

Un espacio para aprender que no es necesario ser una empresa grande para ser una Gran Empresa



Grandes Pymes

NOS COMPROMETEMOS Y TRABAJAMOS
EN EQUIPO CON EL CLIENTE.



Menu ☰



Por Karen Stark

Hay una amplia variedad de opciones disponibles para elegir un CRM, con una amplia variedad de cobertura funcional, flexibles, con una satisfactoria relación costo/eficiencia y que agregan valor al negocio. Los usuarios pueden optar por la instalación tradicional de un paquete, suscribirse a un servicio de pago por uso o, incluso, utilizarlo como un servicio a demanda.

Estas alternativas permiten que las empresas de todo tamaño, puedan analizar sus necesidades y encontrar las soluciones que mejor se adapten a sus necesidades, objetivos estratégicos y a los presupuestos disponibles para invertir.

A medida que las opciones crecen, la elección se hace un poco más compleja. Los responsables de comprar o buscar una solución tienen



Juan Carlos

Buscar...

**Sabemos de Pymes
podemos ayudar**

Consultoría Integral de Ges
Análisis económico finansi
Sistemas de Información
Liderazgo y Comunicació
Desarrollo de programas de Cap
Contáctanos: jvalda@grandespymes

que analizar los escenarios de negocios que le darán sustento a la inversión y, también, las fortalezas y debilidades de cada producto. Por ejemplo, hay muchos servicios de uso de CRM (Customer Relationship Management) pero no todos tienen una integración directa con los sistemas operacionales de la empresa. Hay software CRM bajo el modelo Software as a Service (SaaS- Software como servicio) que ofrece un amplio rango de posibilidades para personalización (customización) pero no es seguro que estos emprendimientos sobrevivan una vez que el mercado comience a consolidarse.

Un CRM alienta a la organización a administrar de manera más eficiente la relación con sus clientes, incluyendo la captura y análisis de información del cliente y el análisis necesario para usar los datos y generar mejor desempeño en las ventas.

ÁREA COMERCIAL

- Presentaciones personalizadas
- Ofrecer a cada cliente lo que necesita
- Disponer de toda la información para trabajar con nuevas oportunidades de negocios
- Concentrar los esfuerzos en los clientes que reportan más rentabilidad
- Acelerar el ciclo de ventas con operaciones más rentables

ÁREA MARKETING

- Campañas personalizadas para cada cliente
- Identificación de nuevos productos o servicios que los clientes demandan
- Diferente asignación de precios en función de la importancia de grupos de clientes
- Marketing interactivo con el cliente o "One to one"
- Segmentación enfocada en los clientes

ÁREA DE GESTIÓN

- Realizar análisis de las ventas
- Realización de previsiones tanto individualizadas como en conjunto
- Delegación y asignación de actividades

ÁREA DE SOPORTE

- Información en tiempo real sobre incidencias
- Conocimiento en todo momento del nivel de servicio contratado de cada cliente
- Disponer de toda la información para solucionar problemas con más rapidez y eficiencia
- Priorizar la atención a los mejores clientes



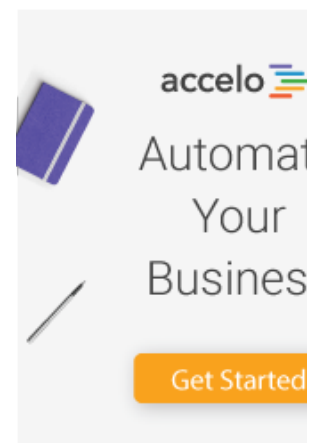
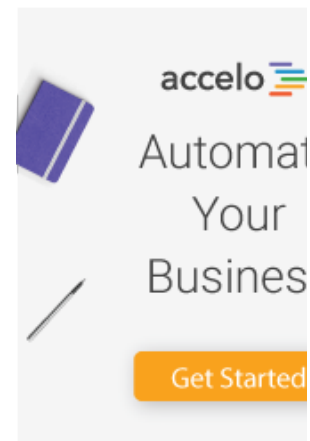
**Suscríbete
al Boletín**

Recibe cada día en tu correo, la mejor selección para tu Pyme o emprendimiento



*El conocimiento necesario
en un solo lugar*

Encuentre en
librosparapymes.com.ar
la mejor selección de libros de desarrollo
personal y empresarial, comunicación,
liderazgo, management, marketing
y negociación



QUEREMOS CONOCERTE

Te invitamos a realizar una encuesta
a través de e-encuestas.com

El sentido común dice que generar nuevos ingresos de clientes

existentes es mucho más económico que adquirir nuevos. Los especialistas dicen que el costo de adquisición nuevos clientes es de 3 a 5 veces mayor que el costo de retención.

