

MEJORA TUS PROCESOS DE VENTAS

CRM HERRAMIENTA IDEAL PARA MERCADEO Y VENTAS DE SU EMPRESA

ING. JOSÉ PALOMARES



Company's Growth



Stock Market 85%

| Segment | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|------------------|---------|---------|---------|---------|
| Department Store | 109,928 | 119,283 | 107,812 | 108,287 |
| Super Center | 39,912 | 47,029 | 89,918 | 91,938 |
| Shopping Center | 98,017 | 182,912 | 123,939 | 125,819 |
| E-commerce | 67,173 | 81,120 | 189,128 | 278,161 |
| Specialty Store | 8,714 | 9,018 | 10,283 | 11,827 |



Contenido

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 2 |
| ¿Qué es un CRM? | 3 |
| ¿Cuáles son los objetivos principales de un CRM? | 4 |
| Las Ventajas de tener un CRM en mi empresa | 5 |
| Características a tener en cuenta para seleccionar un CRM..... | 6 |
| ¿Cómo optimizar el uso del CRM? | 7 |
| ¿Se preguntará que es eso de estrategias digitales? | 8 |
| Hablemos un poco sobre los módulos y herramientas que debe contemplar un CRM que usted seleccione..... | 9 |
| Resumiendo: | 13 |

INTRODUCCIÓN

Los equipos de Mercadeo y Ventas han tenido que **irse adaptando a la forma en que las empresas deben ofrecer hoy en día sus Productos y Servicios**. Esta transición se hace conociendo las herramientas actuales que son utilizadas en el mundo digital y que, **de una forma articulada y estratégica**, lograrán resultados altamente positivos en referencia al seguimiento y control detallado de las necesidades de nuestros Prospectos y/o Clientes.

Conocer a nuestros clientes, comunicarnos con ellos y ganarnos su confianza y fidelidad es vital para hacer crecer nuestra empresa.

Un cliente valora inmensamente la calidad, puntualidad, profesionalismo de los productos y servicios que le entregamos.



Es importante comprender adicionalmente que debemos utilizar los grandes beneficios que nos brinda el poder automatizar procesos, dejando a un lado las documentaciones en agendas, hojas de Excel y/o cualquier apoyo tradicional que al final nos hace perder eficiencia frente a los competidores que hoy en día efectúan sus estrategias basadas en procesos altamente estructurados utilizando muchísimas herramientas digitales.

El CRM es una de esas herramientas de la cual los equipos de ventas, emprendedores y muchos modelos de negocios pueden utilizar. Lo conocerá a medida que comprenda el alcance de esta solución

¿Qué es un CRM?

Cuando definen el CRM (***Customer Relationship Management***), pareciera que fuese tan solo un sistema de información para efectuar el seguimiento detallado de las actividades con los prospectos y clientes de la empresa. **Sin embargo realmente es una metodología de trabajo que se apoya en una herramienta** que cubre las diferentes etapas y momentos que se cumplen desde el arribo de un prospecto hasta convertirlo en un cliente fidelizado. Y se hace un énfasis en este termino de **“metodología”, ya que la disciplina, la forma y los momentos de ir almacenando los diferentes datos que son interrelacionados en los diferentes módulos, son de vital importancia.** *Recuerde que, si introducimos información basura a cualquier sistema, recibiremos de igual manera resultados basura.*



Hoy en día hemos observado muchos intentos fallidos por querer utilizar el CRM. Nuestra experiencia nos indica que antes de iniciar un proceso de

implementación de esta herramienta, **hay que tener un conocimiento sobre los alcances, objetivos e informaciones que pueden lograrse con los diferentes módulos que proponen las diferentes soluciones** del mercado. Por ello a partir de este momento usted podrá adquirir este conocimiento inicial antes de decidir poner en funcionamiento una herramienta de este tipo para su negocio o emprendimiento.

¿Cuáles son los objetivos principales de un CRM?



- Mejorar relaciones con los clientes.
- Optimizar el Ciclo de Ventas.
- Mejorar comunicación interna y colaborativa.
- Aumentar la productividad del equipo de ventas y soporte.
- Automatizar tareas y/o procesos determinados por un flujo de trabajo.
- Permitir obtener mejores conocimientos sobre los clientes.
- Mantener un proceso comercial más efectivo.
- Disminuir el costo de adquisición de nuevos clientes, pues al tener los actuales bien fidelizados, ellos serán los aliados perfectos para la inclusión de los nuevos prospectos.
- Elaborar listas, reportes y gráficos en base a informaciones que se producen sobre el Cliente.
- Creaciones de campos para almacenar las informaciones de cada módulo de acuerdo con necesidades específicas.
- Recibir en forma automática la información de los interesados en nuestros productos y servicios.

