

Actividad | #2 | Gestión Externa- Sistemas CRM

(Gestión de la Relación con el Cliente)

Tecnologías de Información para los negocios

Ingeniería en Desarrollo de Software



TUTOR: Humberto Jesús Ortega Vázquez. _____

ALUMNO: Guadalupe Candelaria Bringas Soberanes. _____

FECHA: 20/10/2024. _____

Índice

● Introducción	1
● Descripción	2
● Justificación	3
● Desarrollo.....	4
Conclusión	5

Introducción

Los sistemas para la Gestión de Relación con el cliente (CRM) representan una estrategia empresarial que consiste en un cambio técnico, organizativo y de procesos. Todo esto con el fin de gestionar las relaciones con el cliente, centrándose en su conducta a través de sistemas de información y tecnología.

Estos sistemas tienen como objetivo la adquisición de nuevos clientes, su selección, identificación, segmentación y fidelización. Además, son vitales para mantener a los clientes ya existentes. Los componentes principales de las aplicaciones CRM incluyen administración de cuentas y contactos, ventas, mercadotecnia y cumplimiento, así como servicio y soporte al cliente, y programas de retención y lealtad.

Todo ello está dirigido a ayudar a que una empresa adquiera, refuerce y retenga las relaciones rentables con sus clientes como un objetivo vital del negocio.

¿cómo se podría aplicar estos conceptos y conocimientos a un negocio?

Proceso de ventas en un negocio: el primer paso para definir un proceso de ventas es comprender el recorrido que realiza el comprador. En este sentido. Los vendedores deben ayudar al comprador a través del proceso de compra. Por ejemplo:

- 1. El vendedor debe identificar al prospecto.**
- 2. Debe conectar con este.**
- 3. Necesita generar una reunión con el cliente potencial.**
- 4. Ofrece demos u otorga algún servicio llamativo (ofrecer descuentos, ofertas, etc.).**

Descripción

¿Qué es la gestión externa de una empresa?

Por su parte, la gestión externa conlleva analizar el valor de marca desde la perspectiva del cliente, así como determinar cuál es su relación con las actitudes y comportamientos del cliente y los resultados económicos y financieros que pueden atribuirse a la marca.

Un software de CRM (Customer Relationship Management) administra el día a día de las relaciones con los clientes, desde todas las áreas y a través de los diferentes canales.

El objetivo principal de un sistema de CRM es crear un sistema para las empresas (por lo general, los equipos de ventas y de marketing).

Estas son algunas funciones que ejemplifica para que sirve un CRM:

1. **Gestión de relaciones con los clientes:** el principal propósito de un CRM es gestionar las relaciones con los clientes. Esto proporciona una visión integral de cada cliente, lo que facilita la personalización de las interacciones y la creación de relaciones mas solidas y duraderas para una mejor experiencia del cliente.
2. **Mejora del servicio al cliente:** una plataforma CRM ayuda a mejorar el servicio al cliente al proporcionar un acceso rápido y completo a la información del cliente. Los representantes de servicio al cliente pueden acceder al historial de interacciones pasadas conocer las necesidades y preferencias del cliente y ofrece un servicio posventa más personalizado y eficiente.
3. **Optimización de ventas:** permite un seguimiento más efectivo de los proyectos, una gestión más eficiente del ciclo de ventas, optimiza el proceso de ventas, las segmentaciones de audiencias, el envío de campañas personalizadas y el análisis del rendimiento de las estrategias marketing para atraer nuevos clientes.
4. **Automatización de tareas y procesos:** la automatización permite que los equipos se centren en actividades más estratégicas y se reduzca la carga administrativa.
5. **Análisis y toma de decisiones basadas en datos:** n sistema CRM proporciona herramientas de análisis y generación de informes con el fin de evaluar el rendimiento de ventas, el éxito de la campaña de marketing y otros indicadores clave.

Justificación

¿Qué es Hubspot?

Hubspot es una plataforma para gestionar las relaciones con los clientes, conocido popularmente como CRM, (Customer Relationship Management), aunque en realidad va mucho más allá, ya que también es una plataforma de marketing, un CMS y mucho más.

Hubspot es la herramienta perfecta para la colaboración del equipo de marketing, ventas y atención al cliente. Permite trabajar un potencial cliente, desde su atracción, hasta su paso por las diferentes fases del inbound marketing.

Se trata de un software de gestión de contenido Premium para crear un sitio web que garantice a las empresas la conversión de leads en clientes. El CRM de HubSpot aloja la base de datos de contactos que pueden ser registros, oportunidades comerciales y cliente.

El objetivo de Hubspot es un software de operaciones que permite sincronizar, limpiar y organizar los datos de tus contactos, que e ayudara a automatizar fácilmente tus procesos comerciales.

Desarrollo

Hubspot comparte una base de datos que para que todos los equipos (marketing, ventas y servicios) estén actualizados y puedan enviar y detectar las oportunidades de venta sin tener que hacer este proceso manualmente.

Los ejecutivos de venta pueden obtener de manera inmediata sobre el contenido consumido por los usuarios y así ser capaces de detectar oportunidades de venta, saber dónde se encuentra en el recorrido y ver sus interacciones con tu marca.

The screenshot shows the HubSpot interface for the 'Contactos' (Contacts) section. At the top, there's a search bar and navigation links. Below, a table lists contacts with columns: NOMBRE, CORREO, NÚMERO DE TELÉFONO, PROPIETARIO DEL CONTACTO, and EMPRESA PRINCIPAL. Two contacts are listed: Brian Halligan and Maria Johnson. The interface includes various filters and action buttons like 'Importar' and 'Crear contacto'.

	NOMBRE	CORREO	NÚMERO DE TELÉFONO	PROPIETARIO DEL CONTACTO	EMPRESA PRINCIPAL
<input type="checkbox"/>	Brian Halligan (Sampl...	bh@hubspot.com	--	Sin propietario	hubspot.com
<input type="checkbox"/>	Maria Johnson (Samp...	emailmaria@hubspot.com	--	Sin propietario	hubspot.com

Conclusión

En resumen, implementar HubSpot CRM en una empresa puede tener un impacto positivo significativo en la generación de ingresos. Esta plataforma ofrece herramientas poderosas que pueden mejorar la organización, automatización y seguimiento de sus esfuerzos de ventas y marketing.

Su principal función es crear soluciones de comercialización con su entrada todo en uno, el software ofrece a sus clientes publicar su marca e imagen a través del software, es vender con las técnicas utilizadas, la herramienta permite crear contenidos de calidad a bajo costo, en el momento que el cliente contrata los servicios del software.

El CRM de Hubspot aloja la base de datos de contactos que pueden ser registros, oportunidades Comerciales y clientes.