



Afianzando vínculos

Objetivos

Integrar: Gestiona la agenda corporativa de eventos en forma integrada a las áreas de ventas y compras.

Planificar: Permite planificar adecuadamente las gestiones comerciales y de marketing con las entidades (clientes y proveedores) con el fin de conocer más sus hábitos y motivaciones.

Maximizar: Facilita compartir la información de las entidades (clientes o proveedores) y con todas las áreas de la empresa.

Analizar: Brinda herramientas para poder analizar la información, con el fin de entender mejor a los clientes y anticiparse a sus necesidades.

Identificar: Permite contar con recursos para detectar nuevas oportunidades de negocio.

Mejorar: Facilita el servicio al cliente para incrementar su satisfacción.

Identificar: Cuenta con herramientas para ayudar a identificar a los clientes potenciales.

Fidelizar: Ayuda a lograr una mayor fidelidad de los clientes. Un incremento del 5% en la retención de clientes puede incrementar la rentabilidad del negocio entre un 60% y 100%.

Incrementar: Contribuye a aumentar las ventas, ganancias y márgenes, al tiempo que reduce los costos de ventas y de marketing.

Filosofía ¿Qué resuelve el CRM?

El CRM es la combinación de acciones estratégicas orientadas a fortalecer las relaciones con los clientes y proveedores.

Dentro de un mercado global y cada vez más competitivo, cada vez es más acuciante la necesidad de centrarse en el cuidado de las entidades. CRM cambia el enfoque de la empresa, cuyo objetivo pasa a ser la entidad, con el fin de encontrar su mejor oferta de negocio.

El CRM permite construir relaciones productivas y por lo tanto, beneficiosas entre proveedores y clientes. Gracias a sus módulos, los empleados pueden compartir información y de esa manera, mejorar el éxito de las ventas y la eficiencia de los servicios.

Permite la visualización de todas las interacciones con el cliente, las llamadas recibidas, aquellas pendientes de realizar, las visitas registradas y las pendientes de efectuar, los servicios o productos contratados que aún estén pendientes de envío, la información general y las preferencias. Es apto para la recepción de solicitudes de productos o servicios del cliente y la visualización del estado de la cuenta corriente del mismo.

Con respecto a los proveedores, permite registrar la solicitud de servicios o productos, y la interacción de todas las relaciones del proveedor con la empresa, asignación de procesos de servicio y atención de solicitudes, también el control de pendientes y estado de la cuenta corriente.

En el caso particular de que la entidad sea un paciente, el CRM facilita el control y seguimiento de todas las interacciones de una

institución de salud con él. Si la entidad es un ciudadano, el sistema permite registrar llamadas e interacciones de un ciudadano con el gobierno municipal, incluyendo la visualización y control de llamadas, procesos, sugerencias, quejas, emergencias, etc., contemplando información relativa a sus preferencias.

En suma, el CRM permite mejorar las relaciones con los clientes, empleados y colaboradores. El conocimiento de las necesidades de los clientes permite personalizar la oferta comercial: productos o servicios personalizados según pedidos, canales de atención preferidos por el cliente (teléfono, email, visita, etc.); midiendo la evolución del ciclo de vida del mismo. Contribuye a entablar relaciones duraderas en el tiempo, con un mayor índice de retención de clientes. Sin dudas, un cliente satisfecho, es un buen referente para otros nuevos clientes.

Entidades

Entidad: Cliente, cliente potencial, proveedor, paciente, ciudadano. Sus datos pueden ser integrados con el sistema geXtion. Datos adicionales a medida.

Contacto: Posibilita la administración de los datos de contactos de la entidad.

Seguimiento: Provee herramientas para facilitar el seguimiento de las operaciones comerciales y de los eventos.

Consumo: Permite la información sintética del estado de la cuenta, su estadística, visión general del estado de la cuenta.

Eventos

Definición: Un evento es una acción de relación con la entidad, como por ejemplo, un llamado telefónico, mailing, visita, cumpleaños, recordatorio, tarea, entre otros.

Registración: Los operadores del sistema cuentan con una pantalla donde poder registrar cada evento que ocurre, así como eventos programados, cíclicos, repetitivos.

Presupuesto: Permite generar presupuestos a clientes potenciales.

Agenda corporativa: Donde los usuarios comparten las obligaciones en conjunto, tareas a cumplir, eventos a registrar.

Estadísticas: Existe una herramienta a medida, por evento, por entidad, listados especiales.

