona göre aşamalar tanımlanmalıdır.

Fırsat (Opportunity) Yönetimi

3.1 Yeni Fırsat Oluşturma

Fırsat, potansiyel bir satış imkânını temsil eder. Yeni fırsat oluşturmanın temel yolları:

- Lead kartı içinden "Fırsat Oluştur" butonu,
- Müşteri kartı içinden "Yeni Fırsat" butonu,
- Satış modülünden "Yeni Fırsat" butonuna basarak manuel oluşturma.

Fırsat oluştururken dikkat edilmesi gereken alanlar:

- Fırsat adı (örnek: "X Kliniği – 2026 Gözlük Standı Projesi")
- Müşteri / Lead bilgisi
- Tahmini kapanış tarihi
- Tahmini fırsat tutarı
- Sorumlu satışçı
- Fırsatın mevcut aşaması (pipeline stage)

3.2 Fırsata Lead / Müşteri Bağlama

Doğru raporlama için her fırsat mutlaka bir kayıtla ilişkilendirilmelidir:

- Yeni gelecek müşteri ise: Lead ile bağlantı,
- Mevcut müşteri ise: Müşteri kartıyla bağlantı.

Bu sayede:

- Hangi lead kaynaklarının (Google, Meta, fuar vb.) daha çok fırsata dönüştüğü,
 - Hangi müşterilerde ne kadar potansiyel olduğu,
- net şekilde görülebilir.

3.3 Potansiyel Gelir, Kapanış Tarihi, Kazanma Olasılığı

Fırsat oluştururken girilen üç kritik alan:

1. Potansiyel Gelir (Amount)

- o Tahmini satış tutarı (KDV hariç/genellikle net ciro).
- o Satış forecast raporları için kullanılır.

2. Kapanış Tarihi (Expected Close Date)

- o Bu fırsatın ne zaman sonuçlanmasının beklendiği.
- o Nakit akışı planlaması ve iş yükü yönetimi için önemlidir.

3. Kazanma Olasılığı (Probability %)

- o Tahmini kazanma oranı (örn. %20 – erken aşamada, %80 – sözlü onay alınmış).
- o Yönetim, bu oranları kullanarak satış tahmini çıkarabilir.

3.4 Fırsat Aşamalarını Güncelleme

Satış ekibi için günlük rutinlerden biri, fırsat aşamalarını güncel tutmaktır:

- Görüşme yapıldıysa aşamayı "İlk İletişim Kuruldu"ya çekmek,
- Teklif gönderildiyse "Teklif Gönderildi"ye taşımak,
- Müşteri onayladıysa "Kazanıldı" yapmak,
- Kaybedildiyse "Kaybedildi" olarak işaretleyip sebep kodu seçmek.

Kurallı kullanım:

- Pipeline raporlarının doğruluğunu artırır,
- Yönetim için gerçekçi bir satış tahmini yaratır,
- Satışçıların "unutulan dosya" riskini azaltır.

Teklif Oluşturma

4.1 Lead/Müşteri Kartından Teklif Açma

En pratik yöntem, ilgili kayıt içinden teklif açmaktır:

1. Lead veya müşteri kartını açın.
2. "Teklifler" sekmesine veya ilgili alana geçin.
3. "Yeni Teklif Oluştur" butonuna tıklayın.
4. Sistem, müşteri bilgilerini otomatik olarak teklif formuna çeker.

Bu yöntem sayesinde:

- Müşteri bilgilerini tekrar yazmak gerekmez,
- Teklif, ilgili lead/müşteri ile doğrudan ilişkilendirilir.

4.2 Teklif Numara Serisi ve Tarih Bilgileri

Teklif oluştururken:

- Teklif numarası, ONE CRM'de tanımlanan numara serisi kuralına göre otomatik atanır (örnek: T-2025-00123).
- Teklif tarihi otomatik olarak günün tarihine set edilir, istenirse manuel değiştirilebilir.
- Geçerlilik süresi (örn. 7 gün, 30 gün) için ayrı bir alan bulunabilir; bu alan mutlaka doldurulmalıdır.

