

ELG
Auditorías -Consultorías



Favor Desconectar

Gracias

Eduardo Leyton Guerrero www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

**Customer Relationship
Management - "CRM"**
(Gestión de Relaciones con el Cliente)

Integración Sistémica e-Business

Eduardo Leyton Guerrero
Auditor de Tecnologías de la Información
Analista de Sistemas – SCI (Ex-Ecom)
Contador Auditor - UDP
Postítulo Auditoria Computacional - UCH
Postítulo Ingeniería de Software -USACH
MBA Dirección Informática – I.D.E. España
Magister en Tecnologías de la Información e-Business
Universidad Politécnica de Cataluña, España

www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías



Fuente:
Magíster en Tecnologías Información e-Business
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
(Módulo Gestión de Clientes)



www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

Parte I
“Conceptos Generales de CRM”

www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

Concepto de CRM

“Gestión de Relaciones con Clientes”

- Es la **Combinación de Acciones Estratégicas** orientadas a fortalecer las relaciones con los Clientes
- Todo soportado en la **Tecnología de la Información**



www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

Concepto de CRM

“Gestión de Relaciones con Clientes”

- Otro Concepto: CRM, es un proceso integrado de marketing, ventas y servicios dentro de una organización orientado a gestionar el Principal **ACTIVO** de la Empresa: “La Información de sus Clientes”; con el fin de Retenerlos y Rentabilizarlos
- La Tecnología hace posible este Objetivo, colaborando en mejorar los Procesos Comerciales de Ventas y Servicios al Cliente.

www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

Concepto de CRM

“Gestión de Relaciones con Clientes”

- CRM no es sólo una herramienta de Software o el simple uso de Internet, el Call Center o el e-mail para comunicarse con los Clientes. Estos son medios tecnológicos y Canales de Contacto con los clientes, que hacen posible las Relaciones Duraderas con los Clientes de la Empresa.

www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

¿Qué plantea una Estrategia CRM?

Alinear y reinventar los procesos de negocios relacionados con los Clientes

- Requiere decisiones en las políticas que afectan a la organización entera
- Abre las puertas de la empresa al autoservicio y auto-venta del cliente

www.eduardoleyton.com

ELG

Auditorías -Consultorías

¿Qué plantea una Estrategia CRM?

Obtener y Proporcionar Información completa de cada cliente

- Busca Conocer todo sobre los clientes de manera personalizada (De acuerdo a estrategias de Marketing “1 to 1”)
- “APRENDER todo Sobre los Clientes”

www.eduardoleyton.com

ELG

Auditorías -Consultorías

Parte II **“Marketing Relacional : Fundamentos del CRM”**

www.eduardoleyton.com

ELG

Auditorías -Consultorías

Marketing 1 a 1

“El Marketing 1 a 1 se basa en la Relación Directa con los Clientes - Se soporta en Estrategias CRM”

- 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
 - Precios reducidos al compartirse con el cliente los ahorros en publicidad masiva, ausencia de intermediarios, reducción de stocks, etc.
- Facilita las Ventas Cruzadas (Otro producto al mismo Cliente)
- Midiendo la evolución del Ciclo de Vida del Cliente, se entablan relaciones duraderas en el tiempo

www.eduardoleyton.com

ELG

Auditorías -Consultorías

Posibilidad de Aplicar Marketing 1 a 1

“La Evolución de la Tecnología Facilita la aplicación del Marketing 1 a 1”

- El incremento exponencial del número de Clientes de una Empresa requiere el soporte de los sistemas de Información para detectar necesidades e interactuar con los Clientes.
- El Internet, el Contact Center, los módulos de auto servicio (Canales de Atención) y las Bases de Datos Analíticas, permiten reunir la información del Cliente en cada contacto y en Tiempo Real

www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías - Consultorías

Parte III
“Razones para aplicar el Marketing Relacional y la Estrategia CRM”

www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías - Consultorías

¿Por qué aplicar Marketing 1 a 1?

“Consideraciones Publicadas en HBR, Aberdeen Group y otras Publicaciones”

- Las empresas pierden entre el 15% y 35% de sus Clientes al año
- 10 veces más es lo que cuesta adquirir un nuevo cliente que conservar uno actual.
- Un Incremento del 5% en la Retención de Clientes, puede incrementar la rentabilidad del Negocio entre un 60% y 100%
- La Probabilidad de Vender a un Cliente Nuevo es 15% mientras que la Probabilidad de Vender a un Cliente Propio es del 35%.

www.eduardoleyton.com

ELG

Auditorías -Consultorías

¿Por qué aplicar Marketing 1 a 1?

“En el Marketing Masivo hay esfuerzos no enfocados y acciones que se dejan de hacer”

- Las campañas de Mailing, pierden el 95% de la inversión en impresos que se desechan sin que genere ventas
- La publicidad en Medios es muy costosa y se pierde si el Cliente al que va dirigido, no la ve o escucha o no le presta atención
- Un Cliente no satisfecho hablará mal de la empresa a 20 personas entre Clientes y Clientes Potenciales
- Un Cliente leal es un buen referente para otros nuevos clientes y el costo de su acción de referencia es muy bajo.

www.eduardoleyton.com

ELG

Auditorías -Consultorías

¿Por qué aplicar Marketing 1 a 1?

“Las Ventajas son Resaltantes”

- Lealtad de los Clientes más Rentables
- Mayores Ventas a un Mismo Cliente. (Mayor Rentabilidad)
- Menores costos de transacciones por canales más rentables
- Reducción del Precio a Clientes preferenciales al reducirse la cadena de Valor
- Integración del Cliente en la Configuración de Nuevos Productos y Servicios a la medida de sus necesidades

www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

Parte IV “Componentes de la Infraestructura CRM”

www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

Procesos Comerciales incluidos en las Mejores Prácticas CRM del Mercado Informático

```
graph LR; A[Información de los Clientes en los Sistemas de la Empresa] --> B[Módulo de Ventas]; B --> C[Módulo de Servicios]; C --> D[Interacción con los Clientes]; C --> E[Módulo de Marketing]; E --> B; F((Visión 360° del Cliente));
```

www.eduardoleyton.com

ELG

Auditorías -Consultorías

Estructura de los Aplicativos CRM

“En cada Canal de Contacto con el Cliente debe existir información que permita una rápida interacción con el Cliente para Brindar un servicio o aprovechar la Oportunidad de Venta”

www.eduardoleyton.com

ELG

Auditorías -Consultorías

Componentes Clave de la Estructura CRM

“Todos los Canales de Atención deben ser un punto activo de ofertas comerciales y recepción de Información”

- Canales de Contacto Personal
 - Fuerza de Ventas (Acción de Campo)
 - Ejecutivos y Ventanillas (Atención en Oficinas)
 - Contact Center
- Canales de Auto Servicio
 - Internet
 - Mailing
 - Cajeros Automáticos, Kioskos de Información

www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

Parte VI
**“Integración de la Solución CRM
con los demás Sistemas de la
Organización”**

www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

Integración de la Solución CRM

**“Los Aplicativos CRM, sólo son una parte de los
Sistemas de la Organización”**

- La Integración no sólo es con los Aplicativos ERP y SCM. Debe Integrarse también a:
 - ☞ Aplicativos Legacy (Core Transaccionales)
 - ☞ Aplicativos de funcionalidades propias de la Empresa (Calificación de Productos, Creación de Productos, Digitalización de Imágenes, Datawarehouse, etc.)

www.eduardoleyton.com

ELG
Auditorías -Consultorías

Preguntas

Eduardo Leyton Guerrero www.eduardoleyton.com