Las Ventajas de tener un CRM en mi empresa

- Poder interactuar con diferentes áreas del negocio y con el cliente.
- Mantener unos datos que servirán de inteligencia de negocios.
- Mantener una base de información altamente confiable, actualizada y en un solo lugar.
- Una metodología que interactúa apoyando objetivos definidos.
- La dirección de ventas podrá en todo momento y desde cualquier lugar analizar y conocer el estado de las ofertas llevadas por cada uno de los agentes de ventas.
- Gracias al CRM, la prospección se efectúa en una forma más adecuada ya que se pueden definir en variables de los campos de los registros, el segmento de mercado al que pertenecen los clientes.
- Se podrá llevar un mejor seguimiento a cada una de las oportunidades que se presenten para lograr cierres efectivos en las ventas
- Poder desde la misma base de información, generar consultas, reportes y gráficos, que sirvan de apoyo a la gestión que hace día a día el equipo de ventas.



Características a tener en cuenta para seleccionar un CRM

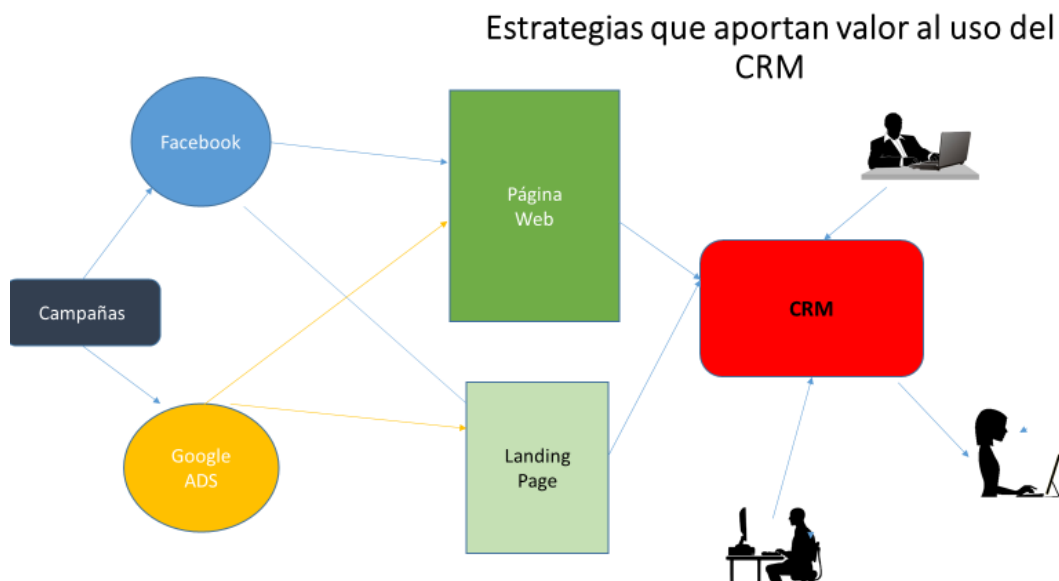
Dado que en el mercado existen diferentes soluciones de CRM, le daremos a continuación algunos puntos que debe contemplar para que su selección tenga criterios que le brinden una gran ayuda en la implementación y administración de la solución seleccionada.

- Que sea totalmente Web.
- Soporte adecuado de la empresa que le suministra el servicio.
- Que contenga los siguientes módulos: Pre-Contactos, Contactos, Cuentas Empresas, Manejo de Oportunidades de Negocios, Cotizaciones, Manejo de Productos y Servicios, Fácil diseño de campos necesarios en cada módulo ajustados a las necesidades, Manejo de plantillas de correo para automatizaciones de correos, Manejo de Flujos de Trabajo programables ajustadas a las necesidades de la empresa, Facilidad de crear Consultas, Reportes y Gráficos que resulten de la base de información manejada, Parametrización para definir Usuarios y Perfiles, Capacidad para conectar el CRM con los sitios donde llegarán las visitas de los Prospectos y dejarán la información de necesidades para el inicio de la gestión de ventas, Permitir la Importación y Exportación de datos utilizando EXCEL.
- Que un alto porcentaje de funciones ya estén pre- establecidas, para no incurrir en costos adicionales, ya que cada adicional puede alterar considerablemente el valor de esta solución.

¿Cómo optimizar el uso del CRM?