Numara serileri:

- Tekliflerin kayıt altına alınması ve bulunmasını kolaylaştırır,
- Hukuki ve denetimsel süreçlerde önemlidir.

4.3 Teklif Satırları: Ürün/Hizmet, Adet, Birim Fiyat, KDV

Her teklif en az bir satırdan oluşur. Standart satır alanları:

- Ürün/Hizmet adı
- Açıklama (isteğe bağlı)
- Miktar / Adet
- Birim fiyat
- Para birimi
- KDV oranı (%)
- Ara toplam, KDV, genel toplam

Eğer stok & ürün modülü aktifse:

- Ürün seçimi, ürün kartlarından otomatik çekilir,
- Birim fiyat ve KDV, ürün kartındaki varsayılan değerlerden gelebilir.

4.4 İskonto, Kampanya ve Özel Koşullar

Teklifte:

- Satır bazlı iskonto (örneğin, tek satıra %10 indirim),
- Toplam iskonto (örneğin, son faturaya toplam %5 indirim),
- Kampanya kodu veya özel indirim notu

gibi alanlar bulunabilir.

Öneri:

- İskonto politikanız net olmalı; kim ne kadar iskonto verebilir,
- Büyük indirim oranları için onay süreci (örneğin, Satış Müdürü onayı) tanımlanmalıdır.

4.5 Teklif Not Alanları ve Ek Dosyalar (PDF, Görsel vb.)

Teklif formunda:

- Genel şartlar, teslim süresi, ödeme koşulları, iade politikası gibi metinler için not alanları,
- Teknik çizim, görsel, PDF broşür, sözleşme taslağı gibi belgeler için ek dosya alanları bulunabilir.

Bu alanları kullanmak:

- Teklifin daha profesyonel görünmesini sağlar,
- Sonradan "söz uçar, yazı kalır" tartışmalarını azaltır.

Teklif Şablonları ve Tasarım

5.1 Kurumsal Teklif Şablonu Oluşturma

ONE CRM’de PDF teklif çıktıları için şablon mantığı kullanılır. Kurumsal şablon:

- Logo, kurumsal renkler, font tercihleri,
 - Firma adı, adresi, vergi bilgileri,
 - İmza alanı, iletişim bilgileri
- gibi unsurları içerir.

Bu şablon:

- Tüm satış ekibi için standartlaşma sağlar,
- Dışarıya profesyonel bir görüntü verir,
- Manuel Word/Excel ile uğraşma ihtiyacını ortadan kaldırır.

5.2 Farklı Sektörler için Farklı Şablonlar

Tek bir firma, birden fazla sektöre hizmet verebilir. Örneğin:

- Sağlık turizmi için “Paket Fiyat Teklif Şablonu”,
- Üretim için “Adet bazlı ürün teklif şablonu”,
- Danışmanlık için “Proje bazlı hizmet şablonu”.

ONE CRM’de birden fazla teklif şablonu tanımlanarak, satışı ilgili müşteriye uygun şablonu seçebilir.

5.3 Logo, İmza ve Kurumsal Kimlik Kullanımı

Şablona:

- PNG/SVG formatında logo,
 - Yetkili kişilerin imza görselleri (varsa),
 - Kurumsal renkler (hex / RGB kodları)
- eklenmelidir. Böylece, her teklif:
- Marka algısını güçlendirir,
 - Sözleşme öncesi resmi bir doküman görünümü kazanır.

5.4 “Standart Metinler” ve Hazır Maddeler

Sık kullanılan metinler:

- Teslim süresi,
- Ödeme şartları,
- Garanti ve iade koşulları,
- Gizlilik maddeleri

tek tek yazılmak yerine, ONE CRM’de “hazır metin / taslak” olarak saklanabilir. Teklif hazırlarken:

- Açılır menüden seçilip eklenebilir,
- Bu da hız ve tutarlılık sağlar.

