



Cómo escoger un sistema CRM (Customer Relationship Management)

Cómo escoger un sistema CRM



Cuando va a empezar un proyecto de administración de las relaciones con los clientes CRM es importante entender todos los beneficios de un sistema integrado antes de hacer su proceso de selección.

La razón por la cual creamos esta guía es para proveerle a su compañía la información esencial que usted necesita para tomar la mejor decisión posible.

Esta guía está diseñada para ayudarle a construir un caso de negocio para un sistema CRM, formando un efectivo equipo de proyecto, respondiendo las preguntas correctas, identificando los cambios y desafíos implicados y mucho más.

Usted puede estar preguntándose, ¿por qué querría una compañía como MIND distribuir un folleto que no promueve sus propios productos? Sabemos cuán importante es tener buena información antes de tomar una decisión acertada.

Nosotros en MIND queremos ayudarlo a triunfar escogiendo la mejor solución de CRM

Entendiendo CRM

CRM es más que sólo un software o un conjunto de procesos – es una sólida cultura de negocios enfocada en ganar y mantener los clientes correctos. Una buena solución de CRM construye valor para sus negocios abriendo los canales esenciales de comunicación y creando un enfoque común en el cliente basado en conocimiento para servir mejor a sus consumidores.

CRM es entender acerca de los hábitos de compra y las preferencias de sus clientes y prospectos así que usted debe tener en cuenta:

- Construir una fuerte relación con sus clientes para mantener su fidelidad.
- Proveer servicios de valor agregado que sean difíciles de copiar por la competencia
- Mejorar el desarrollo de sus productos y servicios y los procesos de entrega
- Incrementar el conocimiento de sus empleados sobre las necesidades del cliente.

Para la efectiva integración de las funciones de marketing, ventas, servicio y atención al cliente, un buen sistema de CRM lo hace más fácil para todos dentro de su compañía para trabajar juntos y compartir información crítica.

Un efectivo sistema de CRM empodera a sus clientes y prospectos a hacerlo! ¡El negocio con usted – la manera que ellos escogen! Imagínese conectando sus clientes con sus empleados y socios de negocios a través de cualquier departamento por cualquier proceso y cualquier dispositivo o vía de comunicación - teléfono, el fax, correo electrónico, e Internet.

CRM puede contribuir con múltiples beneficios a su organización incluyendo:

- **Nuevas oportunidades de venta**
 - Un buen sistema de CRM clasificará sus prospectos y ayudará a identificar mejor a sus consumidores
 - Con información detallada sobre sus clientes usted puede proyectar certeramente y responder a sus necesidades de compra a través del ciclo de vida del consumidor.
 - Un buen sistema CRM lo puede ayudar a automatizar las tareas rutinarias de ventas, permitiendo dedicar más tiempo enfocándose en asuntos estratégicos de ventas.

- **Mejorando el servicio al cliente**

El sistema correcto de CRM permite a su equipo tomar un enfoque proactivo en el servicio de atención al cliente. Con información reciente y completa del cliente en la palma de sus manos, Sus empleados pueden resolver exitosamente los asuntos del cliente más rápidamente, creando y cruzando las oportunidades de venta.

- **Mejor toma de decisiones**

Los sistemas de CRM proporcionan una sola vista del cliente a través de todos puntos de contacto y canales, así como la entrega de informes completos de comportamientos de cliente, resultados de campañas de marketing y actividades de venta. Cada uno de estos elementos son necesarios para la toma de decisiones inteligentes y una buena planeación estratégica.

- **Mayor eficiencia**

Con un sistema integrado CRM, usted puede ganar el acceso inmediato a la información crítica del cliente en su organización. Una buena solución de CRM aumenta también la eficiencia interna automatizando el volumen de procesos de trabajo, reduciendo el error humano, disminuyendo tiempo de proceso y proporcionando la consistencia a través de la organización entera.

- Construya y refuerce las relaciones del cliente para mantenerlos de vuelta
- Proporcione valor agregado y duplique los servicios que son difíciles para los competidores
- Mejore su desarrollo de productos y los procesos de entrega del servicio
- Aumente el conocimiento del personal sobre las necesidades de los clientes
- Reduzca la frustración de los clientes por no hacer las mismas preguntas repetidamente.

Para Comenzar...

La mayoría de las compañías requieren que usted justifique la necesidad de un nuevo sistema antes de hacer una compra. Construir un caso de CRM proporciona la información necesaria de fondo para ayudarlo a definir la necesidad y justificar el costo y demostrar el valor de la inversión.

Elija un equipo central

Establezca un equipo central de individuos dedicados a manejar la complejidad de un proyecto de CRM.

Antes planee su estrategia y la forma de implementarla, asegurese de tener un líder de proyecto y un director de proyectos para supervisar las divisiones funcionales de su organización tales como mercadeo, ventas, servicio al cliente y departamento técnico.

