

En quién me apoyo

Para el asesoramiento: en la OAP de FREMM.

Para el desarrollo: en profesionales. Consulta el listado de habilitadores en la web de la OAP FREMM.

Para la financiación: las políticas de ámbito europeo y nacional están encaminadas al apoyo al desarrollo tecnológico de las empresas. Consulta a la OAP FREMM sobre las líneas de ayuda existentes.



	FREMM Federación Regional de Empresarios del Metal Murcia
	OAP FREMM C/. del Metal, 4 30009 Murcia Teléfono: 968931502/00/01 oap@fremm.es

Las Oficinas de Transformación Digital puestas en marcha en toda España por el Ministerio de Economía y Empresa, a través de la entidad pública Red.es, cuentan con un presupuesto global de cinco millones de euros. Las actuaciones a realizar serán financiadas con cargo al Programa Operativo Plurirregional de España (POPE), Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER) del periodo de programación 2014-2020 y bajo el lema “Una manera de hacer Europa” que tiene entre sus objetivos mejorar el uso, la calidad y el acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

CRM – Relación con terceros

Las empresas que utilizan soluciones CRM generan más oportunidades de venta, agilizando la gestión, con presupuestos actualizados en tiempo real y procesos de ventas optimizados.



oap@fremm.es

CRM: RELACIÓN CON TERCEROS

¿Qué es?

CRM (Customer Relationship Management) o Gestión de las relaciones con clientes, es una aplicación que permite centralizar en una única base de datos todas las interacciones entre una empresa y sus clientes, de forma que permite a la empresa entender sus necesidades y anticiparse a ellas. Facilita por lo tanto, la dirección y gestión de campañas de captación de clientes y de fidelización.

Principales ventajas

Estas son las ventajas que un CRM ofrece a las empresas:

- Aumento del índice de fidelización de los clientes.
- Ahorro de tiempo. El software CRM permite la automatización de procesos.
- Optimización de la colaboración entre los servicios. Al contar con un software CRM único, la información se difunde y la utilizan todas las áreas de la empresa.
- Capacidad de respuesta. Los datos recogidos permiten analizar los problemas comunes y facilitan una visión global de las incidencias, permitiendo también evaluar mejor las necesidades de los clientes y hacer un seguimiento de los procesos y del rendimiento.
- Incremento de la rentabilidad. Conocer al cliente y sus necesidades permite ofrecer productos con mayor tasa de éxito.
- Reducción de costes relacionados con la gestión de clientes.
- Mejor atención al cliente, pues la empresa conoce al cliente (historial con sus preferencias y necesidades).

Por dónde empiezo

La implantación de un CRM precisa, ante todo, de una transformación cultural en la empresa, partiendo de una estrategia “centrada en el cliente” que permita crear relaciones sólidas, orientadas hacia la mejora del negocio, en un proceso continuo y sostenido cuya finalidad es conseguir la lealtad de los clientes.

Fases de implementación de un CRM:

1. Preparación: involucrar a los diferentes participantes del proyecto.
2. Análisis: evaluar las necesidades de los diversos usuarios directos (comerciales, marketing, soporte al cliente) e indirectos, para conocer los informes que deben generarse y poder configurar una herramienta útil.
3. Implementación: configuración de la aplicación y del planteamiento.
4. Puesta en marcha. Requiere la formación inicial de los usuarios, la validación por parte de cada uno de ellos en su propio entorno y los ajustes finales.
5. Gestión de la transición. Debe realizarse un seguimiento, dando soporte a los usuarios y gestionando el mantenimiento de forma correctiva y evolutiva de la aplicación.

Selección Sistemas CRM con versiones gratuitas disponibles online

- | | |
|---------------|------------------------|
| • SumaCRM | • Hubspot CRM |
| • Agile CRM | • Really Simple System |
| • Bitrix24 | • SuiteCRM |
| • Capsule CRM | • Zoho CRM |