Definitivamente debemos comprender que **el CRM es un elemento de una estrategia que debe ser articulada en forma eficiente con otras herramientas digitales** que seguramente harán el ciclo de ventas bastante eficaz en el momento. Aunque también el CRM puede ser utilizado aisladamente sin tener conexiones con otros elementos, le recomendamos observar detalladamente la siguiente imagen.

El éxito de una estrategia es la articulación coordinada de los elementos que interactúan en el proceso del ciclo de ventas. Usted puede recibir lo que conocemos como **“leads”** apoyado por campañas o publicidad emitida en internet en los diferentes canales que existen o simplemente recibir o efectuar visitas presenciales con sus prospectos para ir documentando las necesidades y oportunidades que se visualizan en las primeras reuniones. **Como usted bien sabe, a partir de este momento debemos focalizar el enganche de interesados con el apoyo de estrategias digitales.**



¿Se preguntará que es eso de estrategias digitales?

Con los avances tecnológicos actuales los departamentos de Mercadeo y Ventas están **aprovechando los beneficios que nos brinda el internet para poder mostrar los productos y servicios que ofrecemos**, pero a la vez llevar a los interesados a un sitio donde nuestros equipos comerciales puedan tomar la información inicial y continuar con ese prospecto para lograr convertirlo en cliente y suplirle efectivamente lo que andaba buscando. **Eso es conocido en el mundo del Marketing como el embudo de ventas.**

Simplemente es atraer gran parte de la audiencia que requiere nuestro producto y/o servicio y con algunas técnicas lograr captar su interés para que pueda usted efectuar todas las actividades necesarias para lograr un cierre de venta exitoso con el apoyo indudable del CRM. **La estrategia a partir de este embudo es lograr determinar lo que el prospecto está buscando** y con la entrega constante de informaciones sobre nuestros productos y/o servicios, pueda tomar un alto interés en alguno de ellos, para comenzar este proceso tan maravilloso como lo es convertirlo en cliente.



Hablemos un poco sobre los módulos y herramientas que debe contemplar un CRM que usted seleccione

Usuarios y Perfiles: Esta función es de vital importancia para que usted pueda definir los usuarios y privilegios que tendrán en el uso de los diferentes módulos del CRM.



Cuentas/Clientes: Este módulo se utiliza para almacenar los datos correspondientes a la Empresa que es el cliente. Allí podrá usted almacenar datos como: Nombre Empresa, Nit, Dirección Teléfono, Segmento de Mercado, Correo electrónico, País, Ciudad y cualquier campo que usted requiera de su Cliente. Recuerde que este tipo de aplicaciones dan la oportunidad a que usted cree campos con características, de acuerdo, a su uso Ej: Numérico, Carácter, Fecha, Campo de selección múltiple, Campo de selección de lista etc.



Pre-Contactos/Prospectos: Este módulo es utilizado cuando por primera vez obtenemos información de alguien interesado en alguno de nuestros productos y servicios. Lo más común es guardar allí: Nombre y Apellidos, Celular, Correo Electrónico, Producto y/o Servicio que solicita y la procedencia, Está por demás decir que en esta fase los prospectos arribados por estrategias de internet sólo traerán los datos básicos del contacto. Con ellos el comercial efectivamente cuando contacte al solicitante, podrá agregar información que requiera de ese “lead”. El prospecto que es atendido en forma presencial, se le podrá tomar toda la información requerida que usted haya diseñado en este módulo. Posteriormente si ya este prospecto puede hacer parte de la base de datos de cliente puedo pasarlo de Pre-Contacto a Contacto. Esta forma es la mejor para no ingresar todo a Contacto ya que hay que pasar siempre por un filtro que califica si es relevante o no el “lead” en cuestión.



Contactos: Es en este módulo donde se almacenan todos los contactos con los que de alguna forma ya he establecido una relación y posiblemente serán las personas enlace entre el comercial y alguien de la empresa que está requiriendo algún producto y/o servicio. La información del contacto inicialmente son los datos del Pre-Contacto y adicionalmente se agregan los requeridos por la empresa. A manera de ejemplo: Cliente a que pertenece, Cargo que desempeña, Teléfono y/o extensión de de la oficina, Sexo, Estado Civil, Fecha Nacimiento, Tiene hijos. Seguramente nos dirá ¿Para qué sirven estos últimos campos? Déjeme decirle que usted podrá mandar un correo automático programado para que todos los días el sistema verifique los que cumplen años y les envíe una felicitación. Y también si el Contacto tiene hijos enviarle un saludo cordial el día del Padre.

