

CRM ANALÍTIC CUSTOMER INTELLIGENCE

GRUP 2

Cristian Puig Guillem

Joaquim Motger de la Encarnación

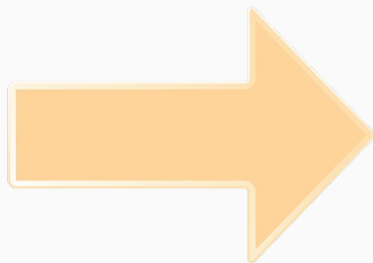
Albert Suàrez Molgó

INTRODUCCIÓ



**CRM
Operacional**

**Customer
Intelligence**



**CRM
Analític**

ARTICLE 1

Gaining customer
knowledge through
analytical CRM

Publicació realitzada per **Emerald Insight**.

Redactat per dos membre de la **Universitat de Portsmouth (New Hampshire)**.

- Mark Xu.
- John Walton

Estudi de caire acadèmic que explica la necessitat d'evolucionar cap a un tractament **analític** i orientat a la definició de la **estratègia**.



CRM ANALÍTIC

ARTICLE 1

➔ La necessitat del CRM

De la informació al
coneixement

Procés crític i infravalorat

Tipus de CRM

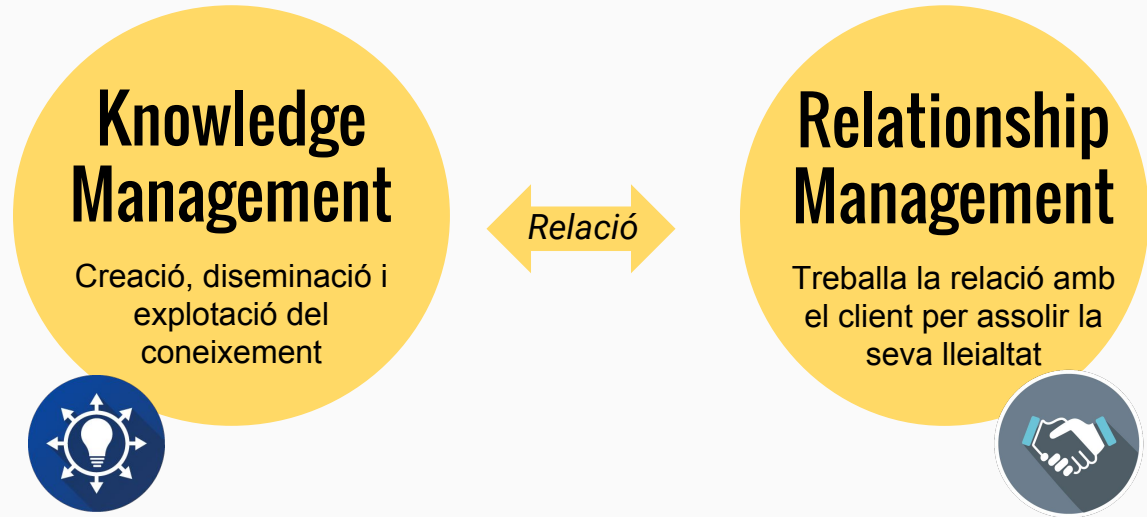
El model del CRM Analític

Identificació de clients

Segmentació de clients

Patrons de comportament

L'objectiu és aconseguir i retenir clients mitjançant la **satisfacció** i la **lleialtat** dels mateixos



S'ha d'entendre la **necessitat** d'obtenir coneixement real sobre els clients, i aplicar-ho en la seva relació.

CRM ANALÍTIC

ARTICLE 1

La necessitat del CRM

De la informació al
coneixement

Procés crític i infravalorat

Tipus de CRM

El model del CRM Analític

Identificació de clients

Segmentació de clients

Patrons de comportament

El **client** juga un paper essencial. L'emmagatzematge de les seves dades, el tractament adequat i la seva classificació són aspectes claus



Es necessita incidir en el **Customer Knowledge Management** (CKM). Treballar per aconseguir coneixement sobre el client

CRM ANALÍTIC

ARTICLE 1

La necessitat del CRM

De la informació al
coneixement

➔ **Procés crític i infravalorat**

Tipus de CRM

El model del CRM Analític

Identificació de clients

Segmentació de clients

Patrons de comportament



- **CRÍTIC**

Xifres al voltant del **80%** de fracàs.

- **INFRAVALORAT**

L'estratègia queda en un **segon pla**.

