

Unach.edu.ec
en movimiento



FACULTAD DE
Ingeniería

Revisado por: Ing. MBA. Magdala Lema Espinoza



GESTION DE RELACIONES CON LOS CLIENTES

INTRODUCCION

Generalmente la principal fuente de ingresos de una empresa son sus clientes. Sin embargo, debido a que el mundo de los negocios está cambiando, sobre todo por la integración de nuevas tecnologías en las relaciones entre empresas y clientes, la competencia se hace cada vez más dura y, en consecuencia, los clientes pueden elegir a sus proveedores o cambiarlos fácilmente.

CONCEPTO DE CRM

Antes de expresar una definición del CRM como tal, se deben tener claros los conceptos involucrados con éste término, los mismos que son:

- Customer (Clientes)
- Relationship (Relaciones / Interacciones)
- Management (Administración / Manejo / Gestión / Gerencia)



La gestión de relaciones con el cliente o *CRM* (en inglés *CRM* por *Customer Relationship Management*), tiene la intención de proveer soluciones tecnológicas que permitan fortalecer la comunicación entre la empresa y sus clientes para mejorar las relaciones con la clientela.



Esto le permite en un principio darse a conocer, dar a conocer sus productos y sus servicios.



PARA QUE SIRVE EL CRM



OBJETIVO

Cabe destacar que CRM tiene como objetivo atraer y retener a los clientes de manera exitosa a través de un proceso lógico, soportado por tecnología de la información.



IMPORTANCIA

El cliente es el protagonista de la acción comercial. Dar una buena respuesta a sus demandas y resolver cualquier tipo de sugerencia o propuesta es imprescindible. El cliente es, por muchos motivos, la razón de existencia y garantía de futuro de la empresa.



BENEFICIOS

- Alinear todas las actividades relacionadas con clientes entre departamentos.
- Incrementar sus ventas identificando áreas de negocio oportunamente.
- Aumentar la satisfacción de sus clientes.
- Incrementar la retención y lealtad de los clientes
- Identificar áreas de oportunidad y de mejora para mayor satisfacción al cliente.
- Mejorar la efectividad y eficiencia de sus equipos de ventas.

cartera del cliente.

- El CRM tiene ventajas como fidelizar a los clientes.
- Un buen CRM junto con una buena herramienta permite tener una buena visibilidad sobre la lista de los prospectos y de los clientes.
- El CRM permite también una mayor productividad.



VENTAJAS

- El CRM no es fácil de establecer, hay que tener cuidado con elegir correctamente las herramientas, sino también bien poner en marcha el proceso de CRM que será iniciado por la empresa.



DESVENTAJAS

Es necesario comprender que el CRM facilita la importante tarea de mantener relaciones a largo plazo con los clientes permitiendo brindar mejor soporte a los mismos. Las empresas deben comprender la importancia de capturar toda la información posible referente a sus clientes tales como sus datos personales, nivel socioeconómico, necesidades, quejas y consultas ya que estos datos debidamente manejados constituyen en una ventaja competitiva determinante a la hora de consolidar su mercado.



ESTRATEGIAS DE CRM

1. Estrategias para la adquisición de clientes:

- **Marketing de contenidos:** Crear y compartir contenido valioso y relevante para atraer a clientes potenciales.
- **Publicidad en línea:** Utilizar Google, Facebook LinkedIn etc., para atraer tráfico a tu sitio web y captar leads (dirigir)
- **Optimización de motores de búsqueda (SEO):** Mejorar la visibilidad de tu sitio web en los resultados de búsqueda orgánica.
- **Estrategias de referidos:** Incentivar a los clientes actuales para que recomienden tu producto o servicio a otros.



- **2. Estrategias para la retención de clientes:**
 - **Personalización de la experiencia del cliente:** Utilizar datos para ofrecer experiencias personalizadas.
 - **Programas de lealtad:** Crear programas de recompensas para clientes frecuentes.
 - **Servicio al cliente excepcional:** Proporcionar un soporte rápido y eficiente para resolver problemas y mantener a los clientes satisfechos.
 - **Comunicación regular:** Mantener a los clientes informados y comprometidos a través de boletines, correos electrónicos y redes sociales.



- **3. Estrategias para el crecimiento de clientes:**
 - **Ventas cruzadas (cross-selling):** Ofrecer productos o servicios adicionales que complementen lo que el cliente ya ha comprado.
 - **Ventas adicionales (up-selling):** Sugerir productos o servicios de mayor valor que el cliente podría considerar.
 - **Feedback y mejora continua:** Recoger y actuar sobre el feedback de los clientes para mejorar los productos y servicios.

A vertical decorative strip on the left side of the slide featuring a blurred financial chart. The chart includes a candlestick pattern in the upper half and a bar chart in the lower half, with various trend lines and numerical values like '1.65' and '1.0' visible.

HERRAMIENTAS DE CRM

- **1. Salesforce:**

- **Descripción:** Salesforce es una de las plataformas de CRM más conocidas y robustas del mercado. Ofrece soluciones para ventas, servicio al cliente, marketing y más.
- **Características:** Automatización de ventas, gestión de leads, análisis y reportes, integraciones con otras herramientas empresariales, aplicaciones móviles.



