

**Mejorar su atención
al cliente significa
mejorar su negocio.**

Soluciones CRM de IBM y sus Asociados de Negocio.



Las soluciones de CRM de IBM y sus Asociados de Negocio le permiten aumentar la lealtad de sus clientes y mejorar los resultados de su organización.

Vivimos en un mundo dinámico donde la prosperidad de unos años se mezcla con presiones económicas; es momento para que los ejecutivos de Ventas, Servicios y Marketing confronten estas realidades. Al igual que las empresas, los consumidores cada vez se vuelven más inteligentes y demandan nuevos productos y necesidades. Se ha demostrado que las empresas requieren con urgencia reinventar sus rutinas de investigación, compras y ventas.

Las empresas que cuentan con las soluciones CRM (Customer Relationship Management) de IBM y sus asociados de negocio pueden apalancarse en información digital para traer nuevas formas de comunicación y traducir datos en información valiosa para satisfacer mejor a sus clientes.

El éxito de los profesionales de marketing y ventas va a depender de conocer rápido a sus clientes, de transformar la experiencia del cliente al comprar sus productos o servicios, de abrir nuevos mercados y de reducir la complejidad empresarial.



¿Por qué CRM es importante para sus empresas y qué beneficios le ofrece?

Si bien implementar el concepto de CRM (Customer Relationship Management) generalmente involucra cambios en aspectos tecnológicos, sería erróneo pensarlo solo como una herramienta. **La estrategia de relación con los clientes, los cambios en los procesos y los cambios organizacionales necesarios, son una pieza fundamental en este esfuerzo**, sin la cual los retornos esperados de la inversión tecnológica no se verán nunca realizados.

Por lo tanto entendemos que **CRM no es ni un concepto ni un proyecto**:

- Es una **estrategia de negocios** que busca entender, anticipar y administrar las necesidades de los clientes actuales y potenciales.
- Involucra coherentemente **cambios de procesos, organizacionales y tecnológicos**; a través de los cuales una compañía busca centrar su negocio en el cliente.
- Implica adquirir y utilizar el **conocimiento sobre los clientes** a través de los distintos puntos de contacto, balanceando ingresos y resultados con la satisfacción del cliente.

Profundizando esta definición, decimos que:

- CRM consiste en **utilizar la información del cliente en forma consistente y uniforme** a través de toda la organización (puntos de contacto, departamentos y funciones).
- CRM es una **forma de trabajo y organización de los recursos** para optimizar la recolección, análisis y uso de información sobre los clientes.
- CRM **facilita el proceso decisorio y permite iniciar acciones** para entregar servicios y productos a la medida de cada cliente.
- CRM **se focaliza en la administración de las relaciones con el cliente** con el objetivo de maximizar los resultados del negocio, con buenos niveles de servicio y eficiencia en las acciones comerciales.





Tomando como fuente a CRM Infor, algunos de los beneficios que los clientes CRM han logrado son:

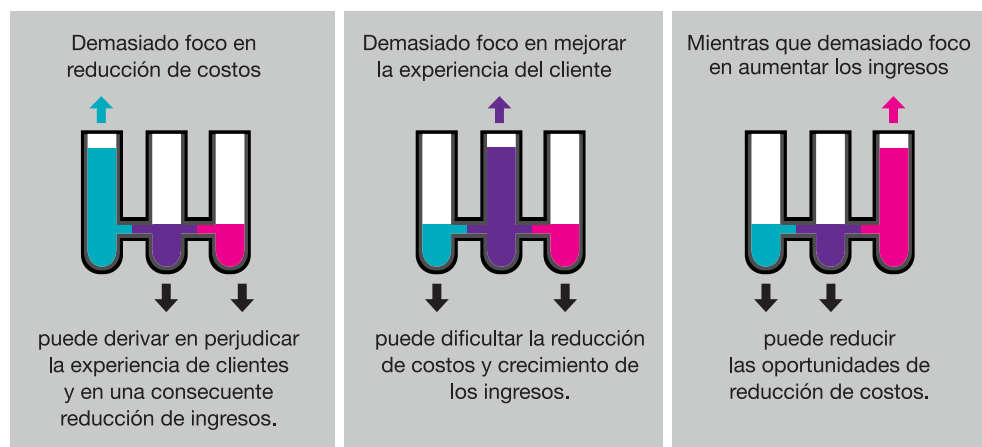
- Aumento del 48% en los productos por hogar.
- Venta del 43,6% productos nuevos para nuevos clientes.
- Venta del 46% más, productos nuevos vendidos en ACD.
- Aumento del 455% total de consumidores registrados.
- Aumento de + del 50% total de correo directo.
- Aumento del 160% total de proveedores respaldados.
- Aumento del 15% total de marcas respaldadas.
- Aumento del 14% en los ingresos por socio.

