

Herramientas de Optimización y Automatización



JAVIER FERNÁNDEZ

Salesforce Coach

 Cloud Coachers

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Indice

I. Qué es un CRM

- Objetivo
- Qué cubre
- Posicionamiento
- Modelo actual vs modelo tradicional
- Fases del ciclo de vida del cliente
- IA
- Beneficios

2. Qué es un SCRM

- SCRM B2B & SCRM B2C

3. Marketing Automation

- Customer Journey
- Players Principales

4. Qué es un ERP

- Players Principales

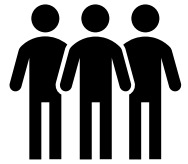
CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

¿Qué es un CRM?

- Es una plataforma que te ayuda a gestionar la interacción de una empresa con clientes actuales y potenciales. Utiliza el análisis de datos sobre el historial de los clientes con una empresa para mejorar las relaciones comerciales con los clientes, centrándose específicamente en la retención de clientes y, en última instancia, en impulsar el crecimiento de las ventas.

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

¿Qué es un CRM?



Customer



Relationship



Management

Mis clientes:

- B2B
- B2C
- Empleados

- Ventas
- Marketing
- Atención al cliente

Cómo gestiono mi negocio para asegurarme de que permanecen en el centro de todo.

1. Entiendo
2. Analizo
3. Reacciono

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Objetivo

Relación de larga duración
con la marca

LOYALTY + RETENTION



Oferta de mejores servicios
Identificación de nuevas
oportunidades de venta



TRAZABILIDAD

ACCESIBILIDAD



Conocimiento de mi cliente:

- Qué quiere
- Cómo lo quiere
- Cómo responde



A través de la tecnología
Personalización
+
Automatización

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Lead **Rachael Siegel** + Follow Edit Change Owner Clone

Title: Product Marketing Manager | Company: Outreach.io | Phone(2): (888) 938-7356 | Email: rachael@emailclient.com

Not S... | Atte... | Atte... | In Pro... | Close... | Close... | Mark Status as Complete

ACTIVITY | CHATTER | DETAILS | NEWS

Activity Timeline

Next Steps

Past Activity

We found no potential duplicates of lead.

Notes & Attachments (0)

Upload Files

Sales Executive Dashboard

A dashboard showing KPIs for sales pipeline analysis • As of 03/27/2015 at 3:30 PM • Viewing as Jason Dewar

Current Quarter Closed Pipeline
FQ1 2015 to date

Closing This Week

Top Deals

Total Amount Closed

Amount Closed by Rep

Deals Closed by Lead Source

Needs Analysis (3) | Value Proposition (2) | Proposal/Price Qu... (2) | Negotiation/Review (2) | Closed Won (18)

\$762,250 | \$250,000 | \$370,000 | \$395,000 | \$3,645,000

United Oil Plant Stand... | Get Cloudy - 24 Holid... | United Oil Refinery Ge... | United Oil Installations | Grand Hotels & Resorts ...

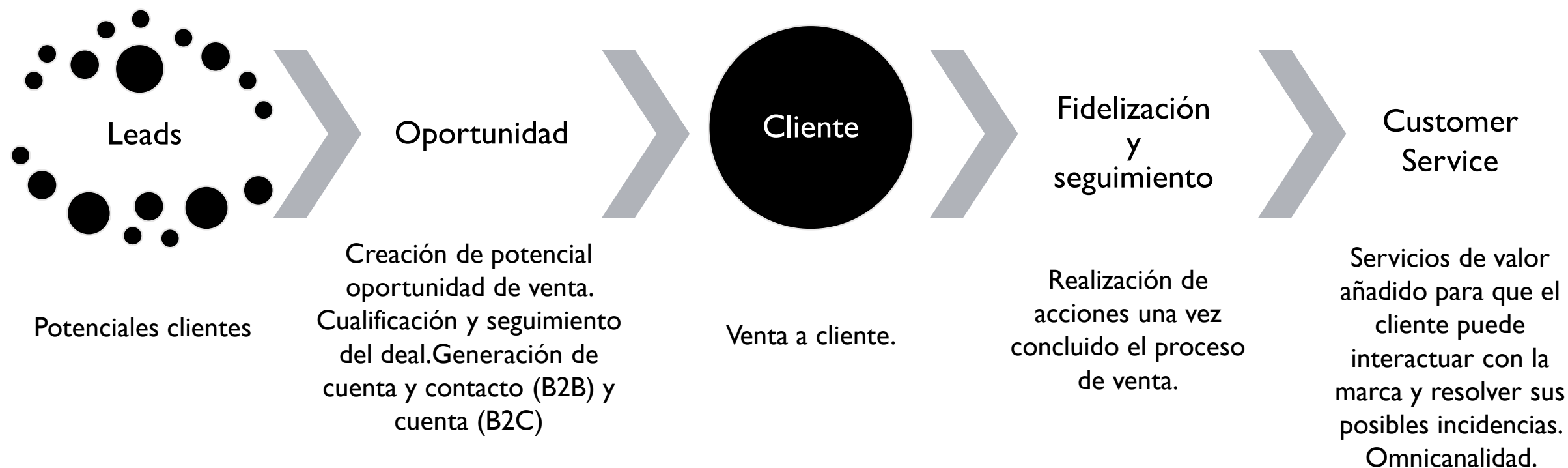
Get Cloudy - 30 Status... | Grand Hotels Guest Po... | University of AZ Install... | United Oil Office Porta... | Edge Emergency Ge...

Express Logistics Porta... | Express Logistics and Trans...