Oportunidades de Negocio: El recibir un requerimiento o necesidad específica de nuestro contacto, podrá generar una Oportunidad de Negocio. Aquí se documenta que necesita el Cliente. Los campos podrían ser: Nombre Oportunidad, Fecha, Cliente, Contacto, Descripción de lo requerido, % Probabilidad de lograr Oportunidad, Monto Estimado Oportunidad y cualquier otro que usted desea almacenar.



Cotizaciones: Cuando un cliente da el paso a solicitar en detalle una cotización es cuando este módulo le apoya para efectuar usted un presupuesto. Normalmente los campos necesarios serán: Fecha Presupuesto, Número Presupuesto, Vendedor, Cliente, Dirección, Contacto, Fecha Validez Presupuesto, Algunos incluyen Número de Requisición del Cliente. A nivel detalle o Renglón Código Producto, Descripción, U/M, Precio/ Unitario. Cantidad Total. Al final un SubTotal Iva si lo requiere y El Total con su IVA. Los porcentajes de IVA y tipo de moneda, manejo de separador de miles y decimales el aplicativo los debe tener en configuración. (Debe tener incluido el módulo de Productos y Servicios donde se definen los precios y de esa manera tomarlos en el momento de cotizar.



Productos/Servicios: Normalmente las empresas cuentan con bases de información de productos y servicios. Usted podrá importarlos e incluirlos en los correspondientes módulos de Productos o Servicios. Seguramente deberá incluir: Código Producto, Categoría, Descripción, Unidad de Medida, Precio Unitario, Producto Activo (SI/no) y cualquier campo adicional que desee adicionar para generar contenido característico al producto. A manera de ejemplo y hablando del mundo de Construcción Inmobiliario podríamos tener además de lo anterior Tipo (Apto, Cuarto Útil, Estacionamiento), Cantidad Mts2, Piso, Si aplica Prima de Altura etc.



Reportes y Gráficos: Todos los CRM tienen la capacidad de Producir Informe y Gráficas representativas de situaciones y datos almacenados en el aplicativo. Algunas soluciones de este tipo traen algunas básicas y otras más profesionales. Hay que definir lo que se requiere para ajustar los niveles de módulos que debería instalar.

| Opportunity Name | Amount | Sales Stage | Action |
|--|-----------|-------------|------------------------------|
| Wanta stores for 50 items - GP 1430 | \$27,500 | Closed Won | View Details |
| iQ Buds for 50 items - ... | \$42,500 | Closed Won | View Details |
| Installation services for Accounts:::Lazz | \$10,000 | Closed Won | View Details |
| Installation services for Accounts:::jetwire | \$20,000 | Closed Won | View Details |
| Installation services for Oy... | \$30,000 | Closed Won | View Details |
| Installation services for Accounts:::Twitterlist | \$40,000 | Closed Won | View Details |
| Installation services for Accounts:::Gabvine | \$90,000 | Closed Won | View Details |
| Installation services for Accounts:::Minyx | \$140,000 | Closed Won | View Details |
| Installation services for Accounts:::BlogXS | \$190,000 | Closed Won | View Details |
| Opportunity with Lazzfor 100 Items - GP 1430 | \$55,000 | Closed Won | View Details |
| Opportunity with Twitterlistfor 50 Items - GP 1470 | \$42,500 | Closed Won | View Details |
| Opportunity with Gabvinefor 25 - GP 9G series | \$17,500 | Closed Won | View Details |
| Opportunity with Minyxfor 50 Items - GP 1470 | \$42,500 | Closed Won | View Details |
| Opportunity with BlogXSfor 25 - GP 9G series | \$17,500 | Closed Won | View Details |
| Opportunity with Lazzfor 100 Items - GP 1430 | \$55,000 | Closed Won | View Details |
| Musizs for 100 - GP7A s... | \$40,000 | Closed Won | View Details |



Resumiendo:

Como podrá haber apreciado, el CRM es una metodología que se apoya en un software que cubre las necesidades del mundo comercial. Implementarlo sin tener claro los objetivos y estrategias que se persiguen con la administración de recursos que nos brinda esta solución, sería como tirar flechas al aire sin ningún blanco definido. **Es por este motivo en nuestra Empresa CSL Global SAS**, contamos con un grupo de Consultores que le ayudarán a preparar el terreno para que la instalación de este tipo de herramienta en su organización sea de la manera más efectiva y rápida, ya que **contamos con procedimientos para evaluar inicialmente el nivel de complejidad de su proceso comercial, así como las competencias necesarias**

de su equipo de Mercadeo y Ventas, para lograr los mejores resultados en el uso de esta magnífica solución.



COMUNÍCATE POR LOS TELÉFONOS:

+57 312.221.58.19 / 321.335.57.24