



agronielsen.com
mayor productividad en tus cultivos

CRM Agronielsen

Incremente las ventas de agroinsumos

Diseñado para gestionar la asistencia técnica en campo y la relación con sus agricultores

www.agronielsen.com

CRM Agronielsen

Incremente las ventas de agroinsumos

.Para ingenieros agronomos
y agricultores.

. Incremente el nivel de ventas de agroinsumos, digitalizando su proceso de asistencia técnica en campo para identificar nuevas oportunidades de mercado.

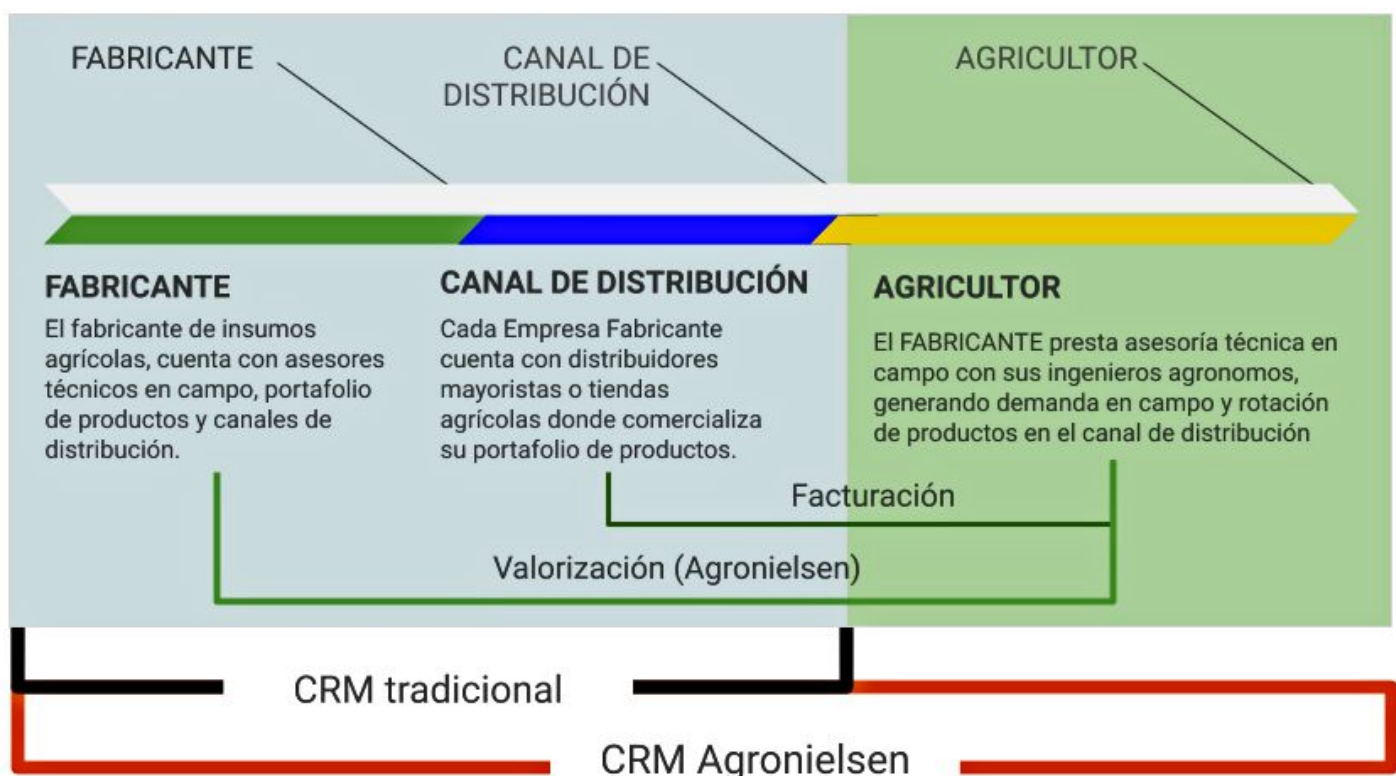
CRM diseñado para gestionar la asistencia técnica en campo y la relación con sus agricultores

Un CRM es una solución que permite gestionar la relación con los clientes, orientada normalmente a mejorar tres áreas básicas: la gestión comercial, el marketing y el servicio postventa o de atención al cliente.

Las funciones de atención al cliente de una herramienta CRM potencian además la fidelización y satisfacción de los clientes, lo que tiene un impacto muy positivo en términos de ventas recurrentes y cruzadas.