Leads, Oportunidades & Reports

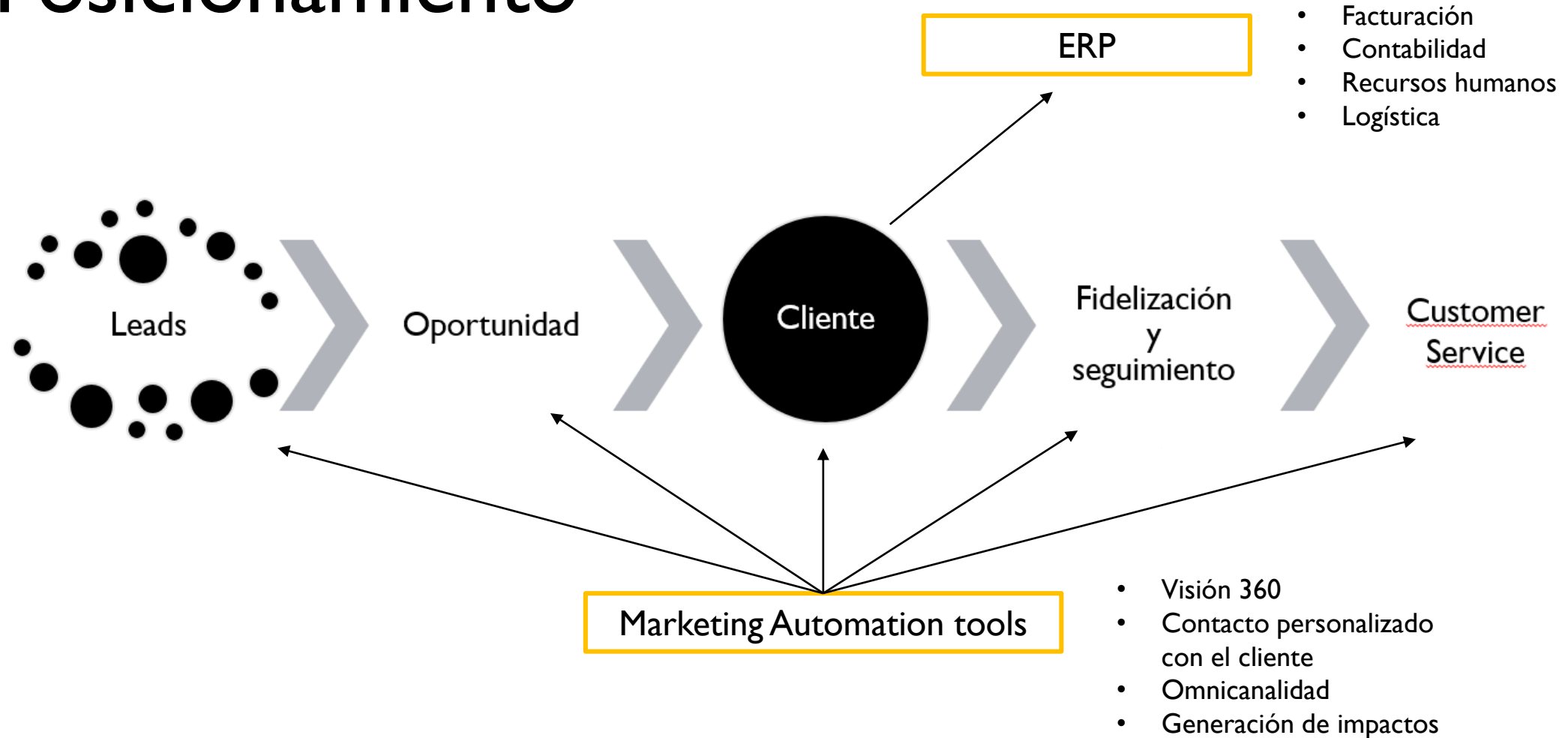
CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

¿Qué cubre un CRM?



CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Posicionamiento



CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

¿Hacia dónde vamos?

TRADICIONAL

- Soluciones on premise
- Gestión de la información de clientes
- Foco en el producto
- Escasa personalización
- Respuesta reactiva a comportamiento de cliente.

ACTUAL

- Soluciones Cloud
- Explotación de la información de clientes
- Omnichannel
- Foco en el cliente (Client centric)
- Máxima personalización
- Automatización de procesos
- Conocimiento global del cliente
- Uso de patrones de comportamiento
- Respuesta anticipativa, aprovechando un conocimiento exhaustivo y enfocado hacia el cliente

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

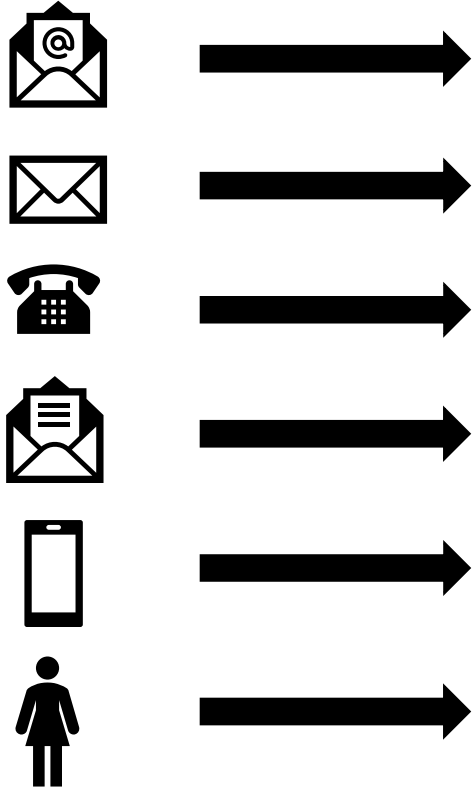
Modelo de relación con clientes (Tradicional)

- Clientes independientes
- Foco en el producto.
- No patrones de comportamiento.
- No visión 360.
- Canales de comunicación tradicionales



