

# Customer Relationship Management

• • •

Trabajo realizado por Juan José Berenguer Beneyto y  
Fernando Quilez Esquitino

## **CRM(Customer Relationship Management)**

El CRM es un software para la administración de la relación con los clientes. Sistemas informáticos de apoyo a la gestión de las relaciones con los clientes, a la venta y al marketing. Con este significado CRM se refiere al sistema que administra un almacén de datos con la información de la gestión de ventas y de los clientes de la empresa.

CRM es una estrategia de negocio que pretende asegurar que cada interacción con el cliente sea manejada de una manera apropiada, generando ventas de productos en todos los casos posibles, buscando obtener datos relevantes y consistentes sin importar el canal de comunicación que se haya utilizado.

El objetivo primordial de un CRM es identificar aquello que genera valor para el cliente, para luego proporcionárselo en el momento y lugar oportuno, y aunque cada cliente puede poseer un punto de vista diferente con respecto al valor, siempre existirán conceptos y apreciaciones comunes. En este contexto, las empresas deben satisfacer los conceptos de valor comunes para cada grupo de clientes y brindarles los servicios que verdaderamente requieran.

El empleo de las nuevas tecnologías de la información acopladas a un CRM permite, entre otras cosas:

- .. Conocer a nuestros clientes actuales y potenciales y sus posibles comportamientos dándoles los servicios que valoran y ofreciéndoles los productos que desean comprar.
- .. Tener una única visión del cliente en la organización, un único lenguaje, incrementando la eficacia de la empresa, mejorando la atención al cliente y el ahorro de tiempo.
- .. Ahorrar dinero, diferenciando acciones de marketing para cada segmento de mercado.
- .. Conocer, a priori las probabilidades de éxito de una campaña en cada segmento, anticipando comportamientos.
- .. Conocer el valor actual y potencial del cliente, lo que permite desarrollar planes de fidelización personalizados y desarrollar ventas cruzadas.
- .. Gestionar y desarrollar campañas proactivas eficientes de marketing

El hecho de conocer en profundidad a los clientes debe usarse para:

- Usar las relaciones actuales para incrementar las ventas
- Usar la información para dar un buen servicio a los clientes
- Introducir nuevos procesos de ventas
- Crear valor y fomentar la fidelización
- Implementar soluciones proactivas

## Ejemplos CRM en el mercado

### - CRM de QAD:

Las soluciones CRM de QAD se encuentran estrechamente ligadas a su sistema ERP MFG / PRO lo que garantiza la integración de la información en todo el proceso de las misma. Estas soluciones brindan su apoyo en las siguientes áreas:

- “ Ventas: Permite información que sirve de base para conocer mejor al cliente, por ejemplo cuan rentable es, los productos que suele comprar y cuáles no compra. Adicionalmente, tiene un componente inteligente que permite detectar oportunidades de ventas y tener conocimientos de prospectos y de clientes, permitiendo realizar mejores segmentaciones de mercado y por ende un mejor posicionamiento de la empresa a lo largo del ciclo de ventas.
- “ Configuradores de producto: Si la empresa lo requiere existe un módulo que permite a los vendedores garantizar una correcta cotización y un tiempo de entrega adecuados a sus prospectos.
- “ Mercadotecnia: Otorga información de los clientes de la empresa, la cual es valiosa para generar campañas de mercadotecnia, como por ejemplo telemarketing o correo directo, convirtiéndose en un inteligente generador de oportunidades.
- “ Área de servicio al cliente: Componente que se integra perfectamente con los servicios de post-venta , conocidos también como “Centros de Atención al cliente”, y permite agilizar todos los procesos, minimizando las posibilidades de descontentos de los clientes por llamadas o pedidos mal atendidos o atendidos a destiempo.

### - CRM PeopleSoft

PeopleSoft es una empresa que se caracteriza por proveer soluciones de aplicaciones e-Business para la optimización de la relación con el cliente (CRM), optimización de recursos humanos, finanzas y la cadena de suministros, además de una amplia gama de soluciones para la industria.

Esta solución permite el uso de portales personalizados y basados en roles, con escalabilidad y desempeño para clientes y empleados. A través de un navegador estándar y teniendo acceso a Internet, los usuarios internos (empleados) o externos (empleados o clientes) pueden acceder, manejar y administrar información empresarial crítica a cualquier hora y en cualquier lugar.