Gran parte de la oferta de CRM diseñados para empresas fabricantes, se ha concentrado en el esquema tradicional B2B, es decir, de negocio a negocio, o en el caso particular del sector agrícola, de fabricante a distribuidor/dealer.

Alcance CRM Agronielsen



Nuevos datos, nuevas oportunidades comerciales

Cuando se digitaliza el proceso de asistencia técnica en campo, las empresas estarán en capacidad de responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los cultivos que más visita mi fuerza de ventas de ingenieros agrónomos?
- ¿Cuál es el porcentaje de las recomendaciones que se convierten en ventas reales?
- ¿Cuáles son los productos más recomendados de mi portafolio?
- ¿Cuál fue la recomendación técnica específica realizada a determinado agricultor en la cosecha anterior?
- ¿La estrategia de cultivos claves y atención técnica, corresponde a los más tecnificados y de mayor área en mis resultados de venta?
- ¿Realmente tengo evidencia técnica de que la mezcla de productos recomendados en campo, ayudan a que el agricultor tenga mejores cosechas y mejores ingresos?

Las respuestas a las preguntas anteriores, requieren en primera instancia contar con información, datos y evidencias que las soporten y de esta manera, empezamos a identificar que los resultados de ingresos(ventas reales) de la fuerza de ventas, se pueden medir mucho antes de que se cierre el periodo de cumplimiento y adicionalmente mejorar el servicio técnico en los segmentos de agricultores de acuerdo a la estrategia de ventas.

Demo CRM Agronielsen en Internet

Estructura CRM

El CRM de Agronielsen, es una aplicación web diseñada como un sistema de información que permite convertir en datos todo el proceso de asistencia técnica y mejorar los indicadores de ventas de agroinsumos.

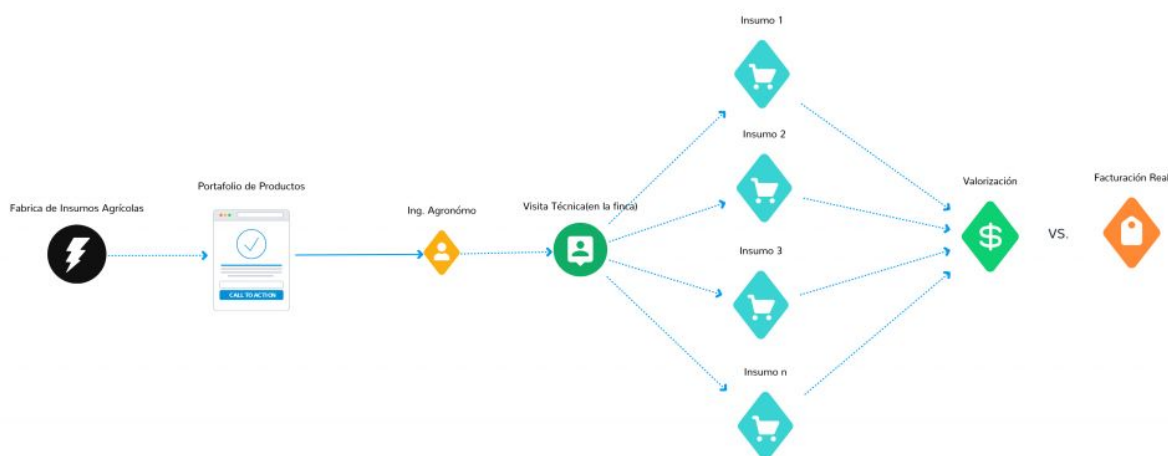


Imagen. Proceso de asistencia técnica en campo e indicadores de ventas

Como se observa en el esquema anterior, existen 4 factores claves que se han incorporado al modelo de datos para el almacenamiento y análisis de la información, estos son:

1. Asesores técnicos (ingenieros agrónomos)
2. Portafolio de líneas, productos y precios
3. Base de datos de Agricultores
4. Registro de visitas técnicas en campo