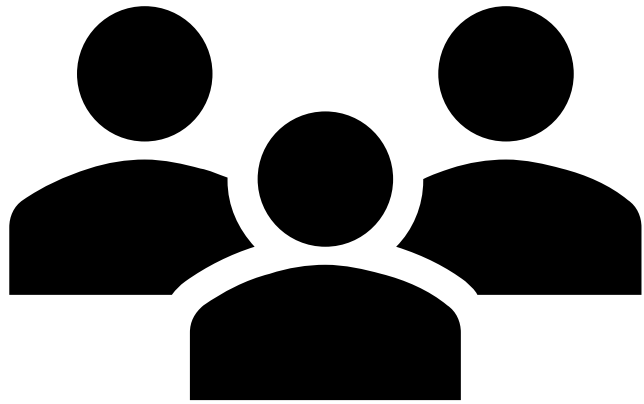
CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Modelo de relación con clientes (Tradicional)



- Canales trabajados de forma independiente
- No visión global del cliente
- Necesidad de trabajar nuevos canales
- Necesidad de poner foco sobre cliente en lugar de sobre producto
- Necesidad de procesamiento de la información con el objetivo de mejorar la experiencia de cliente.

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ



- Necesidad de trabajar la Omnicanalidad
- Foco en el cliente
- Análisis de comportamiento del cliente.
- Visión 360.
- Comunicación a tiempo real con el usuario.

Modelo de relación con clientes (Actual)

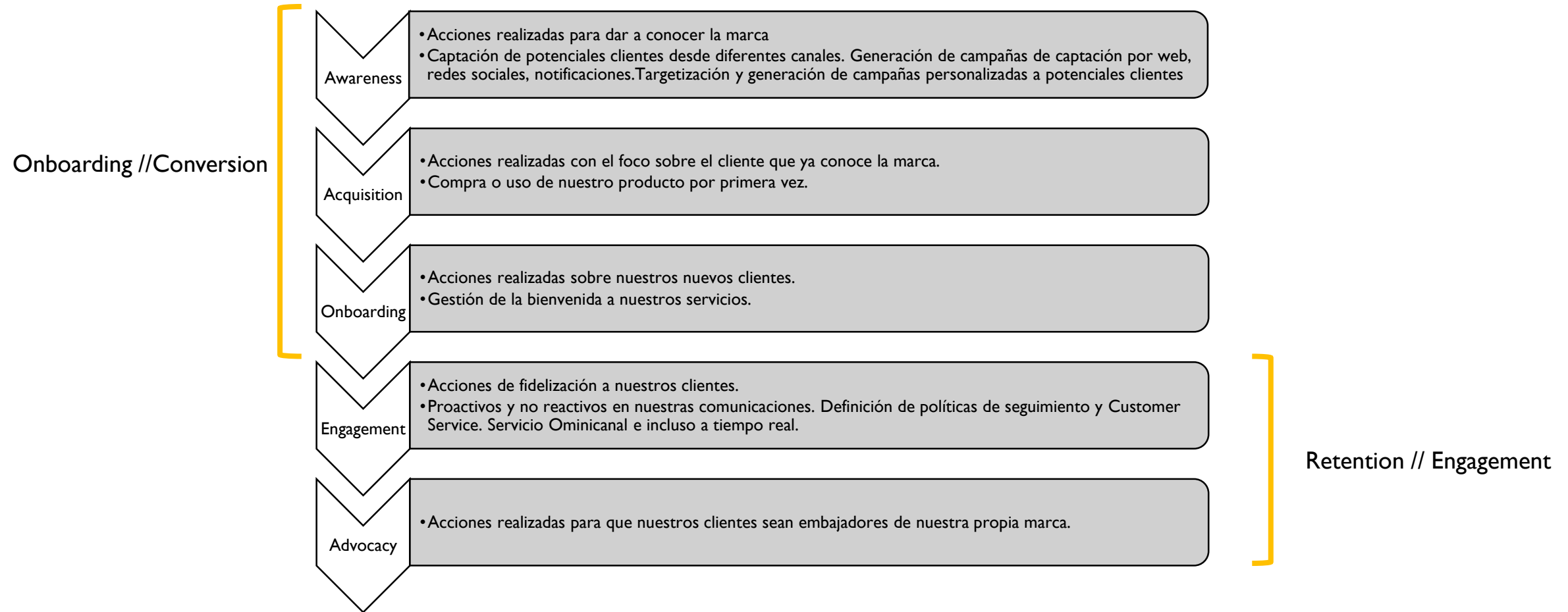
The diagram illustrates the integration of various communication channels into a CRM system. On the left, a vertical stack of icons represents different channels: YouTube, a laptop, a tablet, a laptop with a globe, a smartphone, a person icon, and an email icon. To the right of these are social media icons: Snapchat, Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, LinkedIn, and a green WhatsApp icon. A large curly bracket groups all these channels, with an arrow pointing to a central icon of a person wearing a headset. Below this icon is the text 'CRM'. To the right of the CRM icon is a list of key concepts:

- Omnicanalidad.
- Estudio de comportamientos
- Blending.
- Relación de tipificación – Interacción.
- Tiempo real (Live Agent).
- Información de cliente recibida por todos los canales.
- Mejora de la experiencia cliente.
- Automatización

On the far right, a box labeled 'Persona' has an arrow pointing to the 'Estudio de comportamientos' item in the list.

- Omnicanalidad.
- Estudio de comportamientos
- Blending.
- Relación de tipificación – Interacción.
- Tiempo real (Live Agent).
- Información de cliente recibida por todos los canales.
- Mejora de la experiencia cliente.
- Automatización

Fases del ciclo de vida de cliente



CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Players principales



CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Inteligencia Artificial (IA)



Inteligencia Artificial embebida en modelos de datos para realizar predicciones sobre los datos almacenados en las plataformas, con el objetivo de mejorar los procesos de ventas, marketing y customer service.

