



# SISTEMAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL

## UD2.1. SISTEMAS CRM

# CRM

Gestión de Relaciones con los Clientes.

No es un software, sino una idea o estrategia a seguir en la empresa apoyada por un cierto sistema o aplicación:

- Correo electrónico
- Posts en RRSS
- Aplicaciones o portales específicos



**Debe ser capaz de manejar la relación de la empresa con sus contactos**, esto es, usuarios, proveedores, clientes y clientes potenciales. Centraliza toda la información y organiza las actividades de forma ágil y transparente.

<https://www.obz.es/noticia/que-es-y-para-que-sirve-un-crm-averigua-si-necesitas-uno.html>

# ¿QUÉ ES UN CRM?

- Permite compartir y maximizar el **conocimiento de un cliente** dado y de esta forma entender sus necesidades y anticiparse a ellas.
- Recopila toda la información de las **gestiones comerciales** manteniendo un histórico detallado.
- Una solución CRM permite dirigir y gestionar de forma más sencilla las campañas de **captación de clientes** y de **fidelización**.
- Permite controlar el conjunto de **acciones** realizadas sobre los clientes o clientes potenciales, y gestionar las acciones comerciales a partir de un cuadro de mandos detallado.

# BENEFICIOS DE UN CRM

Estas son los beneficios que un CRM ofrece a las empresas:

- **Aumento del índice de fidelización de los clientes.** Fidelizar un cliente cuesta 5 veces menos a la empresa que la obtención de un nuevo cliente.
- **Ahorro de tiempo.** El software CRM permite la automatización de procesos, eliminando la necesidad de realizar tareas rutinarias y repetitivas. De este modo pueden centrarse en objetivos más estratégicos y productivos.
- **Optimización de la colaboración entre los servicios.** El software CRM desempeña un papel específico en todas las etapas del ciclo de venta. Su alcance incluye desde la obtención hasta la investigación de datos valiosos sobre los clientes. Al contar con un software CRM único, la información se difunde y la utilizan todas las áreas de la empresa.
- **Capacidad de respuesta.** Los datos recogidos por el software CRM permiten analizar los problemas comunes y facilitan una visión global de las incidencias, permitiendo también evaluar mejor las necesidades de los clientes y hacer un seguimiento de los procesos y del rendimiento.
- **Aumento de los beneficios de la empresa.** El software CRM permite desarrollar el valor de la cartera de clientes aumentando los márgenes.



# ALCANCE DE UN CRM

Una solución CRM abarca tres áreas clave:

- **Equipo de ventas**

- Toda la información integral del cliente es compartida mediante una única base de datos de clientes actualizada, lo que facilita el seguimiento comercial: organización de clientes potenciales, informes de visitas, toma de pedidos...

- **Marketing**

- El departamento de marketing dispone de una base única para proponer acciones destinadas a la captación y a la fidelización de cliente, como: planificar campañas, automatizar la creación de informes, medir la eficacia, segmentación y análisis de la rentabilidad, programas de captación, medida de resultados obtenidos, gestión de campañas...

- **Soporte y servicio al cliente**

- El CRM permite acceder a datos en tiempo real y ofrecer así un servicio personalizado: gestión de solicitudes de información, incidencias técnicas, planificación de intervenciones... De este modo, el soporte y el servicio al cliente se convierten en herramientas para mejorar la calidad y la eficacia de las operaciones, responder más rápidamente y poner en marcha acciones para satisfacer al cliente.

Fuente: <https://www.elegircrm.com>

# Funcionalidades y características de un CRM

- Gestión de datos
- Gestión de ventas
- Gestión de documentos
- Gestión de informes
- Gestión del marketing

Datos de los  
clientes

Análisis de  
datos

Segmentación  
de clientes

Automatización  
de procesos de  
ventas

Seguimiento de  
interacción con  
clientes

Atención al  
cliente

<https://www.vtiger.com/es/crm/how-crm-works/>

<https://www.obz.es/noticia/que-es-y-para-que-sirve-un-crm-averigua-si-necesitas-uno.html>