Los módulos que integran la solución CRM de PeopleSoft son los siguientes:

- “ Vantive eSales: Ofrece a los representantes y gerentes de ventas, así como a los diversos canales y/o socios de negocio, herramientas para la administración y manejo de las ventas, esto mediante el empleo de un navegador Web que se conecta en forma directa al módulo Vantive Sales.
- “ Vantive eService: Permite a los usuarios – sean empleados o clientes – acceder a PeopleSoft CRM desde cualquier lugar a través del Internet para resolver problemas, obtener información de productos, presentar casos y revisar el estado de los mismos.
- “ Vantive eFieldService: Permite a los técnicos de servicio de campo recibir y revisar sus tareas y asignaciones, verificar los contratos de nivel de servicio y actualizar las órdenes de servicio desde cualquier lugar donde tengan acceso a Internet.
- “ Vantive eHelpDesk: Permite a los empleados a través de Internet revisar el estado de los problemas y la información sobre activos, realizar búsquedas de información sobre productos y llevar a cabo consultas bajo parámetros existentes para resolver problemas.

#### **- My SAP CRM**

SAP ofrece una solución a la cual ha denominado “*mySAP Customer Relationship Management*” (mySAP CRM) y de acuerdo con ellos, esta solución elimina las barreras existentes entre las compañías y sus clientes a lo largo de todas las fases de la relación, desde la contratación del cliente y la negociación de transacciones a través del cumplimiento de órdenes y aseguramiento de la satisfacción del cliente.

MySAP CRM permite a las compañías establecer centros de interacción con el cliente, ofrecer funciones interactivas de autoservicio en la red (Internet), servicios administrativos, rango completo de los procesos de demanda, rastreo de información y solicitudes del cliente, así como una amplia variedad de aplicaciones y servicios hospedados a las empresas que buscan escenarios de colaboración para dar un valor agregado a sus clientes.

#### **- CRM Atento**

La empresa española “Atento” provee soluciones de subcontratación según las necesidades de los clientes en las áreas de Atención a Clientes a través de todos sus canales de contacto (telefónico, Internet, correo electrónico, fax, contacto directo y más).

Instalar la solución completa CRM de Atento toma entre 2 a 12 semanas, lógicamente esto depende de qué módulos se van a instalar y al igual que otras soluciones CRM, los módulos se instalan de acuerdo a las necesidades de la empresa, y por ende el retorno de la inversión realizada también depende de la empresa y la implementación realizada.

Los módulos que integran la solución CRM de Atento son los siguientes:

- “ Investigación de Mercado: Que permite entre otras cosas:
  - Diseño de Guiones
  - Estudios de satisfacción
  - Análisis de mercados
  - Estudios de opinión
  - Orientación de publicidad
  
- “ Ventas y Promoción
  - Diseño de Guiones
  - Concertación de visitas
  - Televentas
  - Marketing promocional
  - Apoyo logístico
  
- “ Servicio al Cliente / Atención de Reclamos: A través de éste componente se pueden atender:
  - Atención de consultas
  - Entrega de información
  - Atención / Seguimiento de reclamos
  - Help Desk
  - Soporte Postventa
  - Mesa Central
  
- “ Internet Contact Center: Componente que integra la aplicación con el mundo del Web
  - Apoyo e-commerce
  - Help Desk
  - Asistencia a navegantes ( Chat / Voice IP)
  - Respuesta a correos electrónicos

- “ Facturación y Cobranza: Módulo que permite realizar:
  - Análisis de cartera
  - Telecombranza
  - Facturación Inteligente
  
- “ FulFillment: Permite efectuar los procesos de:
  - Trámite de pedidos
  - Tracking
  - Almacenamiento
  - Logística / Distribución
  
- “ Fidelización: Módulo que basado en el análisis del comportamiento de los clientes, permite entre otras cosas:
  - Diseño y administración de programas de lealtad
  - Análisis de resultados
  - Tracking de Comportamiento de clientes
  
- “ Data Base Marketing / Data Mining: Módulo encargado de administrar toda la información de las bases de datos de la aplicación
  - Creación de bases de datos (Data Entry)
  - Administración de bases de datos
  - Actualización de bases de datos
  - Análisis y Depuración de bases de datos
  - Segmentación de listas para campañas