Fuente: CRM Infor Epiphany 2007.

“Haciendo CRM” en la empresa, lograremos alcanzar los objetivos más importantes de negocio:

- Reducir costos.
- Aumentar ingresos.
- Mejorar la satisfacción de los clientes.

En la actualidad, la reducción de costos se ha convertido en un importante motor para el cambio en las oportunidades de CRM, pero el exceso en reducción puede dañar la experiencia del cliente:







¿Cómo encontrar el balance perfecto

o mejor, como maximizar las tres?

Reducción de costos Experiencia del cliente Aumento del ingreso



Es por esto que nuestro foco se centra en lograr que nuestros clientes alcancen sus objetivos más importantes de negocio:

	Principal objetivo de negocio	Capacidades para alcanzar los objetivos
	Mejorar la eficiencia operativa y reducción de los costos de servicio al cliente	Proporcionar a los representantes una visión completa del cliente, permitiendo gestionar mejor las cuentas y planificar cada interacción en forma más eficiente. Aprovechando las tecnologías, las reglas de negocio y flujo de trabajo para promover la eficiencia y la comunicación continua con los clientes.
	Mejorar la retención de los clientes actuales	Recolectar en forma proactiva la información de cada interacción y usarla para servir mejor y vender más. Garantizar que cada interacción con el cliente tenga un efecto positivo y no uno negativo. Implementar procesos, políticas y herramientas que proactivamente identifiquen y retengan a los clientes con riesgo de fuga o reducción de su portfolio de productos.
	Identificar oportunidades de up-sell	Brindar información a los representantes para entender mejor las necesidades de los clientes, los comportamientos y actitudes; con el fin de ofrecer el producto apropiado al cliente adecuado y determinar oportunidades de venta cruzada o cross sell.
	Aumentar el share de los clientes existentes	Implementar reportes que proactivamente prioricen/identifiquen a los clientes que requieren un mayor foco de atención, basado en factores como el uso de productos y sus consumos.

¿Qué encontrará en las soluciones de CRM?

La oferta de servicios, hardware y software, soporta el desarrollo y puesta en práctica de nuevas capacidades en las tres funciones claves del front office: Ventas, Servicios y Marketing, a lo largo de todos los canales de contacto con el cliente.





Estrategia orientada al Cliente

Estrategia de foco en el cliente para desarrollar una visión de CRM, comprender las necesidades de los clientes, medir el valor del negocio, crear planes de acción y definir los próximos pasos para ejecutar la estrategia. Esto significa: Preparar a la empresa para el cambio.

Transformación de Ventas

Servicios para la definición de soluciones que permitan mejorar el rendimiento de las ventas y de la fuerza de ventas, lo que incluye la mejora de los procesos de ventas, su medición, y la implementación de herramientas de ventas.

Transformación de Servicios

Servicios para la definición de soluciones que permitan mejorar la función del servicio, la experiencia del cliente a través de servicio, impulsar las ventas surgidas de llamadas de servicio y reducir los costos asociados.

Transformación de Marketing

Servicios para la definición de soluciones que permitan mejorar técnicas de mercadeo y comunicación, incluyendo medios de comunicación digitales, la planificación de mercadeo, gestión de campañas y mercadeo basado en eventos (MBE).

Gestión de Procesos

Servicios de transformación de distintos procesos de negocio que forman parte de un mismo ambiente operativo de la empresa.

