

Las empresas hoy en día se enfrentan a grandes retos para ganar nuevos clientes, conservar a los existentes y obtener mayor rentabilidad de ellos, es por ello que se necesita ser más eficiente para definir el mercado objetivo, atender a los clientes y dales servicio de la mejor manera.

En MCC Consulting contamos con especialistas en CRM que te ayudarán a hacer las definiciones, establecer los requerimientos de negocio e implementar la funcionalidad necesaria para que tengas la relación más eficiente y rentable con tus clientes.

Consideramos que el componente menos importante es la implementación funcional, se puede tener la mejor definición y configuración del sistema pero si el usuario final no “compra” el uso de la herramienta en el día a día el proyecto saldrá en vivo pero los beneficios de negocio nunca llegarán. Nosotros nos enfocamos no solo en que funcionalmente el sistema funcione sino en que se use, ahí radica el éxito del proyecto.



Nuestros servicios de CRM están enfocados en:

- Implementación funcional
- Integración de aplicaciones
- Reporteo y análisis de información
- Manejo del cambio y eficiencia de uso

## Implementación funcional

### Ventas

Los vendedores nunca quieren ser controlados y tener que utilizar el CRM para el manejo de sus cuentas, oportunidades, actividades y cotizaciones pero tienen que entender que todo esto es la base para los pronósticos de venta y las decisiones que se toman en la empresa.



Es fundamental establecer una aplicación fácil de usar, que se tenga que capturar lo menos posible y que pueda capturar en cualquier momento sin necesidad de usar una computadora. En la medida que nosotros logramos la usabilidad de la aplicación los resultados se verán impactados en las ventas.

Definición de catálogos de productos o servicios, herramientas de cotización y propuestas y el seguimiento a ventas no pueden funcionar por sí solos, aquí es importante la integración de aplicaciones.

## **Marketing**

El propósito principal del Marketing dentro del CRM es la generación de campañas para generación de leads y su posterior conversión en ventas.



La correcta definición de campañas y sus herramientas de ejecución:

- eMail Marketing
- Drip Campaigns
- Newsletters
- Landing Pages

## **Servicio**

El estándar de servicio es que todo funcione bien y sin fallas, eso se da por sentado, pero cuando hay fallas o problemas es cuando realmente se nota la capacidad de la empresa en atendernos. Si la atención que recibimos es excelente es cuando se gana la fidelidad absoluta de los clientes. Por eso es muy importante que el servicio sea eficiente, eficaz y siguiendo las mejores prácticas.

Manejo de la base del conocimiento, casos de servicio, escalaciones, ya sea a través del portal de auto-servicio o a través de canales de atención internos.

Integración con plataformas de ofimática, integración con canales de contacto (email, CTI, chat, entre otros), redes sociales y cualquier medio de contacto con el cliente.

## **Reporteo e Inteligencia de Negocios**

Lo más importante de una estrategia de CRM es explotar la información que se obtiene de las interacciones con los clientes, escuchar lo que quieren, las quejas, su respuesta a las campañas, identificar que contenidos les atraen.

Debido a lo anterior es importante la definición de los reportes, dashboards, consultas y gráficas que requerimos para una correcta explotación de la información del CRM.

## **Integración y Plataforma**

Para el correcto funcionamiento de un CRM es necesario integrar la información con otros sistemas empresariales como son ERP, Business Intelligence, Ofimática, Redes sociales (Twitter, Facebook), Redes empresariales (LinkedIn).

Nosotros definimos el flujo de información a través de los procesos de negocio y las fuentes de la misma, a través de las herramientas técnicas hacemos la integración de aplicaciones o bien de la información requerida.

Definición de seguridad y medios de acceso a la información – Es importante establecer los privilegios de usuario para el acceso a la información sensible y los medios por la que puede ser accesible. Acceso definido por Usuario, Rol o Equipos.

Es fundamental aprovechar las definiciones existentes en la empresa como LDAP (Lightweight Directory Access Protocol), manejo de password, directorios de empleados y usuarios, Single Sign On.