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Tipología de empresas y Casos de uso

Empresas de venta por Canal de Distribución	Venta por internet	Venta de productos B2B & B2C
<p>Compartición de la información con tus distribuidores dando acceso a tus plataformas.</p> <p>Compartición y acceso a la información de una forma rápida y en muchos casos sin interacción.</p> <p>Automatización de procesos.</p>	<p>Clasificación y targetización de clientes.</p> <p>Engagement y fidelización.</p> <p>Recurrancia en el proceso de ventas y embajadores de la marca.</p> <p>Promociones y contenido personalizado/recomendado</p> <p>Seguimiento y optimización del proceso comercial.</p>	<p>Cualificación de los Leads.</p> <p>Gestión del ciclo completo de venta todo desde la misma plataforma.</p> <p>Análisis del proceso comercial. Toma de decisiones para mejorar acciones realizadas en cada fase.</p> <p>Recoger feedback para mejora de productos o creación de nuevas soluciones.</p>

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Costes

Directa



☐ Coste de licenciamiento + implantación

☐ Actualización, desarrollos y evolutivos

Indirecta



☐ Inversión adicional en Recursos necesarios para la implantación

☐ Programas de adopción y de formación a los usuarios

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Beneficios

Tangibles



- ☐ Disminución de tiempos de respuesta.
- ☐ Automatización de tareas para disminuir incidencias y evitar errores u olvidos. Eliminación de documentación impresa.
- ☐ Equilibrio en las operaciones. Compartición y acceso a la información.

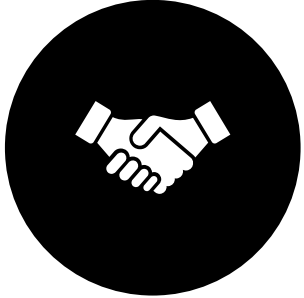
Intangibles



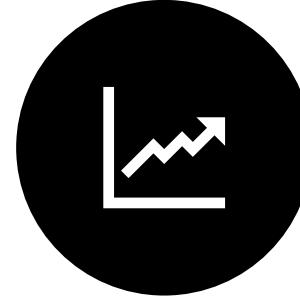
- ☐ Mejora de la relación con el cliente = Incremento de las ventas.
- ☐ Seguridad de la información. Evita posibles pérdidas de la misma.
- ☐ Competitividad y posibilidad de escalado de las acciones.

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

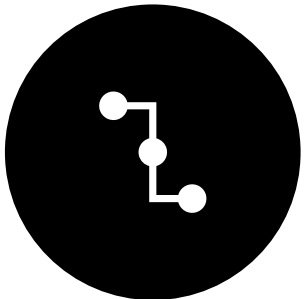
Datos



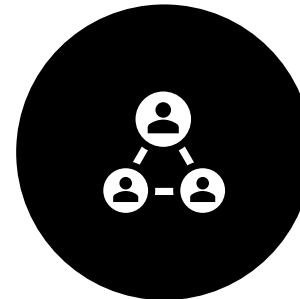
El 28% de las empresas españolas en 2018 utilizan sistemas CRM para la automatización y gestión de sus procesos de venta.



1 de cada 3 pymes en España, tiene implantado un sistema CRM. Esta cifra se está incrementando año tras año. Estamos en el TOP3 en Europa, sólo por detrás de Chipre y Países Bajos



El crecimiento exponencial de los datos, hace que las empresas acudan a gestionar su información a través de sistemas CRM.



El 84% de las empresas en España cuentan con sistemas ERPs.

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Costes (OpenSource vs Licenciamiento)

Licenciamiento

- **Goldenmine** → Pymes. 55/60 € u/mes.
- **Teamleader** → Micropymes. Ideal para empresas con hasta 50 empleados. 25 € u/mes (en este primer pack entran 2 usuarios).
- **Salesforce** → Micropymes, Pymes y Grandes Empresas. Líder indiscutible del mercado. Sistemas de licenciamiento que van desde los 25€ u/mes hasta los 300€ u/mes.
- **Dynamics** → Micropymes, Pymes y Grandes Empresas. 80€ u/mes

OpenSource

- **Sugar CRM**
- **Open Source CRM**
- **Suite CRM**

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

OjO al dato!

- **Un 81% de los usuarios declara que sigue marcas en RRSS**, un 39% de ellos con intensidad y un 27% aseguran que confían más en las marcas que tienen perfiles en Redes Sociales. Además, un 57% asegura que busca información de productos antes de comprarlos y un 38% deja comentarios, opiniones y expone su experiencia a través de alguna Red Social.

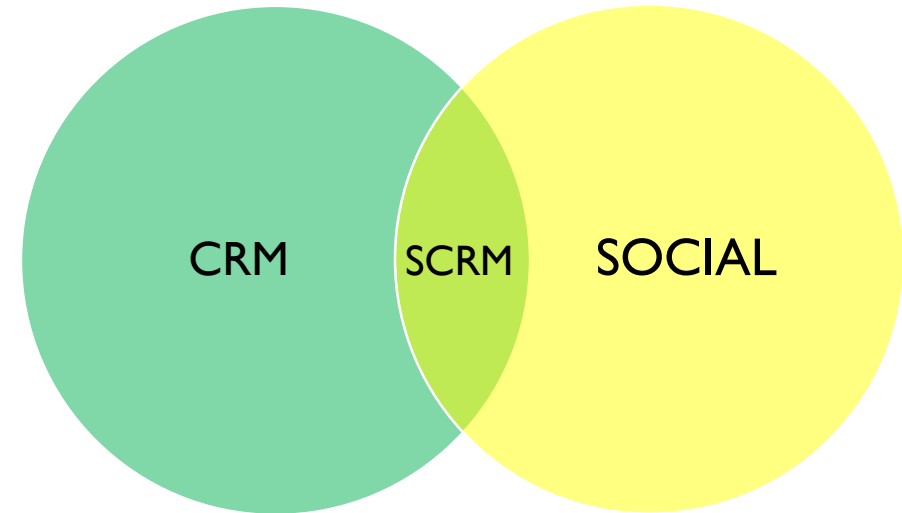
CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

SCRM (Social CRM)

- Es la fusión de las redes sociales y la gestión de la relación con el cliente. Combina los elementos conceptuales de las redes sociales y CRM.
 1. Convertir Clientes en Fans de la Marca
 2. Alargar el ciclo de Vida del Cliente
 3. Obtener clientes potenciales del entorno de los clientes actuales

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

SCRM (Social CRM)



Acciones a realizar:

1. **Análisis de la actividad y de las interacciones.**

Contabilizar de forma regular el número de fans, los “likes” y/o seguidores e implementar promociones que fomenten el posicionamiento de la marca

2. **Respuesta de consultas**

Identificar y responder las preguntas directas ágilmente.