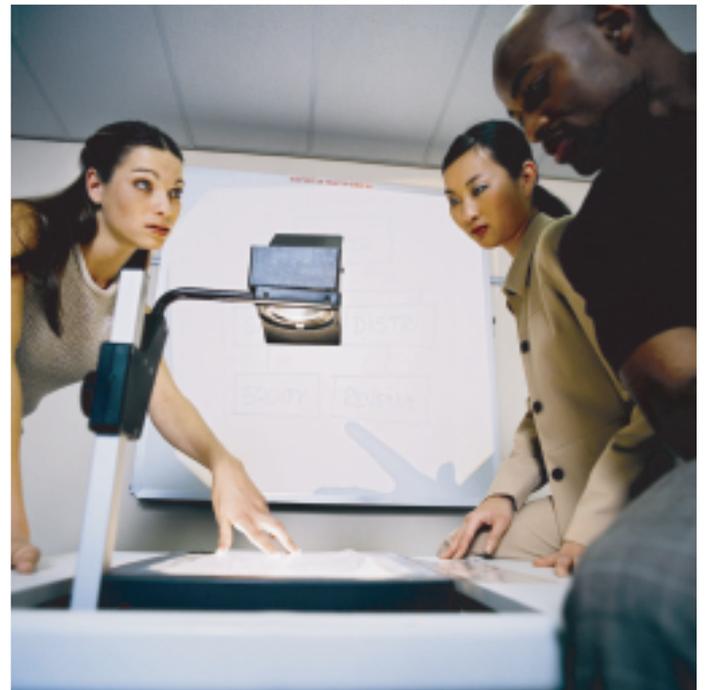
Ponga sus metas

Su equipo debe tener una comprensión compartida de sus metas de CRM. Para lograr esto, el grupo central debe identificar los objetivos de la organización, enfocándose en los procesos que requieren redireccionamiento y discutiendo las líneas de acción apropiadas.

Examine sus procesos actuales

Analice sus procesos de negocio existentes desde varios puntos de vista, para encontrar cómo ellos impactan a su organización y a sus clientes

Evaluando sus procesos ahora, usted puede identificar en lo que trabajará y en lo que no y se preparará para implementar un nuevo sistema de CRM que emula las estrategias más efectivas para lograr éxito.



Entendiendo CRM ... Componentes de un CRM

La mayoría de las compañías requieren que usted justifique la necesidad de un nuevo sistema antes de hacer una compra. Construir un caso de CRM proporciona la información necesaria de fondo para ayudarlo a definir la necesidad y justificar el costo y demostrar el valor de la inversión.

Automatización de Marketing

- Desarrollar el Mercado e implementar campañas
- Administrar y manejar presupuestos de marketing
- Mantener registro de respuestas
- Analizar resultados de campañas

Automatización de la fuerza de ventas (SFA)

- Realizar análisis que le aseguren el tiempo y la energía gastada en los asuntos con más probabilidad de cierre
- Mejorar la distribución y rastreo de leads
- Procesos de cotizaciones y ordenes efectivas
- Proporciona ventas remotas con acceso instantáneo de su personal a la información corporativa

Servicio al Cliente y Soporte

- Capture y rastree toda la interacción con sus consumidores sin importar de que tipo sea.
- Observe y mida el retorno de llamadas alrededor del tiempo y entendiendo lo que toma más tiempo resolver y porqué.
- Mantenga una completa historia del caso con acceso instantáneo a todos los asuntos previos e interacciones con el consumidor.
- Escale automáticamente los casos si estos no han sido cerrados dentro del tiempo pautado.



Involucra a las personas correctas

La decisión de escoger una solución específica de CRM puede ser delegada a un equipo central de individuos para servir y representar las necesidades funcionales de varios departamentos. Esto requiere la total cooperación y colaboración entre los usuarios del sistema, administradores del sistema, integradores del sistema, clientes del sistema y System Signoffs.

Elija a un consultor

Los consultores ofrecen conocimientos especializados en la evaluación e implementación de soluciones de CRM. Estos expertos pueden ayudarlo a su organización en tres importantes aspectos:

- Evaluar sus necesidades y sugerir la mejor solución de CRM para su situación específica
- Salvar tiempo y dinero de su compañía durante la instalación y entrenamiento en el sistema
- Ayuda a obtener lo mejor de su implementación de CRM, basado en los requerimientos de su organización.

Algunos de los mejores consultores de CRM son distribuidores. Muchos distribuidores ofrecen un rango de servicios incluyendo desarrollo de estrategia, administración de procesos del negocio, implementación de tecnología y entrenamiento.