Ingreso al Demo CRM Agronielsen

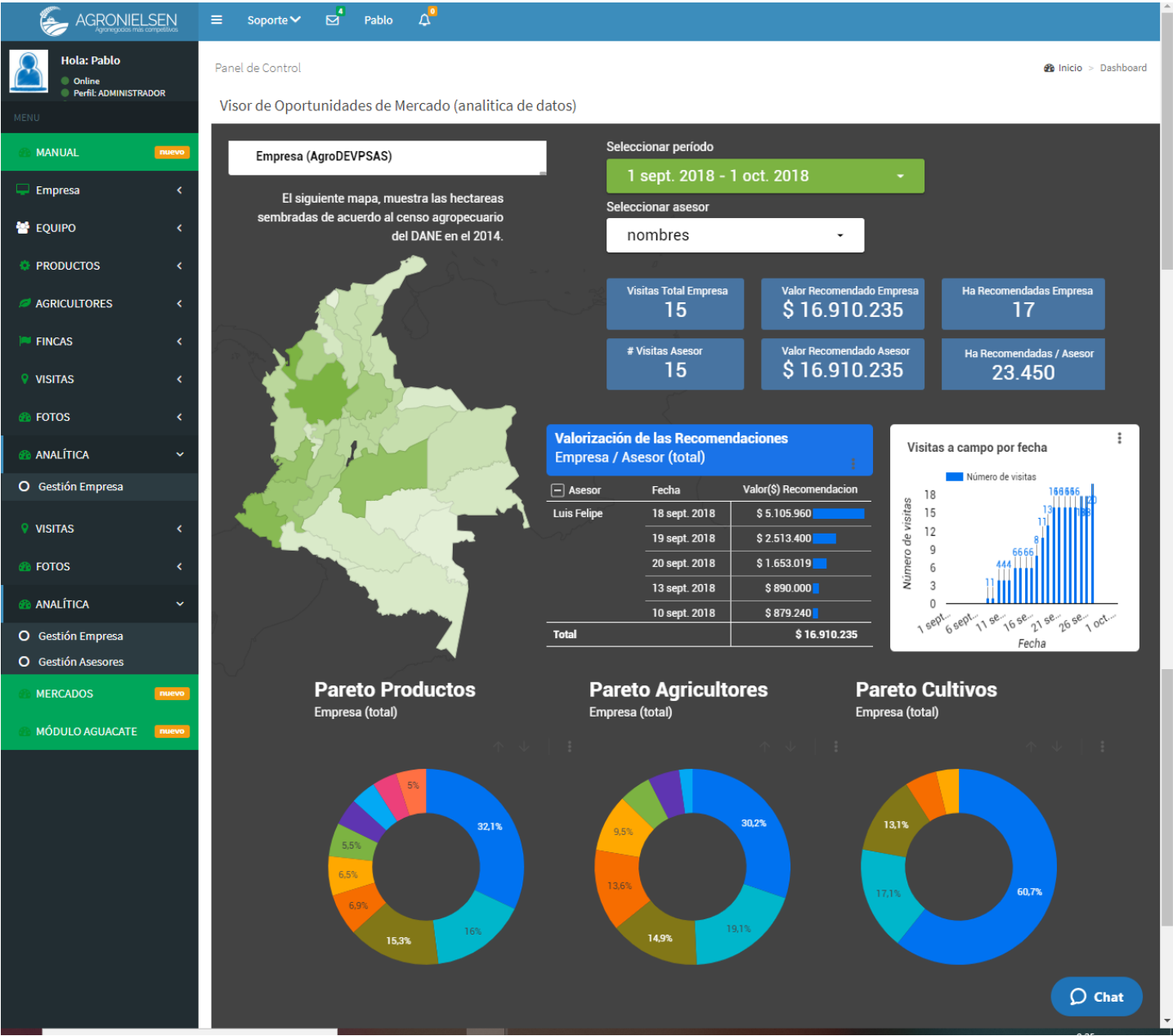
Por favor sigue los siguientes pasos para ingresar al sistema en internet:

1. Ingresa a: <https://www.agronielsen.com/encampo/public/logindemo>
2. Haz clic en el botón:

IR AL DEMO



Una vez se ha ingresado al CRM de demostración, el sistema mostrará el Visor estratégico de oportunidades (tablero de control) que realiza el reporte automático de la gestión realizada en campo.



Componentes del Visor Estratégico de Oportunidades Comerciales

La estructura de datos del CRM Agronielsen, nos permite realizar análisis de la gestión técnica en tiempo real y su contribución en el alcance de la meta de ventas y facturación.

Al observar el siguiente esquema, se identifican 8 componentes claves que muestran el análisis de datos en tiempo real de toda la operación en campo, permitiendo realizar consultas personalizadas tanto a nivel empresarial como en detalle de la fuerza de ventas.