"Hacer el CRM bien" no es un mantra que se debe tomar a la ligera. La administración exitosa de las relaciones con clientes puede transformar una compañía, ayudándola a crecer de forma más lucrativa al servir a sus clientes de manera más inteligente. En su mejor forma, CRM puede transformar una compañía -culturalmente, estructuralmente y estratégicamente.



¿Está listo para conocer las soluciones de IBM y sus asociados de negocio?



IBM Servicios de Consultoría: Oracle Siebel CRM

IBM y su división de consultoría (IBM Global Business Services) ofrecen Oracle Siebel Customer Relationship Management (CRM) que permite a las compañías transformar la experiencia del cliente con soluciones adaptadas a más de 20 industrias, y ofrece también una gama completa de capacidades CRM.

Oracle Siebel CRM es considerado Número 1 en aplicaciones CRM:

- Implementado en más de 4,6 millones de usuarios alrededor del mundo
- Clasificado como líder de 11 Forrester Wave Reports
- Clasificado en el cuadrante mágico de Gartner en los últimos 8 años consecutivos.

Algunos de los beneficios más significativos:

Ventajas	Cómo aprovechar CRM	Beneficios
CRM fácil, dinámico y comprensible	Ventas estratégicas, servicio, call center, marketing, gestión de órdenes de compra de clientes y gestión de manejo de capacidades de cliente.	Mejores prácticas para mejorar la satisfacción de clientes y su lealtad.
Experiencia por industria	Control y definición completa al CRM para ajustar a necesidades puntuales de negocio.	Mejorar la experiencia del cliente fortaleciendo la ventaja competitiva.
CRM on-demand	Las aplicaciones de CRM son de fácil adopción por los usuarios.	Rápida respuesta a requerimientos del mercado y necesidades del cliente.
Configuraciones o integraciones pre-configuradas	Procesos, reglas y decisiones de negocio coordinadas.	Disminución en costos de operación y aumento en satisfacción del cliente.
Aplicaciones continuas	Continuo valor de Siebel con actualizaciones y mejoras.	Bajo costo total de propiedad, más rápido retorno de inversión.





Epiphany: Infor CRM Operativo

Infor CRM Epiphany (Ventas & Servicio al Cliente) es una solución de CRM Operativo para pequeñas y grandes empresas que requieren de un sistema para apoyar toda su estrategia de CRM en las áreas de Ventas, Mercadeo y Servicio al Cliente.

Infor CRM Operativo se licencia por el número de usuarios que accederán al sistema. El sistema puede conectarse e interactuar con sistemas ERP para permitirles a los funcionarios encargados de mercadeo y ventas visualizar en el CRM la información requerida de los clientes y que está en el ERP u otros sistemas de información.

Estas soluciones están orientadas a empresas distribuidoras, manufactureras, telecomunicaciones, servicios financieros, seguros, retail y de comercio detallista, directores de mercadeo, directores de operaciones, gerentes de servicio al cliente y gerencia de ventas. Además Infor CRM ofrece diferentes módulos según la necesidad de cada cliente como:

- Marketing: Outbound e Inbound + Sales & Services
- Infraestructura tecnológica: Infor Epiphany - CRM operativo, corre en las plataformas Windows, Unix AIX y Linux.

En plataforma Windows se requiere 1 servidor que hará las veces de Servidor de Aplicaciones, de Base de Datos y Servidor WEB; las características técnicas se pueden definir una vez dimensionada la necesidad del cliente y solución ofrecida.





Para obtener más información:

Dedíquele un momento hoy a descubrir cómo el hardware, el software y los servicios de IBM para el mercado medio, junto con nuestros Asociados de Negocio, pueden ayudarlo a triunfar en el clima empresarial desafiante de la actualidad.

Para conocer más detalles, póngase en contacto con su representante de IBM o del Asociado de Negocio IBM, llamando a uno de nuestros agentes

al **0800-666-4426** Interno: 4001 o
visítenos en: ibm.com/expressadvantage/ar

IBM Argentina S.A. Pasaje Ing. Butty 275,
Ciudad de Buenos Aires, Argentina.
C.U.I.T.: 30-50396126-8.
Todos los derechos reservados.
© Copyright IBM Corporation, 2010.

