

UF3. [PAC02] SOLUCIÓN

1.-¿Qué es un CRM?

CRM corresponde a las siglas **Customer Relationship Management**, gestión de las relaciones con el cliente, el CRM no es una nueva filosofía de trabajo u organización, sino el resultado de unir las antiguas técnicas comerciales de los pequeños establecimientos, con la tecnología de la información. El máximo objetivo del CRM es de disponer en cualquier momento toda la información sobre cualquier cliente, tanto para satisfacer las necesidades del cliente, como para obtener estudios de mercado que permitan unas mejores estrategias comerciales.

La definición de CRM (Customer Relationship Management) engloba 2 conceptos, el CRM hace tanto referencia a la estrategia de negocio focalizada hacia el cliente, como a toda las aplicaciones informáticas, tanto **software** como **hardware** conocidas como **front office** , necesarias para procesar, analizar y exponer la información resultante para medir y retroalimentar la estrategia de negocio desarrollada.

Existen multitud de definiciones acerca del CRM que expresan la esencia de la anterior definición, a continuación se exponen unas cuantas de ellas:

El CRM consiste en una estrategia de la organización en la cual centra sus esfuerzos en el conocimiento de sus clientes, detectando sus necesidades, aumentando su grado de satisfacción, incrementando su fidelidad a la empresa e incrementando la rentabilidad o beneficios del cliente a la empresa, mediante el análisis de las informaciones extraídas por los clientes desde los diferentes canales o medios de comunicación.

El CRM se refiere a aquellas aplicaciones que las empresas pueden utilizar para administrar todos los aspectos de sus encuentros con los clientes. Un sistema CRM puede incluir todo, desde tecnología para la recolección de datos en las llamadas telefónicas del área de ventas, hasta sitios web de autoservicio donde los clientes pueden aprender acerca de los productos y de su compra, o el análisis de los clientes y los sistemas de administración de campaña.

CRM es una estrategia general que permite a la empresa contactarse en forma eficiente con sus clientes. Así las soluciones CRM integran las tecnología de la información (TI) junto a la telefonía para que las compañías puedan identificar, atraer y aumentar la retención de clientes fieles a través de la administración de dicha razón.

El CRM es un concepto genérico en el que se denomina a las diversas soluciones de hardware y software que se están ofreciendo hoy en el mercado y, se centra en lo que estas empresas llaman el "front office" que integra a las áreas de ventas, marketing, publicidad, Internet, canales, etc. En conclusión, es la nueva generación informática y, se enfoca en las soluciones de negocios, ya que hasta hace poco estas empresas de hardware y software ofrecían en este campo solo productos aislados. La diferencia es que hoy se ha logrado integrar soluciones completas.

2.-Realiza una lista de CRM's disponibles actualmente en el mercado, junto con una pequeña descripción de cada uno de ellos.

- **PEOPLESOFT:** Esta herramienta se centra básicamente en ofrecer una solución que permite transformar un conjunto de datos complejos en información que será útil para establecer estrategias de negocios. Gracias a la implementación de esta aplicación, determinados sectores clave de la empresa orientados al clientes, como mercadotecnia, ventas y soporte logran acceder a la información precisa que será necesaria para gestionar la interacción con los clientes.
- **NAVISON:** una de sus características principales reside en que ofrece la posibilidad de conocer con antelación cuáles serán los resultados posibles de cualquier emprendimiento relacionado con el sector e-business. NAVISION es un sistema escalable, que crecerá de acuerdo al crecimiento de los negocios de la organización.
- **SOLOMON:** esta herramienta ha sido desarrollada en base a ofrecer un marco informático adecuado que permita que cada uno de los usuarios que utiliza el sistema pueda efectuar los cambios que crea convenientes , de manera sencilla y veloz, sin implicar una modificación en el código fuente de la aplicación.

Solomon está en constante contacto con bases de datos y ofrece la posibilidad de generar proyecciones de negocios a futuro.

- **mySAP CRM:** proporciona un conjunto de herramientas que ofrecen al solución adecuada para centrar los objetivos en los clientes, mejorando así el nivel de eficacia de la compañía. La mayor ventaja de mySAP CRM reside en que se halla constituido por tres tipos de herramientas definidas que permiten el trabajo en conjunto. Son las herramientas operativas, analíticas y cooperativas.