

Identificación de sistemas CRM



Índice:

1. Concepto de CRM (Sistemas de gestión de relaciones con clientes)
2. Funcionalidades del CRM
3. Características del CRM
4. Revisión de los CRM actuales.

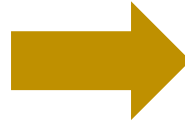
1. Concepto de CRM

- Objetivo de la gestión empresarial: **conseguir clientes** y, más importe, **mantenerlos**.
- **Fidelizar**: conseguir una venta recurrente en el tiempo, es decir, aplicar estrategias para que el cliente se convierta en habitual.
- Mantener un cliente es menos costoso que conseguir nuevos.
- Planteamiento empresarial basado **en el cliente** y no en el producto.

1. Concepto de CRM

ANTES

- Comercial con su cartera de clientes
- Libretas de pedidos
- Hoja de cálculo informática



AHORA

- Automatización de la fuerza de venta
- Sistemas apoyados en la movilidad
- Acceso desde cualquier dispositivo
- Gestión de todas las interacciones con el cliente

1. Concepto de CRM

- Un **sistema de gestión de las relaciones con el cliente o CRM** (*Customer Relationship Management*) es un software basado en la orientación al cliente que registra no solo su información de contacto, sino también todas las transacciones mantenidas con él.
- Los CRM proporcionan una visión global de la interrelación entre los productos, los servicios, **los clientes actuales y potenciales** (*prospects*) y los recursos de la empresa.

1. Concepto de CRM

- Los CRM engloban y centralizan las bases de datos de **las interacciones que se tienen con los clientes**.
- Proporcionan un conocimiento profundo del cliente y permiten **personalizar** las estrategias comerciales, de marketing y de servicio al cliente que puedan llevar a su **fidelización**.
- Son la evolución **inteligente** de las hojas de cálculo de gerentes, comerciales y otros profesionales.

2. Funcionalidades del CRM

- **Recopilar la información** de contacto de los clientes
- **Clasificar los clientes** (actuales vs. potenciales, por localización, tamaño, sector, etc.)
- **Gestionar oportunidades de venta**
- **Agilizar la gestión de las relaciones con el cliente** (plantillas personalizadas de e-mails y documentos como presupuestos u órdenes de compra)
- **Realizar el seguimiento** de las operaciones y del personal de ventas
- **Calendarizar y generar avisos** para las acciones de relación con los clientes
- **Obtener previsiones, estadísticas e informes**
- **Personalizar el trato** en el servicio de atención al cliente
- **Automatizar el marketing**

2. Funcionalidades del CRM

Cómo funciona un CRM

la base es la gestión del flujo de trabajo



2. Funcionalidades del CRM

- Al implantar un CRM obtenemos unas **analíticas** difíciles de conseguir por otros medios, logrando un **ROI** (*Return On Investment*) alto y en poco tiempo.

Por ejemplo:

- ❖ Tasa de retención de clientes
- ❖ Cantidad de nuevos clientes referenciados por clientes actuales
- ❖ Evolución del gasto de cada cliente
- ❖ Factor de reiteración de las compras del cliente

3. Características del CRM

Las 5 características que debe cumplir un CRM



4. Revisión de los CRM actuales

Sistemas de Gestión Empresarial - SGE



4. Revisión de los CRM actuales

Sistemas de Gestión Empresarial - SGE



Fuente: <https://www.capterra.com/customer-relationship-management-software>