# FASES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CRM

- **Preparación** → Esta fase consiste en involucrar a los diferentes participantes del proyecto ofreciendo el impulso y las orientaciones estratégicas precisas para su puesta en marcha.
  - **Análisis** → Evaluación de las necesidades de los diversos usuarios directos (comerciales, marketing, soporte al cliente) e indirectos.
  - **Implementación** → Configuración de la aplicación y del planteamiento. La intervención técnica y funcional permite garantizar el éxito del proyecto.
  - **Puesta en marcha** → Formación inicial de los usuarios y la validación por parte de cada uno de ellos en su propio entorno. Realización de ajustes finales.
- Gestión de la transición** → Una vez efectuada la implementación, debe realizarse un seguimiento de la adopción de la herramienta, dar soporte a los usuarios y gestionar el mantenimiento de forma correctiva y evolutiva de la aplicación.

# TIPOS DE CRM

Podemos clasificar los CRM en función de 3 parámetros:

- Características
- Despliegue
- Código



# TIPOS DE CRM EN FUNCIÓN DE SUS CARACTERÍSTICAS

- CRM Operacional u operativo.
- CRM Analítico.
- CRM Colaborativo .

# CRM OPERACIONAL

Están centrados principalmente en los procesos comerciales.

Se destacan por la automatización de los procesos de venta, las opciones que brindan para sus campañas de marketing y la facilidad de gestión del servicio al cliente.

Es el tipo de CRM, de esta clasificación, más extendido, ya que está enfocados al área más importante para la mayoría de negocios: las ventas.

# CRM OPERACIONAL

Todo CRM se divide en 2 partes:

- **Front Office:** enfocada en la gestión comercial, el marketing y administración.
- **Back Office:** centrada en contabilidad y finanzas.

Todo CRM operativo enfoca sus esfuerzos en la parte de Front Office, y por eso son útiles para:

- Interactuar con prospectos para poner en marcha estrategias de ventas.
- Enfocar en un solo lugar toda la información de los prospectos y clientes.
- Crear campañas de marketing.
- Gestionar todos los procesos de postventa y atención al cliente.

# CRM OPERACIONAL

## **Ventajas de los CRM operativos**

Este tipo de CRM son bastante sencillos de usar y son los ideales si buscas una herramienta que te ayude a vender más y mejorar la comunicación de tu equipo.

## **Desventajas de los CRM operativos**

Para las organizaciones más grandes, que requieren módulos CRM complejos de facturación, acceso a una API u otras características avanzadas, se puede quedar un poco corto.

Los **CRM operativo** son ideales para empresas con equipos comerciales pequeños y medianos que necesitan la herramienta principalmente para mejorar su proceso de venta y gestionar el trato con clientes y quieren herramientas que sean sencillas y útiles.



# CRM ANALÍTICO

Los CRM analíticos están especialmente orientados al análisis y la recopilación de toda la información disponible del cliente.

Mediante informes, investigación e incluso Big Data, este software tiene como objetivo principal dar a la dirección una imagen detallada de cómo es su cliente y cuáles son las razones para comprarle y no comprarle.

# CRM ANALÍTICO

El CRM Analítico utiliza el modelo de negocio Business Intelligence.

Sus funciones, entre otras, son:

- Analizar el comportamiento del cliente para poder ofrecerles un mejor servicio.
- Diseñar acciones comerciales segmentadas.
- Evaluar y medir campañas de marketing y su eficacia.
- Estructurar en bases de datos toda la información procedente de los clientes.
- Trata de explotar y analizar toda la información que contiene las bases de datos sobre los clientes , para conocer estas y ofrecer soluciones comerciales adecuadas a sus necesidades.

# CRM ANALÍTICO

## **Ventajas de los CRM analíticos**

Pueden ayudar a extraer ideas de marketing muy interesantes a partir de datos de campañas anteriores y de la base de clientes actual.

## **Desventajas de los CRM analíticos**

Son muy complejos de usar y tienen una curva de aprendizaje muy elevada.

## **¿Que tipo de empresas se benefician de este tipo de CRM?**

Son ideales para empresas muy grandes, con presupuestos elevados en marketing y ventas y que sean capaces de sacar todo el potencial a este tipo de herramientas.