3. **Contenidos y Publicaciones**

Variar la publicación de contenidos con objeto de conocer que contenidos y en que horarios son los que mejor responden a las necesidades de los clientes

4. **Integración con la estrategia de Ventas**

¿La información publicada ayuda a los usuarios a mejorar su decisión de compra?

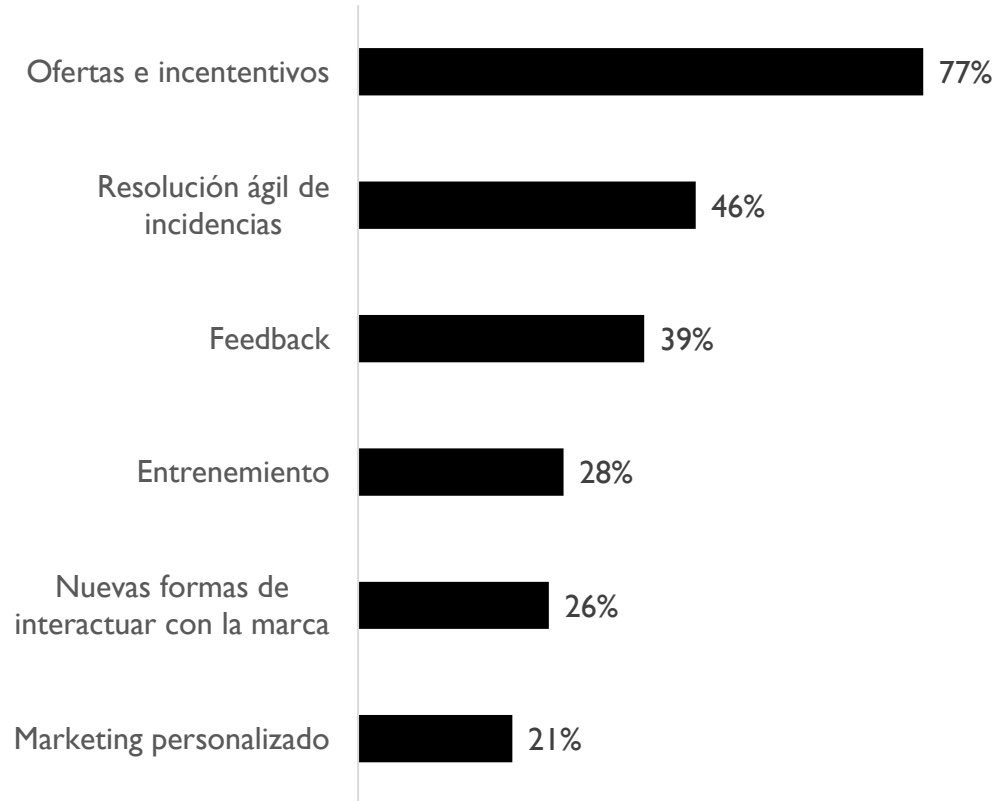
5. **Integración con la estrategia de Atención al Cliente**

¿Ha disminuido la carga de servicio de atención al cliente en otros canales?

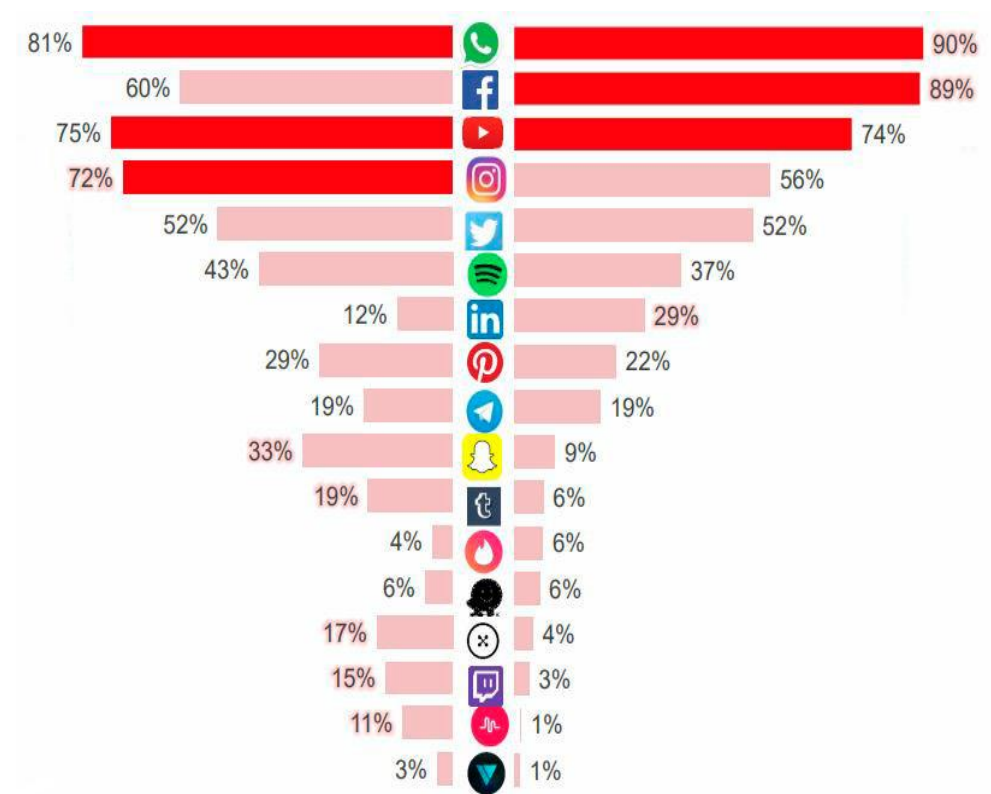
CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