CRM ANALÍTIC

ARTICLE 1

La necessitat del CRM

De la informació al
coneixement

Procés crític i infravalorat

➔ Tipus de CRM

El model del CRM Analític

Identificació de clients

Segmentació de clients

Patrons de comportament



CRM Operacional

Es recull la informació,
s'organitza i
s'emmagatzema



CRM Analític

Extreure informació dels
clients per millorar
l'estrategia

CRM Col·laboratiu

Ofereixen una gran
adaptabilitat i
extensibilitat



eCRM

Permeten l'accés a la
informació des de
qualsevol punt intern i
extern



CRM ANALÍTIC

ARTICLE 1

La necessitat del CRM

De la informació al
coneixement

Procés crític i infravalorat

Tipus de CRM

➔ **El model del CRM Analític**

Identificació de clients

Segmentació de clients

Patrons de comportament



CRM ANALÍTIC

ARTICLE 1

La necessitat del CRM

De la informació al
coneixement

Procés crític i infravalorat

Tipus de CRM

El model del CRM Analític

➔ **Identificació de clients**

Segmentació de clients

Patrons de comportament



Clients d'alt valor

Clients on la **tasa de
retorn** és molt alta



Benchmarks

Clients representants
d'un **perfil, rol o sector**

Inspiradors de canvi

Clients que **estimulen** la
creació nous productes
o aporten idees



Alt volum de despeses fixes

Clients amb un gran
volum de despesa
segura



CRM ANALÍTIC

ARTICLE 1

La necessitat del CRM

De la informació al
coneixement

Procés crític i infravalorat

Tipus de CRM

El model del CRM Analític

Identificació de clients

➔ **Segmentació de clients**

Patrons de comportament



Informació

Relació amb el client,
grau de satisfacció, etc.

Genera



Perfils

Segmentació del client a
l'empresa



VALOR

Aporta tant a nivell operacional com a coneixement dels clients d'una empresa.



CRITERIS

La tasa de retorn, la satisfacció, la lleialtat, etc.



AVANTATGES

Tractar millor als actuals clients i saber atraure'n de nous.

CRM ANALÍTIC

ARTICLE 1

La necessitat del CRM

De la informació al
coneixement

Procés crític i infravalorat

Tipus de CRM

El model del CRM Analític

Identificació de clients

Segmentació de clients

 **Patrons de comportament**

L'**objectiu** es detectar i establir patrons de comportament dels clients.

- **Seleccionar** un grup d'estudi.
- Decidir **que** volem saber i **com** ho aconseguirem.
- Iniciació del **monitoring** o **tracking** d'aquest comportament per la recollecta d'informació.
- **Extreure** patrons de comportament i **reaccions** dels clients.
- CRM detecta possibles **comportaments** i **accions** derivats dels patrons obtinguts.

ARTICLE 2

Customer Intelligence:

El cervell del CRM

Més enllà del CRM

Publicació on s'introdueix el concepte de **Customer Intelligence** i es detalla precisament.

En primer terme es defineix un conjunt de **preguntes** i **conceptes** clau a l'hora de dissenyar la CI en la nostra empresa.

● Rafael Mombiedro.

En segon terme presenta la idea de com pot **no** ser necessària la implantació d'un CRM Analític.

● Todd Stein.



CUSTOMER INTELLIGENCE

ARTICLE 2

Sobre el client

Sobre la relació amb el client

Sobre l'entorn

CRM Analític vs CI

Àrees d'anàlisi

El suport de la CI

● **Qui són els meus clients?**

La necessitat de la segmentació dels clients i la personalització.

● **Són fidels els meus clients?**

Mesurar la fidelitat i veure el perquè.

● **Clients més valuosos?**

Detectar els clients més importants i saber-los cuidar.

CUSTOMER INTELLIGENCE

ARTICLE 2

Sobre el client

→ **Sobre la relació amb el client**

Sobre l'entorn

CRM Analític vs CI

Àrees d'anàlisi

El suport de la CI

- **Estan satisfets?**
Utilitzar els clients fidels com medi per controlar les àrees de satisfacció.
- **Com tracto les crítiques del client?**
Disposar d'una estratègia capaç.
- **És eficaç l'adquisició de clients?**
Cal monitoritzar aquest procés i extreure conclusions.

CUSTOMER INTELLIGENCE

ARTICLE 2

Sobre el client

Sobre la relació amb el client

➔ **Sobre l'entorn**

CRM Analític vs CI

Àrees d'anàlisi

El suport de la CI

- **Quin suport dono als meus socis?**

Analitzar la informació que volem facilitar depenen de com volem que siguin els socis de l'empresa.

- **Quina és la competència?**

El punt de vista exterior és clau.