Teklif Gönderme ve Takip

6.1 PDF Olarak İndirme

Teklif hazırlandığında:

- “PDF Oluştur” veya “PDF İndir” butonu ile tek tıkla PDF’e dönüştürülebilir.
- PDF, CRM’de dosya olarak saklanabilir ve gerektiğinde tekrar indirilebilir.

Satış ekibi, bu PDF’leri:

- E-posta ile,
- WhatsApp Web üzerinden,
- Offline sunumlarda kullanabilir.

6.2 E-posta ile Gönderme (CRM Üzerinden)

ONE CRM, e-posta ayarları yapılandırıldıysa:

- Teklif ekranından doğrudan e-posta ile gönderim yapılmasını sağlar.
- Alıcı olarak, müşteri kartındaki e-posta adresleri otomatik gelir.
- E-posta şablonları (konu, metin) standart hale getirilebilir.

Avantajı:

- Gönderim zamanı CRM’de kayıt altına alınır,
- İlgili teklif kartına “gönderildi” bilgisi eklenir,
- Ekip içi şeffaflık artar.

6.3 Teklif Durumları: Taslak, Gönderildi, Onaylandı, Reddedildi

Her teklif için tipik durumlar:

- Taslak: Henüz müşteriyle paylaşılmamış, üzerinde çalışılan teklif.
- Gönderildi: Müşteriye resmi olarak iletilmiş.
- Onaylandı: Müşteri tarafından kabul edilmiş; operasyon/sipariş süreci başlayabilir.
- Reddedildi: Müşteri tarafından olumsuz yanıt alınmış veya süreç kapanmış.

“Reddedildi” durumunda, mümkünse sebep kodu seçilmelidir:

- Fiyat yüksek,
- Teslim süresi uzun,
- Rakip tercih edildi,
- Müşteri kararsız kaldı / vazgeçti.

Bu veriler, uzun vadede satış stratejisini şekillendirmek için kullanılır.

6.4 Takip Hatırlatmaları ve Görev Atamaları

Teklif gönderildikten sonra en kritik adım, takiptir.

ONE CRM’de:

- Teklif kartı üzerinden “Görev Oluştur” özelliği kullanılarak,
 - o Belirli bir güne “teklif takibi için arama” görevi atanabilir.
- Hatırlatma tarihleri ve bildirimler sayesinde,
 - o Hiçbir teklif takip edilmeyi “unutulmaz”.

Bu, özellikle yüksek hacimli lead/trafik alan sektörlerde (örneğin sağlık turizmi, fuar, B2B üretim) çok değerli bir pratiktir.

Tekliften Sipariş / Operasyona Geçiş

7.1 Onaylanan Teklifi Operasyona/Projeye Dönüştürme

Teklif durumu “Onaylandı” olduktan sonra:

- Teklif ekranından “Operasyon/Proje Oluştur” veya “Siparişe Dönüştür” butonu kullanılabilir.
- Sistem, teklif satırlarını ve müşteri bilgilerini operasyon/proje kaydına otomatik aktarır. Bu, veri girişini tekrar tekrar yapma ihtiyacını ortadan kaldırır ve hata riskini azaltır.

7.2 İlgili Departmanlara Bilgilendirme

Onaylanan teklifler:

- Operasyon ekibi,
 - Planlama,
 - Depo / üretim,
 - Finans / muhasebe
- gibi farklı departmanları doğrudan etkiler.

ONE CRM içinde:

- Proje/operasyon kaydı açıldığında ilgili kullanıcılara bildirim gitmesi,
 - Gerekirse e-posta ile bilgilendirme yapılması
- süreçlerin hızlı başlamasını sağlar.