En las circunstancias actuales es, cada vez más difícil, retener clientes. La red Internet hizo que los usuarios de productos y servicios sean cada vez más sensibles a los precios, propensos a los cambios y, sobre todo, puedan comparar rápidamente antes de comprar o decidir.

En un escenario tan competitivo, los que venden no solo deben diferenciarse por sus productos o sus precios, sino también por la experiencia de sus clientes. De hecho, la experiencia del cliente comienza a emerger como el más importante factor de diferenciación frente a la competencia. Las capacidades de anticiparse y responder a las necesidades del cliente separarán a los líderes del mercado del resto de los participantes.

Las aplicaciones CRM (Customer Relationship Management) soportan el crecimiento de los negocios en dos vías. Primero, estos sistemas permiten al personal de ventas y servicios disponer de información detallada acerca de las necesidades de los clientes. Además, ayudan a ofrecer productos y servicios acordes a esas necesidades.

La segunda vía por la que apoyan el crecimiento es mediante la información analítica que proveen acerca del comportamiento de los clientes. Por ejemplo, es altamente probable que los compradores de autos deportivos de color rojo sean prospectos de equipos de sonido de alta gama. Estas relaciones no siempre son evidentes. Las técnicas de minería de datos y las herramientas de análisis pueden revelar información sobre el comportamiento de los clientes y ayudar al crecer los resultados del negocio.

Los CRM's tienen aplicaciones de Call Center y de servicios al cliente (Customer Service) que permiten ofrecer y entregar productos con un alto grado de personalización ya que los representantes de servicios están en condiciones de conocer la historia de compras, el grado de satisfacción y los productos comprados por sus clientes.

En los últimos tiempos, las herramientas de CRM han ingresado en nuevas dimensiones de soporte a partir de las facilidades que brinda la Web 2.0 como por ejemplo, la integración con redes sociales, las comunidades on-line, los canales de distribución y los proveedores.

La tecnología avanzó para soportar estos requerimientos

GRANDES PYMES
CONSULTORIA Y
FORMACION

PUBLICA TUS ARTICULOS
EN GRANDES PYMES

BLOGS AMIGOS

Carrefour 



Sillón Estampado
Disbebé

29€

Hasta el 24 de Septiembre

Comprar

La tecnología avanza para soportar estos requerimientos.

Desde las primeras aplicaciones de Automatización de fuerzas de Ventas (SFA- Sales Force Automation) hasta el presente, los CRM's han evolucionado para incluir minería de datos, tableros de control, alertas, multimedia, integración con e-mail, formularios de libre diseño y otras funcionalidades más.



Los mejores sistemas de CRM permiten que las empresas que los utilizan, extiendan sus capacidades para:

- Ofrecer productos y servicios personalizados
- Integrar el CRM con las aplicaciones financieras
- Brindar servicios de comercio electrónico por Internet
- Mantener contacto con el cliente desde un centro de contacto (Contac Center) que incluya diferentes canales como el teléfono, el e-mail, la WEB y otros.
- Dar una visión 360° de los clientes
- Disponer de registros de seguimiento de todas las interacciones del cliente con la empresa
- Todas estas capacidades ayudan a construir una robusta relación de negocios y entregar productos y servicios con un alto grado de acierto por la personalización de la oferta.

Fuente: <https://www.evaluandocrm.com/eligiendo-el-mejor-crm-para-su-organizacion/>



Suscríbete a nuestro boletín y únete a nuestros suscriptores.
Si te gustó el artículo y la temática del Blog por favor sería muy interesante
para todos que nos dejes tu comentario. Además puedes recibir todos los
artículos completos en tu buzón de e-mail

Suscribiendote a nuestro boletín

Nombre *

Apellido *

Correo electrónico *

País *

Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos obligatorios
están marcados con *

Comentario

Nombre *

Correo electrónico *

Web

☐ Recibir un email con los siguientes comentarios a esta entrada.

☐ Recibir un email con cada nueva entrada.

☐ Sí, agrégame a tu lista de correos.

Este sitio usa Akismet para reducir el spam. [Aprende cómo se procesan los datos de tus comentarios.](#)