CUSTOMER INTELLIGENCE

ARTICLE 2

Sobre el client

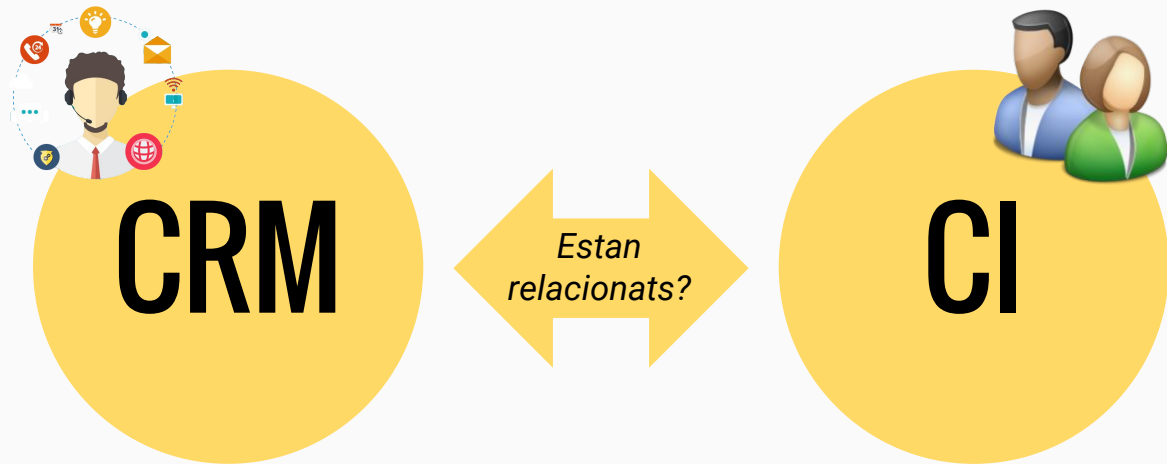
Sobre la relació amb el client

Sobre l'entorn

➔ CRM Analític vs CI

Àrees d'anàlisi

El suport de la CI



Definir una bona intel·ligència de client permet obtenir una **radiografia completa** del que està passant a l'empresa.

Té un cost **molt més reduït** que la implantació d'un CRM.

CUSTOMER INTELLIGENCE

ARTICLE 2

Sobre el client

Sobre la relació amb el client

Sobre l'entorn

CRM Analític vs CI

→ Àrees d'anàlisi

El suport de la CI



Cartera de clients

S'han d'establir formes de conèixer i analitzar els clients



Cross selling

Estudiar potencials compradors de nous productes

Mercat potencial

Conèixer el poder d'expansió de l'empresa al mercat



Geomarketing

Ofereix informació sobre la xarxa de l'empresa



CUSTOMER INTELLIGENCE

ARTICLE 2

Sobre el client

Sobre la relació amb el client

Sobre l'entorn

CRM Analític vs CI

Àrees d'anàlisi

➔ El suport de la CI

Són necessàries **eines de suport** que ens permeti recopilar, tractar i presentar la informació.

- **Datawarehouse.**
- Sistemes d'anàlisi **estadístic.**
- Minería de **dades.**

És crucial un *front-end* en un format **senzill, simple, sintètic i llegible.**



CONCLUSIÓ



CRM

Operacional i analític



CI

Necessària i vital



Èxit

Definir i estudiar-ho bé

PREGUNTES

● Considereu certa la següent afirmació?

La implantació d'un CRM analític és prescindible si definim una bona customer intelligence

● Quina creieu que serà la tendència de futur? Optar pel CRM analític com a solució estàndar en la majoria de casos, o buscar alternatives de planificació i estratègia?

● Com relacionarieu aquests 3 components?

CRM analític, Customer Intelligence, Customer Strategy



BIBLIOGRAFÍA

- "CRM Customer Intelligence = Customer Relationship Strategy - TechRepublic." TechRepublic. June 08, 2007. Accessed November 03, 2016. <http://www.techrepublic.com/article/crm-plus-customer-intelligence-customer-relationship-strategy/>
- "What Is Customer Intelligence (CI)? - Definition from WhatIs.com." SearchBusinessAnalytics. Accessed November 03, 2016. <http://searchbusinessanalytics.techtarget.com/definition/customer-intelligence-CI>
- "Customer Relationship Management (CRM)." : StraightMarketing.com : Strategic Internet Marketing. Accessed November 03, 2016. http://www.straightmarketing.com/customer_relations_management.asp
- "Types of CRM - Operational, Analytical, Collaborative." TechOneStop. December 09, 2015. Accessed November 03, 2016. <http://techonestop.com/types-of-crm-operational-analytical-collaborative>
- "CRM And The Crystal Ball Of Customer Behavior." CRM Switch. September 03, 2014. Accessed November 06, 2016. <https://www.crmswitch.com/crm-strategy/crm-customer-behavior-indicators/>