SCRM – B2C

La influencia del Social CRM



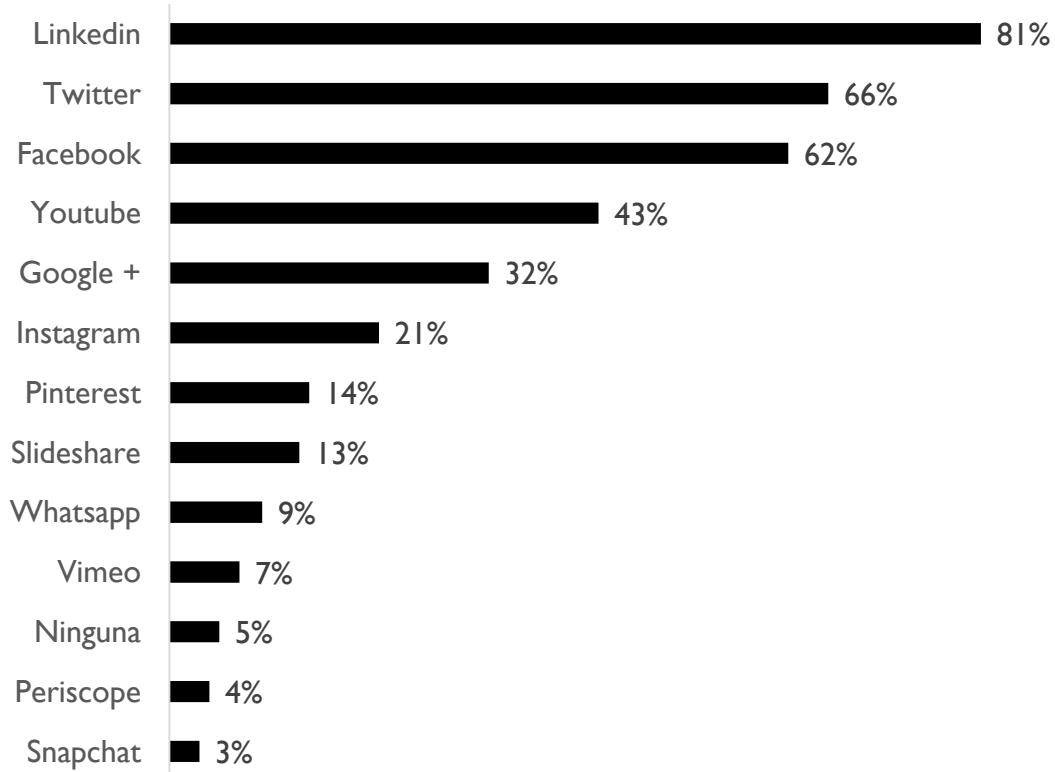
Generación Z vs Millenials



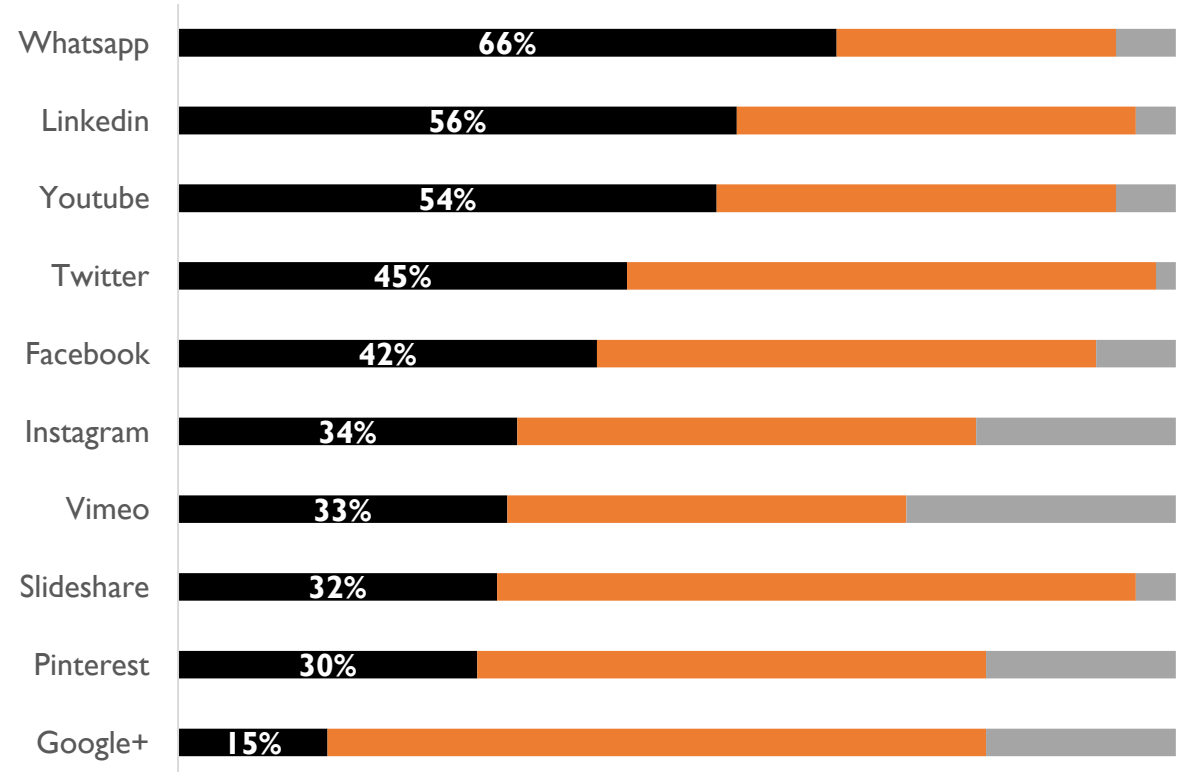
CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