A menudo los distribuidores de sistemas CRM cuentan con un servicio de soporte adicional respaldado por el proveedor del sistema ayudando a manejar aspectos complejos de la implementación.

Limíte el campo

Busque un sistema CRM que integre su software de contabilidad de Back office y otros sistemas de negocio de modo que la información del cliente puede ser actualizada en el tiempo real, mientras es compartida y empleada efectivamente a través de la organización entera. Esté seguro que sus soluciones son robustas y suficientemente versátiles en:

- Acceso desde cualquier lugar – desde sedes centrales hasta locaciones remotas y trabajadores móviles.
- Integración continua con su back office accounting system
- Integración con una gran variedad de software de terceros u otros sistemas internos.

Incremente los canales de comunicación

La solución de CRM ideal integrará sus múltiples canales de negocios y proveerá a sus usuarios con continuo acceso remoto a la información reciente del cliente

Piense sobre los diferentes puntos de interacción que sus consumidores están usando actualmente, y los que probablemente usted usará para comunicarse en un futuro con su organización.

Un buen sistema CRM le permitirá recuperar información de tiempo real y dondequiera. Escoga uno que encaje con las necesidades funcionales de los usuarios del sistema.

Mantenga una perspectiva global

La habilidad de sostener un alcance global, incluso si no es esencial ahora, es una inversión básica para el futuro de su compañía. Al ver las características de CRM entérese si:

- La compañía vende y da soporte a productos en los países en los que usted hace el negocio.
- El software proporciona soporte frecuentemente
- El software está disponible en diferentes lenguajes diferente a Inglés

Considere el tiempo de implementación

Personalizar su sistema requiere que el proceso de la implementación pueda ser completado más rápidamente. Pregunte a su vendedor cuanto tiempo toma la implementación y qué factores pueden aumentar o pueden disminuir la cantidad de tiempo requerido.

Seleccione un sistema que sea el correcto para usted

Ahora que usted ha evaluado varias soluciones posibles, es tiempo de tomar una decisión. Considere lo siguiente antes de seleccionar su proveedor de herramienta:

Entreviste a sus proveedores antes de una DEMO

Familiarícese usted mismo con varias soluciones de CRM que estén disponibles en el mercado, así usted puede estar seguro acerca de sus primeras opciones cuando usted tenga un short list de las mejores opciones para su compañía.

Entrevistarse como muchos proveedores de software como sea posible puede evitar malgastar tiempo y realizar largas demostraciones no pertinentes.

Seleccione los tres mejores sistemas y pida que le proporcionen la siguiente información:

- Costo estimado de las licencias
- Tiempo de implementación
- Costo del soporte anual y mantenimiento
- Metodología y costos de entrenamiento
- Costo estimado de la construcción para adaptar el sistema a sus requerimientos.
- Un plan para integrar su sistema de back office cuando es requerido

Insista en un software amigable

Si su sistema no es amigable, sus empleados no podrán disponer al máximo de sus beneficios. Cerciórese de escoger una solución que sea lógica y fácil de usar. Pregúntele a su proveedor lo siguiente:

- Cuán fácil es el uso de la interface del software?
- Puede la interface ser modificada para combinar estrechamente con las necesidades de mi organización?
- Cuán fácil es navegar entre los módulos de la herramienta?
- Qué tipo de documentación de software y entrenamiento serán proporcionados?

Top 10 características para tener en cuenta en un sistema CRM

1. Análisis del ciclo de venta
2. Integración con su back office accounting system
3. Que utilice estandares abiertos
4. Continuo flujo de información entre los sistemas corporativos y los sistemas remotos de los empleados.
5. Reportes y análisis en tiempo real
6. Automatización de workflow
7. Administración de contactos y campañas
8. Múltiples lenguajes and multi-currency capabilities
9. habilidad para personalizar fácilmente la solución con las necesidades de su negocio.
10. La escalabilidad para acomodarse al crecimiento futuro de su negocio



Evalúe su apoyo técnico

Usted puede necesitar apoyo del equipo técnico del vendedor de software. Aquí están algunas preguntas para realizar con respecto al soporte:

- ¿Qué tan rápido toman ellos las llamadas de clientes?
- ¿Cuántas horas operan?
- ¿Qué opciones existen para horarios extracurriculares?

Solicite información acerca del departamento de servicio al cliente

Busque una compañía que esté dedicada regularmente a proporcionar un servicio de alta calidad a sus clientes y que tenga los recursos para tratar con preguntas de producto, retroalimentación a clientes, rastreo de órdenes y registro de software.

Obtenga flexibilidad en reportes

Busque una solución que tenga la capacidad de producir los reportes que su organización requiere. Averigüe si los reportes personalizados pueden ser creados con un mínimo de tiempo y esfuerzo. Vea si el sistema le permitirá manipular los datos de cualquier manera que usted escoja.