# CRM COLABORATIVO

Los CRM colaborativos están diseñados para facilitar la comunicación interna y permitir que todas las áreas del negocio participen en la relación con el cliente.

Gracias a ello se consigue una atención más personalizada y fluida a los problemas del cliente y un conocimiento completo del cliente por parte de todas las personas del negocio, independientemente de que trabajen en contacto con el cliente o no.



# CRM COLABORATIVO

- Se enfoca en la interacción, a través de diferentes canales de comunicación, entre la empresa y el cliente, lo que permite que se le ofrezca al cliente aquellos servicios o productos que se adecuan a sus necesidades.
- Se aprovecha la multitud de canales que ofrece un CRM gracias a las nuevas tecnologías: correo electrónico, chat, teléfono,....
- Con esto la empresa es capaz de centralizar y organizar toda la información y los datos que el cliente proporciona a través del CRM.
- Un CRM Colaborativo tiene dos funcionalidades clave:
  - Establecer una comunicación multicanal entre todos los departamentos de la empresa, así como interactuar con los clientes.
  - Mejorar la relación con los clientes de la organización.

# CRM COLABORATIVO

- **Ventajas de los CRM colaborativos**
- Facilitan la centralización de todas las comunicaciones con tus clientes en un único sitio.
- **Desventajas de los CRM colaborativos**
- Mientras que son ideales para empresas con mucho trato directo con clientes como call centers y similares, los CRM colaborativos se quedan cortos en su faceta de ventas.
- **¿En qué empresas encaja mejor un CRM colaborativo?**
- Los CRM colaborativos son herramientas perfectas para centralitas, call centers, empresas de soporte y todas aquellas que el grueso de su actividad se centro en la relación directa con clientes a través de distintos medios.

# TIPOS DE CRM EN FUNCIÓN DEL DESPLIEGUE

El despliegue de un software es el conjunto de actividades que permiten que esté disponible para los usuarios que lo van a utilizar.

Hay dos tipos de CRM, según su implementación:

- CRM local.
- CRM bajo demanda.

# CRM LOCAL /ON PREMISE

- Son aquellos cuya infraestructura, hardware, sistema operativo y software complementario se encuentran ubicados en las instalaciones del cliente.
- La principal ventaja es un mayor control de la herramienta.
- Por el contrario, el precio a pagar por este control es una herramienta con costes mucho más elevados para el usuario.
- Esta forma de despliegue está cayendo en desuso y ya más del 75% del mercado en España está bajo demanda.



# CRM BAJO DEMANDA/SaaS

- Son aquellos cuya infraestructura, hardware, sistema operativo y software complementario se encuentran en la nube y son gestionados por la empresa que ofrece el servicio, en lugar del cliente.
- Las dos principales ventajas de estos sistemas son que todo lo que se necesita para acceder a ellos es un dispositivo con conexión a Internet y que, a cambio de una tarifa mensual, los costos de la herramienta se reducen drásticamente en comparación con las opciones en las instalaciones.

# TIPOS DE CRM EN FUNCIÓN DEL CÓDIGO

Dependiendo del tipo de código, también existen 2 tipos de CRM:

- CRM de código abierto
- CRM propietario

# CRM DE CÓDIGO ABIERTO

- El software de código abierto se caracteriza por el acceso público y gratuito al código fuente de la aplicación.
- No es necesario pagar nada por su uso, más allá del precio de los servidores en los que lo instales.
- Las principales desventajas de estos sistemas son que tienden a tener menos funcionalidades, menos mantenimiento, menos seguridad y ningún tipo de soporte.

# CRM DE CÓDIGO PROPIETARIO

- Los CRM de este tipo son exactamente lo contrario: el código pertenece a su creador, quien cobra por su uso.
- Esto, que puede parecer una desventaja, es todo lo contrario, ya que al hacer negocios con la herramienta, la empresa que gestiona la herramienta se asegura de que ofrece la mejor funcionalidad, actualiza el software y que no hay problemas de seguridad.