



Czy warto robotyzować działy sprzedaży?

data aktualizacji: 2024.04.07



RPA, czyli Robotic Process Automation, to rewolucyjne rozwiązanie technologiczne polegające na zastąpieniu pracy ludzi pracą robotów. Dzięki temu narzędziu istnieje możliwość znaczącego usprawnienia realizacji wielu procesów biznesowych. Jednym z działów, który podlega robotyzacji w wielu przedsiębiorstwach, jest dział sprzedaży. Jakie korzyści płyną z robotyzacji działu sprzedaży? Garść wartościowych informacji na ten temat prezentujemy w niniejszym poradniku.

Czym jest RPA - Robotic Process Automation?

Robotyzacja to pojęcie pochodzące z języka angielskiego - RPA, Robotic Process Automation, czyli zrobotyzowana automatyzacja procesów biznesowych. Jest to niezwykle zaawansowana, rewolucyjna technologia pozwalająca na znaczne usprawnienie realizacji powtarzalnych zadań w ramach przedsiębiorstwa. Dzięki temu zadania, które dotychczas wykonywali zatrudnieni w firmie ludzie, mogą być wykonywane przez uprzednio zaprogramowane roboty, boty bądź wirtualnych asystentów.

Robotyzacja może obejmować wszelkiego rodzaju procesy, w których występują powtarzalne sekwencje. Współczesne technologie w zakresie robotyzacji są na tyle zaawansowane, że dają stuprocentową pewność co do tego, iż cała procedura zastąpienia ludzi robotami przebiegnie bez jakichkolwiek komplikacji czy awarii.

Robotyzacja procesów biznesowych - jakie korzyści przynosi?

Liczba argumentów przemawiających za tym, dlaczego warto zdecydować się na robotyzację procesów biznesowych, jest naprawdę ogromna. Jednym z atutów tego rozwiązania jest fakt, iż **zaprogramowane roboty mogą wykonywać bardzo zróżnicowane, powtarzalne czynności zdecydowanie szybciej od ludzi.** To z kolei skutkuje tym, iż przedsiębiorstwo może odnosić wiele wymiernych korzyści.

Roboty w porównaniu z ludźmi są w stanie wykonywać swoje zadania bez jakichkolwiek przerw, czyli 24 godziny na dobę, 365 dni w roku. Wyróżnia je wysoki poziom wydajności i sprawności, zaś ich najistotniejszym atutem w porównaniu z ludźmi jest to, że nie spóźniają się oraz nie potrzebują urlopów. Warto też nadmienić, że człowiek po kilkunastu godzinach pracy ma skłonność do popełniania błędów czy pomyłek. Jeśli pewne procesy biznesowe zostaną objęte robotyzacją, wówczas ryzyko występowania tego typu sytuacji zostanie ograniczone prawie do zera.

Dodatkowo, pracownicy, którzy zostaną odciążeni przez roboty, będą mogli zacząć wykonywać inne, ambitniejsze zadania, dzięki temu poprawi się ich samoocena i motywacja do pracy.

Robotyzacja działu sprzedaży - czy warto?

Jednym z najważniejszych działów w każdym przedsiębiorstwie jest dział sprzedaży. Czy **robotyzacja działu sprzedaży to dobry pomysł?** Zdecydowanie tak. Procesy sprzedażowe powinny być traktowane przez właściciela firmy w sposób wyjątkowy. Jest to oczywiście związane z tym, iż to ten obszar przedsiębiorstwa ma ogromny wpływ na satysfakcję klientów.

Automatyzacja procesów sprzedażowych może doprowadzić do wzrostu precyzji i jakości, a także ograniczenia skali ludzkich błędów. Robotyzacja prowadzi także do poprawy efektywności. Dodatkowo, odpowiednie rozwiązania w zakresie robotyzacji mogą też posłużyć do wnikliwego analizowania danych dotyczących klientów oraz ich zachowań. To z kolei stanowi szansę na tworzenie personalizowanych ofert oraz strategii w zakresie sprzedaży.

Robotyzacja - które procesy może obejmować?

Jeśli chodzi o **błędy w robotyzacji**, jednym z najważniejszych może być to, że w niektórych przedsiębiorstwach nie przeprowadza się szczegółowej analizy na temat tego, które procesy powinny zostać nią objęte. Trzeba pamiętać o tym, że RPA można wdrożyć tylko w określonych procesach spełniających określone kryteria. Wynika to oczywiście z faktu, że jest określona grupa czynności, które mogą wykonywać wyłącznie ludzie, a zastąpienie ich robotami nie będzie możliwe przez jeszcze bardzo długi czas. Do procesów, które mogą być obejmowane robotyzacją, zalicza się wszystkie te, w których występuje powtarzalność pewnych sekwencji.

Material partnera.

Źródło: <https://www.infoilawa.pl/aktualnosci/item/74160-czy-warto-robotyzowac-dzialy-sprzedazy>