

**PRATICA MERCADEO RELACIONAL**

**Entregable 2**

**Análisis del impacto del sistema CRM en la gestión de clientes**

**INTEGRANTES:**

María Alejandra Marín Velásquez cc 1128481980

**PROFESORA:**

Catalina Acevedo Pineda

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER**

Medellín

2024

**SELECCIONE UN CASO REAL: TIGO COLOMBIA**

Tigo Colombia utiliza un sistema de Customer Relationship Management (CRM) para gestionar y mejorar su atención al cliente y la gestión de sus servicios, ya que antes de dicha implementación enfrentaba varios desafíos en la gestión de relación con sus clientes, operando con sistemas más fragmentados y menos integrados, lo que dificultaba la centralización de la información y la toma de decisiones basadas en datos precisos.

Marcelo Cataldo, el presidente de la compañía, asegura que dos fueron las prioridades para dar ese paso. Primero, centrarse en el cliente para atender todas sus necesidades y, en ese sentido, contratar la tecnología y las herramientas necesarias para lograrlo. Y, segundo, un fuerte trabajo de capacitación.

**INVESTIGUE Y RECOPILE INFORMACIÓN**:

Tigo Colombia ha mejorado significativamente la gestión de clientes a través de la implementación de sistemas CRM y la adopción de tecnologías de vanguardia. Uno de los principales enfoques de Tigo ha sido poner al cliente en el centro de sus operaciones, lo que les ha permitido diferenciarse en un mercado muy competitivo. Este enfoque, combinado con una infraestructura avanzada y una estrategia centrada en la conectividad, ha permitido una mejor personalización de servicios y una mayor satisfacción del cliente.

El uso de CRM ha facilitado la integración de servicios como su plataforma ONEtv, que combina contenido bajo demanda y televisión lineal, personalizando las recomendaciones de contenido basadas en los hábitos de consumo de los clientes. Esto demuestra cómo el CRM ayuda a Tigo a conocer mejor a sus usuarios, brindando experiencias más relevantes y adaptadas a sus necesidades​.

Además, Tigo ha mejorado la conectividad en zonas rurales, lo que ha sido clave para expandir su base de clientes. A través de alianzas estratégicas y una mejora en la infraestructura de red, el CRM de Tigo facilita no solo la gestión de relaciones con clientes en áreas urbanas, sino también la inclusión de poblaciones menos conectadas, aumentando la satisfacción y lealtad del cliente en todo el país​.

[Cuánto ha invertido Tigo en transformarse digitalmente (semana.com)](https://www.semana.com/empresas/articulo/cuanto-ha-invertido-tigo-en-transformarse-digitalmente/303565/)

[Tigo se posicionó como la empresa de telecomunicaciones con la mejor reputación (larepublica.co)](https://www.larepublica.co/empresas/tigo-se-posiciono-como-la-empresa-de-telecomunicaciones-con-la-mejor-reputacion-3472695)

[Tigo sigue conectando cada vez a más colombianos por primera vez a Internet (youtube.com)](https://www.youtube.com/watch?v=-vT6HrVatkM)

**IDENTIFICAR LAS MEJORAS CLAVE:**

* **Comunicación con el Cliente:** El CRM ha permitido a Tigo Colombia centralizar y organizar toda la información de los clientes, lo que facilita una comunicación más eficiente y efectiva. Esto ha mejorado la capacidad de responder rápidamente a las consultas y problemas de los clientes, aumentando la satisfacción del cliente.
* **Gestión de Datos:** Con el CRM, Tigo Colombia ha mejorado la gestión de datos al consolidar toda la información en una única plataforma. Esto ha permitido una mejor segmentación de clientes y una comprensión más profunda de sus necesidades y preferencia.
* **Interacciones Personalizadas:** El CRM permite a Tigo Colombia personalizar las interacciones con los clientes basándose en datos históricos y preferencias individuales. Esto ha llevado a campañas más efectivas y a una experiencia de cliente más personalizada y satisfactoria.
* **Retención de Clientes:** Al mejorar la comunicación, la gestión de datos y las interacciones personalizadas, Tigo Colombia ha logrado una mayor retención de clientes. Los clientes se sienten más valorados y comprendidos, lo que aumenta su lealtad hacia la empresa.

**DOCUMENTAR EL ANÁLISIS:**

Tigo Colombia, una de las principales empresas de telecomunicaciones del país, ha mejorado significativamente la gestión de clientes gracias a su sistema CRM. Este ha permitido una mayor personalización, optimización operativa y mejoras en la satisfacción y retención de clientes, impactando a usuarios según patrones de consumo y preferencias individuales, mejorando la experiencia del usuario y reduciendo la rotación de clientes, integrando todos los canales de atención en una plataforma unificada reduciendo los tiempos de respuesta y mejorado la satisfacción del cliente no dejando de desarrollar estrategias de fidelización, mejorando las tasas de retención en un 15%, ofreciendo servicios adicionales como internet en zonas rurales y aplicaciones de telemedicina, mejorando la satisfacción y la lealtad a largo plazo.

[Informe de gestión | Tigo (comunicacionestigo.com)](https://comunicacionestigo.com/informegestion/2022/informe.html?formCode=MG0AV3)

**SACA CONCLUSIONES:**

* Centralizar y organizar la información ha permitido a Tigo responder rápidamente a las consultas de los clientes, aumentando su satisfacción y confianza**.**
* Consolidar toda la información en una única plataforma ha mejorado la segmentación y la comprensión de las necesidades de los clientes, facilitando decisiones basadas en datos precisos.
* Utilizando datos históricos y preferencias individuales, Tigo ha logrado personalizar las interacciones con los clientes, mejorando la efectividad de las campañas de marketing y la satisfacción del cliente.
* Mejoras en comunicación, gestión de datos e interacciones personalizadas han resultado en una mayor retención de clientes, fortaleciendo su lealtad hacia Tigo.
* Estas mejoras han contribuido a optimizar las operaciones y a diferenciar a Tigo en un mercado competitivo, permitiéndole anticiparse a las demandas futuras y fortalecer su posición en el sector de las telecomunicaciones.
* Tigo debe mantener una actualización y adaptación continuas de su CRM para seguir ofreciendo un servicio personalizado y relevante.
* La implementación del sistema CRM en Tigo Colombia ha demostrado ser altamente efectiva para mejorar la gestión de clientes. Aunque enfrentaron desafíos durante el proceso, las estrategias adoptadas y el enfoque en el cliente permitieron superar las limitaciones. Los resultados reflejan una mejora significativa en la satisfacción y lealtad de los clientes, una optimización operativa y una posición más sólida en el mercado. Este caso resalta la importancia de invertir en tecnologías centradas en el cliente y de abordar proactivamente los desafíos asociados con su implementación.