SCRM – B2B (Uso vs Efectividad)

Uso



Efectividad



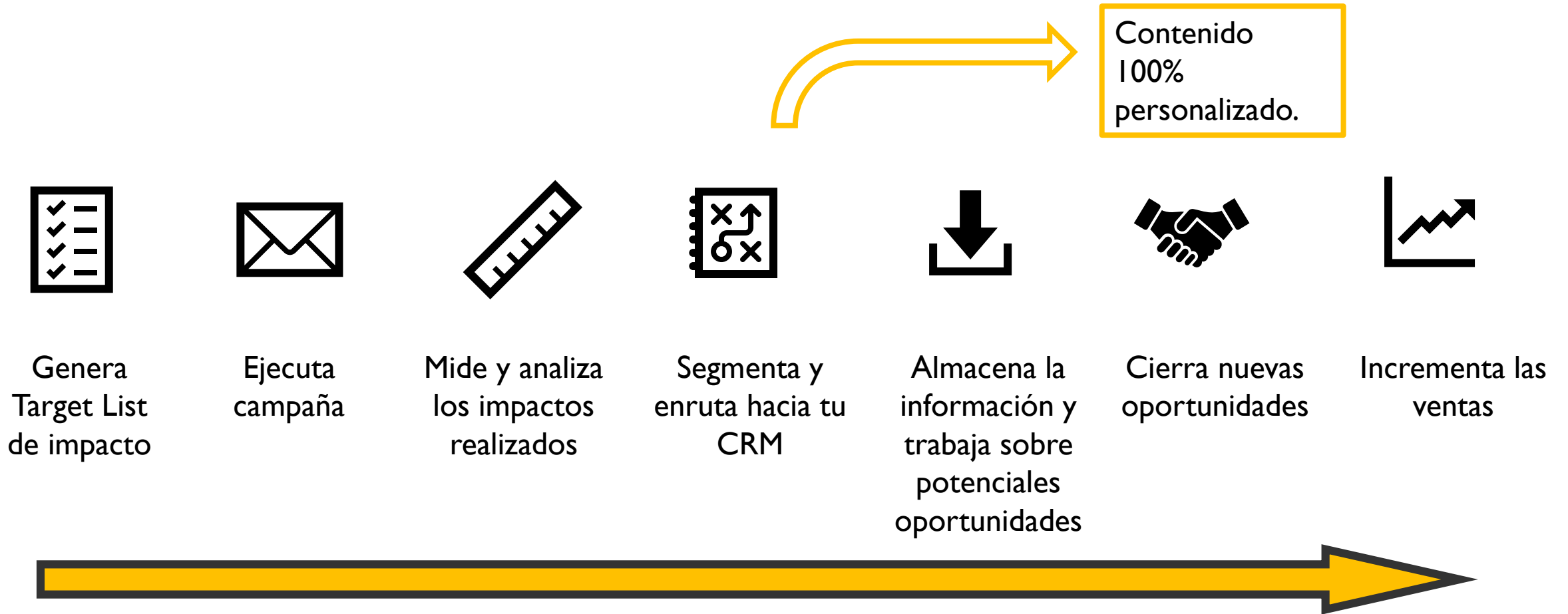
CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Marketing Automation

Marketing Automation permite a las empresas automatizar tareas y flujos de trabajo para el proceso de marketing y ventas, incluidos prospectos y perfiles de clientes en páginas de destino, puntuación de clientes potenciales, envío de correos electrónicos personalizados y recomendaciones web para apoyar la formación de clientes potenciales y el compromiso del cliente