2. HubSpot CRM:

- **Descripción:** HubSpot CRM es una herramienta gratuita que es especialmente popular entre pequeñas y medianas empresas.
- **Características:** Gestión de contactos, seguimiento de correos electrónicos, automatización de marketing, gestión de pipeline de ventas, informes y dashboards.



- **3. Zoho CRM:**

- **Descripción:** Zoho CRM es conocido por su asequibilidad y amplia gama de funcionalidades.
- **Características:** Gestión de ventas, marketing, soporte al cliente, análisis de datos, integraciones con otras aplicaciones de Zoho y terceros.



- **4. Microsoft Dynamics 365:**

- **Descripción:** Microsoft Dynamics 365 combina CRM y ERP en una sola solución.
- **Características:** Gestión de ventas y marketing, servicio al cliente, gestión de proyectos, inteligencia empresarial, integración con el ecosistema de Microsoft (Office, Azure, etc.).

- ERP significa "Enterprise Resource Planning" (Planificación de Recursos Empresariales). Es un sistema de gestión de información que integra y automatiza muchos de los procesos de negocio asociados con las operaciones productivas o de distribución de una empresa, como producción, logística, distribución, inventario, envíos, facturas y contabilidad.
- Microsoft Dynamics 365 es una solución que combina tanto CRM (Customer Relationship Management, o Gestión de Relaciones con los Clientes) como ERP en una sola plataforma, permitiendo a las empresas gestionar todas sus operaciones desde un único lugar.



- **5. Pipedrive:**

- **Descripción:** Pipedrive es una herramienta de CRM visual y fácil de usar, ideal para equipos de ventas.
- **Características:** Gestión de pipeline de ventas, automatización de tareas, integraciones con herramientas populares, informes y análisis.

- Pipedrive es un software de gestión de relaciones con clientes (CRM, por sus siglas en inglés) diseñado para ayudar a las empresas a gestionar y optimizar su proceso de ventas. Es una herramienta que permite a los equipos de ventas realizar un seguimiento de las interacciones con los clientes potenciales, gestionar las oportunidades de ventas y mejorar la eficiencia del ciclo de ventas.

Características principales de Pipedrive:

1. Gestión de Canalizaciones de Ventas:

1. Permite visualizar el proceso de ventas en forma de canalización, desde la generación de leads hasta el cierre de la venta.
2. Ayuda a los vendedores a mantener un seguimiento de cada etapa del proceso de ventas.

2. Automatización de Tareas:

- Automatiza tareas repetitivas como la programación de seguimientos, el envío de correos electrónicos y la actualización de registros.
- Mejora la eficiencia del equipo de ventas al reducir la carga de trabajo manual.

3. Integraciones:

- Se integra con una amplia variedad de aplicaciones y herramientas, como el correo electrónico, calendarios, aplicaciones de marketing y más.
- Facilita la centralización de datos y la comunicación entre diferentes herramientas.

4. Informes y Análisis:

- Proporciona informes detallados sobre el rendimiento de ventas, permitiendo a los gerentes de ventas analizar los datos y tomar decisiones informadas.
- Ofrece métricas clave como el volumen de ventas, el ciclo de ventas, la tasa de conversión y más.

5. Interfaz Intuitiva:

- Tiene una interfaz fácil de usar y visualmente atractiva que facilita la adopción por parte de los equipos de ventas.
- Es personalizable para adaptarse a las necesidades específicas de cada empresa.

Beneficios de Pipedrive:

- **Mejora del Seguimiento de Ventas:** Ayuda a los vendedores a no perder de vista ninguna oportunidad de ventas y a gestionar eficazmente sus contactos.
- **Incremento de la Productividad:** Al automatizar tareas rutinarias, permite que los vendedores se centren en actividades que generen más valor.
- **Toma de Decisiones Informada:** Los informes y análisis detallados ayudan a las empresas a identificar áreas de mejora y a optimizar sus estrategias de ventas.
- **Escalabilidad:** Es adecuado para empresas de todos los tamaños, desde pequeñas empresas hasta grandes corporaciones.

En resumen, Pipedrive es una herramienta poderosa para cualquier empresa que busque mejorar su proceso de ventas, gestionar eficientemente sus relaciones con los clientes y aumentar sus ingresos.



6. Sugar CRM:

- **Descripción:** SugarCRM ofrece una plataforma flexible y personalizable para gestionar relaciones con los clientes.
- **Características:** Automatización de ventas, marketing y servicio al cliente, personalización, integración con otras aplicaciones empresariales, análisis y reportes.

IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS

Al implementar estas estrategias y herramientas, es crucial considerar:

- Objetivos claros: Definir objetivos específicos y medibles para tu CRM.
- Capacitación del personal: Asegurarse de que todos los usuarios comprendan cómo utilizar las herramientas de CRM y las estrategias implementadas.
- Integración con otros sistemas: Asegurar que el CRM se integre bien con otros sistemas empresariales (ERP, sistemas de marketing, etc.).
- Monitoreo y ajuste continuo: Revisar regularmente el desempeño del CRM y realizar ajustes según sea necesario para mejorar la efectividad.

Estas estrategias y herramientas forman la base de una gestión de relaciones con la cliente efectiva y pueden ayudar a las empresas a atraer, retener y hacer crecer su base de clientes de manera eficiente.