Pregunte por la Personalización

¿Le permite el software modificar todos aspectos del sistema? ¿Tiene usted la habilidad de crear y modificar campos, pantallas, tablas, las vistas, scripts y configuración de seguridad sobre la marcha?

Asegure opciones que le permitan crecimiento

Una buena compañía de software invierte mucho en la ingeniería y desarrollo de nuevas características y mejoras del producto regularmente. La oportunidad de pasar a un producto similar pero más poderoso puede darle a su compañía flexibilidad para el crecimiento.

Está dentro de su presupuesto?

Si su primera elección cuesta más de lo que usted tenía presupuestado, re- priorise su lista de requisitos y compárelos con las características de las aplicaciones que entran en su rango de presupuesto. Luego determine cuáles características o módulos son esenciales para el éxito del proyecto.

Justifique la inversión

Una vez que usted ha decidido cuál producto desea comprar puede ser útil crear un documento o una presentación para explicar su elección. Este documento necesita detallar claramente las características del sistema, los beneficios fiscales directos de estas características y los resultados beneficios a largo plazo para la compañía. Debe resumir también el coste total para la implementación inicial, entrenamiento y mantenimiento.

Implementando su sistema

Cual es el mejor camino para hacer que el proceso de implementación sea exitoso? Considere algunos aspectos:

Cree un anteproyecto

Para suavizar el proceso de la implementación cree un "anteproyecto" con su proveedor o consultor de software relacionado con los procesos del negocio del CRM. Este documento le da al equipo un plan predeterminado y un conjunto de pautas para alcanzar sus metas de CRM.

Prepárese para modificaciones

Uno de los errores más comunes cometidos por la compañías es tratar de limitar duramente las modificaciones para el paquete de software seleccionado.

Si usted necesita un software que se ajuste los requerimientos de su negocio debe estar preparado para hacer las modificaciones después de instalar la solución: "fuera de la caja".

Consejos útiles para Promover CRM como una Cultura de Negocio

1. Construya un caso para el cambio. Piense sobre el impacto de una estrategia de CRM en la gente – los beneficios y consecuencias de realizar el cambio o no.
2. Mantenga reuniones regulares a lo largo de todos los departamentos de la compañía para comunicar el progreso del proyecto.
3. Mantenga un lazo con los empleados en el que proporcione información y claridad acerca de lo que está sucediendo.
4. Fomente a los empleados a hablar más acerca de cambios y escuche lo que ellos tienen que decir.
5. Dé a los empleados tiempo de hacer la transición y ajuste al nuevo enfoque CRM.
6. Respalde a los directores que están liderando el proyecto de CRM a entender que una implementación efectiva es un proceso cultural; que esto puede tomar tiempo para todos y para los ajustes a las nuevas formas de hacer negocios.
7. Informar a los clientes acerca de la visión de la compañía para ser una organización centrada en los clientes.



Proporcionar un buen entrenamiento

Un buen entrenamiento es esencial y proporciona la información, la práctica y compromiso necesario para que su personal obtenga el conocimiento necesario de el software.

Pruebas preliminares

Cuándo está tratando con algo tan valioso como los datos de sus clientes, usted querrá poner a prueba cada componente del sistema y se debe cerciorar si funciona apropiadamente antes de poner el sistema en vivo. Cargue los datos simulados de los clientes y vea como el sistema recibe y procesa la información.

Planee una evaluación progresiva

Tenga presente que su sistema de CRM siempre estará evolucionando. Una implementación nunca se termina completamente. La evaluación progresiva de sus procesos del negocio lo ayudará a maximizar los beneficios que CRM puede traer a su organización.

SalesLogix

SalesLogix es la solución de administración de relaciones con los clientes que posibilita al pequeño y mediano mercado cultivar rentablemente las relaciones con los consumidores incrementando las ventas y la participación en el mercado y maximizando la satisfacción y fidelidad de los consumidores.

Diseñada para conocer las distintas necesidades de los pequeños y medianos negocios, SalesLogix proporciona una solución automatizada que integra ventas, mercadeo, servicio al cliente y soporte

SalesLogix provee una solución completa de CRM a un bajo coste de implementación, con un tiempo rápido de productividad y alto retorno de la inversión. Flexible y fácil de usar, SalesLogix se acomoda fácilmente al crecimiento y a los constantes cambios del negocio.

SalesLogix, la solución líder con más de 6000 clientes alrededor del mundo, hace parte de SAGE una familia de soluciones integradas para la dirección empresarial.

Mind Andina - Colombia
Bogotá D.C. - Colombia
Calle 93B No 17 - 42 Oficinas 205 - 502
Teléfono: (571) 6 22 23 10
Fax: (571) 6 22 22 98
Web: www.mind.com.co/saleslogix
E - Mail: ventas@mind.com.co