7.3 Teklif – Fatura – Proje İlişki Haritası

Sağlıklı bir CRM yapısında her şey birbiriyle ilişkilidir:

- Teklif → Onay → Proje/Operasyon → Fatura

ONE CRM'de:

- Bir tekliften açılan proje,
- O projeden kesilen faturalar,
- Hepsi ilgili müşteri kartında ve birbirleriyle bağlantılı şekilde görülebilir.

Bu ilişki haritası:

- "Bu müşteriye bugüne kadar neler teklif ettik, neler sattık?" sorusuna net yanıt verir,
- Fiyatlandırma ve kârlılık analizlerini kolaylaştırır.

Satış Performansı ve Raporlar

8.1 Satışçı Bazlı Teklif Performansı

Raporlama modülü ile:

- Hangi satışçı kaç teklif hazırlamış,
 - Ne kadar tutarda teklif vermiş,
 - Ne kadarını kazanmış / kaybetmiş,
- gibi sorulara yanıt verilebilir.

Bu raporlar:

- Prim ve performans değerlendirmeleri için,
- Eğitim ve koçluk ihtiyaçlarını saptamak için kullanılır.

8.2 Aşama Bazlı Dönüşüm Oranları

Pipeline raporları ile:

- "Yeni Lead" → "Teklif Gönderildi" oranı,
 - "Teklif Gönderildi" → "Kazanıldı" oranı,
 - Her aşamadaki kayıp oranı
- hesaplanabilir.

Bu veriler:

- Nerede tıkanıldığını,
 - Hangi aşamada en çok fırsat kaybettiğinizi,
 - Süreci nerede iyileştirmeniz gerektiğini
- göstermesi açısından çok değerlidir.

8.3 Ortalama Teklif Onay Süresi

Raporlarda, teklifin:

- Oluşturulma tarihi ile
- Onaylanma tarihi arasındaki ortalama süre analiz edilebilir.

Bu sayede:

- Sektörünüze göre normal/uzun kabul edilebilecek onay sürelerini tespit edebilir,
- Süreci hızlandıracak aksiyonlar alabilirsiniz (daha net brief, standart paketler, vb.).

8.4 En Çok Teklif Verilen Ürün/Hizmetler

Stok & ürün kartlarıyla entegre çalışan raporlar üzerinden:

- Hangi ürün/hizmet için ne kadar teklif verildiği,
 - Hangi ürün/hizmetlerin daha çok onay aldığı,
 - Ortalama iskonto oranları
- görülebilir. Bu da:

- Ürün stratejisi,
 - Fiyatlandırma,
 - Kampanya planlaması
- açısından güçlü bir veri sağlar.

Satış Performansı ve Raporlar

Eğitim oturumlarında uygulanabilecek pratik bir çalışma:

1. Eğitmen, örnek bir müşteri senaryosu anlatır:

- o "X firmasından, 100 adet ürün / 1 adet hizmet talebi geldi. Bütçe aralığı şu, teslim süresi şu..."

2. Katılımcılardan istenir:

- o Bu müşteri için yeni bir fırsat oluşturmaları,
- o Fırsata lead/müşteri bağlamaları,
- o İlgili pipeline aşamasını seçmeleri.

3. Ardından:

- o Müşteri kartından yeni bir teklif oluşturmaları,
- o Ürün/hizmet satırlarını eklemeleri,
- o İskonto ve ödeme koşullarını belirlemeleri,
- o PDF'i üretim görüntülemeleri.

4. Son olarak:

- o Teklif durumunu "Gönderildi" olarak işaretlemeleri,
- o 3 gün sonraya "Teklif Takip Araması" görevi oluşturmaları istenir.

Bu uygulama sonunda satış ekibi:

- Fırsat yönetimini,
- Teklif oluşturma ve gönderme adımlarını,
- Takip ve görev yönetimini

ONE CRM üzerinde uçtan uca deneyimlemiş olur.