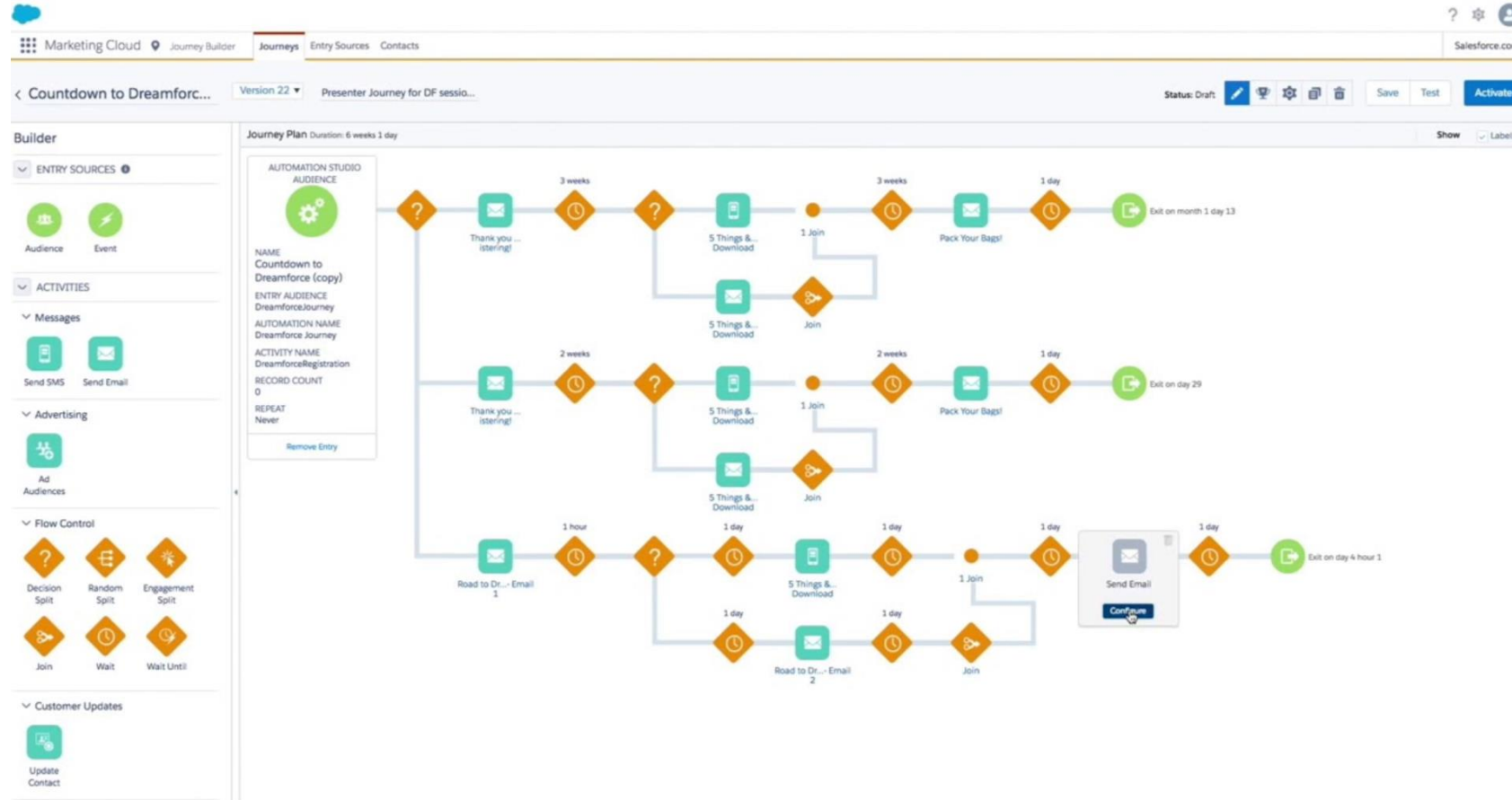
CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Marketing Automation



CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Customer Journey



Workflow que permite a la herramienta ir realizando acciones automáticas en función del comportamiento del usuario

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Players principales



IBM **Marketing Cloud**



Adobe® Marketing Cloud



CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

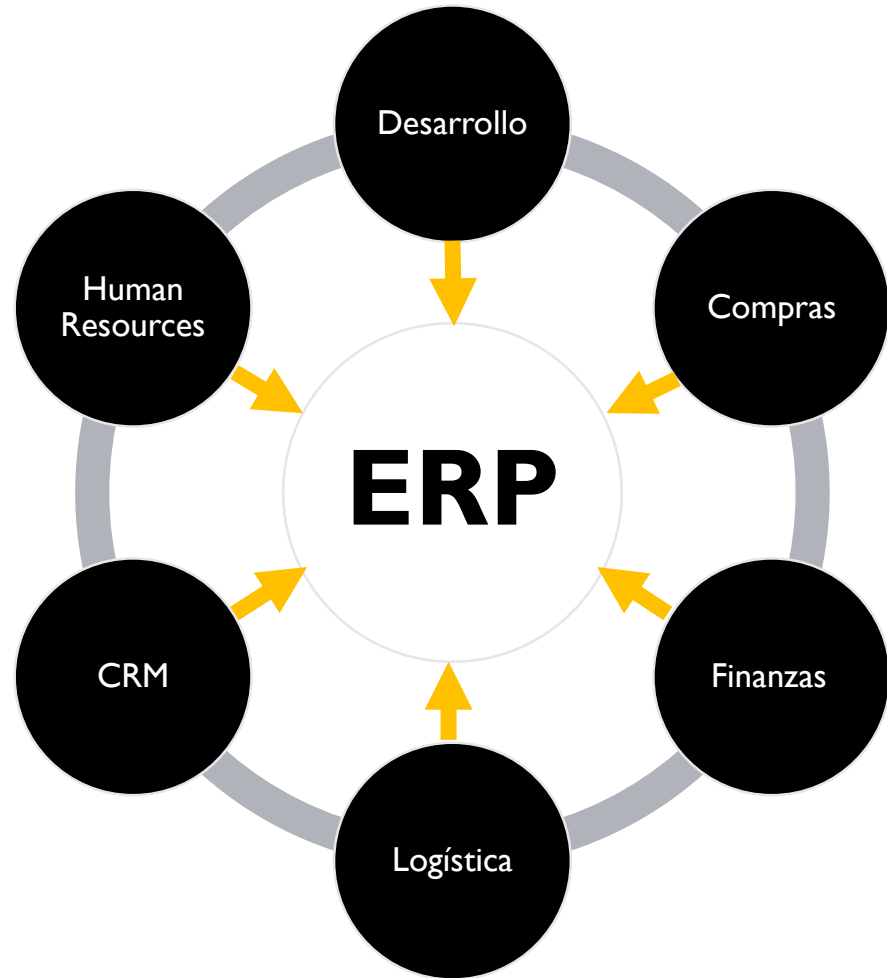
¿Qué es un ERP?

Enterprise Resource Planning, que significa “sistema de planificación de recursos empresariales”. Estos programas se hacen cargo de distintas operaciones internas de una empresa, desde producción a distribución o incluso recursos humanos.

Un ERP le ayudará a administrar su empresa de cualquier tipo, automatizando todos sus procesos centrales de negocio y operaciones, especialmente las que tienen que ver con la producción, la logística, el inventario, los envíos y la contabilidad.

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

ERP



1. Sistemas que te permiten tener el control de distintos procesos de la organización.
2. Procesos de facturación, Recursos Humanos o Logística
3. Integración con otros Sistemas (CRM, BPM).

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

Players principales



CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ

¡GRACIAS!

CRM | CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT | JAVIER FERNÁNDEZ