

Ingeteam	ACTA DE REUNIÓN	
IPT_ACRM_ACT_150520_Marketing.doc	<i>Proyecto CRM – Marketing</i>	20/05/2015

EMPRESAS / ORGANISMOS	Ingeteam (IPT – FV)
	Content-SORT

ASISTENTES	Juan Carlos Jadraque	Ingeteam (IPT – FV)
	Irene Marín	Ingeteam (IPT – FV)
	Aitor Amundaráin	Ingeteam (IPT – FV)
	Carlos Lezana	Ingeteam (IPT – FV)
	Ignacio Parres	Content SORT

FECHA DE LA REUNIÓN	20/05/2015	Comienzo	9:30
LUGAR DE LA REUNIÓN	Ingeteam (IPT – FV) – Sala 21	Finalización	12:30

ASUNTOS	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de formación y newsletters • IngeFlash • Encuestas y regalos de Navidad • Ferias
----------------	--

CONTENIDO DE LA REUNIÓN

La reunión se inicia con Aitor Amundaráin para tratar el tema de los cursos de formación y las Newsletters procedentes del formulario de inscripción de la web FV Formación (<http://www.ingeconsuntraining.info>). Hay cursos públicos, para usuarios registrados, y para internos.

Newsletters de cursos

Aitor dispone de una base de datos de clientes (usuarios web que, o bien se han registrado en un curso, o bien se han suscrito al servicio de newsletter de la web), enviando Newsletters sobre cursos.

También se encarga de maquetar el HTML del email que se enviará como newsletter.

IngeFlash

Aitor también se encarga del envío de las noticias internas a empleados (IngeFlash), que están en inglés al ser de carácter global. Para nutrir de contenidos (noticias internas) a IngeFlash, acude a dos fuentes:

- Jefes de producto de I+D (MBA, JB, FJA, IAE, MEF, LN, siendo RGS el responsable del grupo)
- Comercial (JVV principalmente, aunque JLP, JCL y CLV pueden también generar noticias)

Se propone crear un nuevo Workflow mensual para la gestión automática de las noticias IngeFlash, incorporando a estas dos áreas de forma planificada para la creación de los contenidos.

Ingeteam	ACTA DE REUNIÓN	
IPT_ACRM_ACT_150520_Marketing.doc	<i>Proyecto CRM – Marketing</i>	20/05/2015

Encuestas y regalos de Navidad

Irene Marín se incorpora después a la reunión, explicando su responsabilidad para las campañas de envío de encuestas y de regalos a clientes.

Actualmente ambas campañas se arrancan en Navidad. Para ello dispone de una base de datos de clientes propia que actualiza mediante consultas actualizadas de SAP.

Para las encuestas dispone de una aplicación que le genera la encuesta de forma automática en formato PDF (formulario editable). Estos PDFs, una vez cumplimentados, los importa en la aplicación y puede descargar todos los datos en formato Excel.

Para saber a qué clientes enviar encuestas o regalos, aplica las siguientes reglas:

- ENCUESTAS: clientes que han comprado algún equipo en los dos últimos años (SAP), y que no han realizado la encuesta en los últimos 12 meses
- REGALOS: envía a la dirección de IPT-FV una lista de los contactos de clientes que han comprado algún equipo en los dos últimos años (SAP), que han recibido un regalo el año pasado, y de nuevos clientes que considere de interés.

Por lo tanto, en el CRM se requerirá disponer de los correspondientes INFORMES equivalentes para poder gestionar las encuestas y los regalos de Navidad. Además de las correspondientes tareas planificadas.

Además, aprovechando las capacidades del CRM, se podrán hacer encuestas sin tener que esperar a la campaña de Navidad. Para ello, siempre que un KAM vaya a realizar una **visita a un cliente** que cumpla con las condiciones anteriores, al KAM se le enviará una alerta para que pueda enviar la encuesta al Cliente de forma automática (nuevo Workflow).

Ferias

Para este tema se incorpora Carlos Lezana a la reunión, que junto con Irene se analizan las necesidades.

Para la gestión de ferias Irene realiza multitud de tareas de gestión, previas a la feria (montaje, logística, equipos y promoción), y post-feria.

Las tareas de promoción identificadas para su incorporación a la plataforma CRM como herramienta de ayuda son:

- **Mailing:** Envío de información sobre la feria a todos los Clientes. Deberá permitir segmentar desde la *BD2 Contacts* para hacer el mailing.
- **Notas de prensa:** integración con la *BD6 News*. Identificándose un WF con los siguientes campos: Nombre feria, lugar, fecha, nº stand, equipos, eventos. Con esto Carlos Lezana elabora un plan de comunicación a medios. Es por ello que se identifica un nuevo tipo de empresa “Medios de comunicación” que deberán poder incorporarse a la *BD1 Companies*.

Para ello se creará en el CRM una campaña de tipo Feria.

En cuanto a la post-feria, Irene elabora un INFORME POST-FERIA que incluye: estadísticas, resumen comercial, fotos, análisis de competencia, tendencias de mercado, incidencias y sugerencias de mejora. Y finaliza con un mailing a todas las empresas que han visitado el stand de IPT-FV con una **carta de agradecimiento**. Esto se convertirá en una tarea planificada en el CRM dentro de la campaña de una feria, que requerirá de dos pasos:

1. Alta de nuevos contactos (BD2 Contacts + BD1 Companies)
2. Envío de la carta de agradecimiento (que se convertirá en una “actividad comercial”, de forma que los KAMs correspondientes estarán informados)

Ingeteam	ACTA DE REUNIÓN	
<small>IPT_ACRM_ACT_150520_Marketing.doc</small>	<i>Proyecto CRM - Marketing</i>	20/05/2015

PROXIMAS ACCIONES

- Carlos Lezana enviará a Ignacio Parres (IPG) una plantilla de Nota de Prensa.
- Irene y Carlos enviarán a IPG la base de datos de Medios de Comunicación para verificar que la BD1 puede incluir este tipo de empresas.
- Irene facilitará a IPG:
 - Base de datos de clientes
 - la Hoja de registro de visitantes
 - algún Informe post-feria
 - plantilla de carta de agradecimiento
 - modelo de encuesta 2014
 - Nuevo formato de la encuesta para el futuro CRM (cambios sobre el actual)
- Aitor Amundaráin enviará a IPG
 - su lista de Clientes para poder identificar que datos se utilizan y cuáles son necesarios para la segmentación a la hora de enviar Newsletters
 - plantilla de newsletter real
 - una newsletter real con contenidos reales
 - plantilla de noticia interna (IngeFlash)
 - una noticia interna real con contenidos reales