

Prospect (Triển vọng)

Trong CRM (Customer Relationship Management), **Prospect** là một thuật ngữ được sử dụng để chỉ một cá nhân hoặc tổ chức có tiềm năng trở thành khách hàng của công ty. Prospect thường nằm ở giai đoạn đầu trong quá trình bán hàng hoặc tiếp thị.

Đặc điểm của một Prospect:

1. **Tiềm năng trở thành khách hàng:**

- Prospect là đối tượng có khả năng mua sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn, nhưng chưa thực hiện bất kỳ giao dịch nào.

2. **Đã được nhận diện và phân loại:**

- Prospect khác với một **Lead** ở chỗ họ đã được đánh giá và xác định có nhu cầu hoặc khả năng tài chính phù hợp với sản phẩm/dịch vụ của bạn.

3. **Đang trong quá trình tương tác:**

- Prospect thường là đối tượng mà công ty đã bắt đầu tiếp cận, có thể qua email, cuộc gọi, hoặc gặp gỡ trực tiếp để tìm hiểu thêm về nhu cầu và khả năng mua hàng.

4. **Có nhu cầu hoặc quan tâm:**

- Prospect thường đã thể hiện một mức độ quan tâm cụ thể đến sản phẩm hoặc dịch vụ, ví dụ như gửi yêu cầu thông tin, tham gia hội thảo, hoặc truy cập trang web.

Quy trình chuyển đổi từ **Lead** sang **Prospect**:

1. **Xác định tiềm năng:**

- Lead (khách hàng tiềm năng) được đánh giá dựa trên thông tin đã cung cấp (ví dụ: vị trí địa lý, ngành nghề, nhu cầu, khả năng tài chính).
- Nếu đủ tiêu chuẩn, Lead sẽ được chuyển thành Prospect.

2. **Bắt đầu tương tác:**

- Giai đoạn này công ty bắt đầu các cuộc trò chuyện chi tiết hơn với Prospect để hiểu rõ nhu cầu và khả năng hợp tác.

3. **Xây dựng mối quan hệ:**

- Mục tiêu là thiết lập lòng tin và giải thích lợi ích của sản phẩm/dịch vụ để thuyết phục họ tiến thêm một bước trong hành trình mua hàng.

Phân biệt giữa Lead, Prospect và Customer:

Thuật ngữ	Định nghĩa
Lead	Một đối tượng có thể quan tâm đến sản phẩm/dịch vụ nhưng chưa được đánh giá cụ thể.
Prospect	Đối tượng đã được đánh giá có tiềm năng và đang trong giai đoạn tương tác để thúc đẩy giao dịch.
Customer	Đối tượng đã thực hiện giao dịch và trở thành khách hàng chính thức của công ty.

Vai trò của Prospect trong **VHTerp** CRM:

Trong **VHTerp** CRM, Prospect được quản lý trong danh sách khách hàng tiềm năng. Bạn có thể theo dõi các thông tin như:

- Nhu cầu sản phẩm/dịch vụ.
- Mức độ quan tâm.
- Lịch sử tương tác.
- Tiến độ trong quá trình chuyển đổi thành khách hàng.

Tóm lại:

Prospect là một cá nhân hoặc tổ chức có khả năng và ý định mua hàng nhưng chưa hoàn tất giao dịch. Đây là giai đoạn quan trọng trong quy trình bán hàng, nơi bạn cần tập trung vào việc hiểu nhu cầu, xây dựng mối quan hệ, và thúc đẩy họ tiến đến giai đoạn mua hàng.