

*Soluciones integradas a la Web para dar un mejor servicio y fidelizar a los clientes*



## Servicios CRM de IBM

### **Características principales**

**Crea una base de conocimiento del cliente para personalizar el trato y fidelizarlo**

**Ayuda para evaluar, diseñar e implantar un proceso integrado de Gestión de las Relaciones con el Cliente (CRM) con el fin de ofrecer un servicio más rápido**

**Combinación de experiencias e-business con prácticas CRM para identificar una solución integral**

**Utilización de tecnologías e-business para contribuir a aumentar la cuota de mercado y mejorar las ventas, el marketing y el servicio a los clientes**

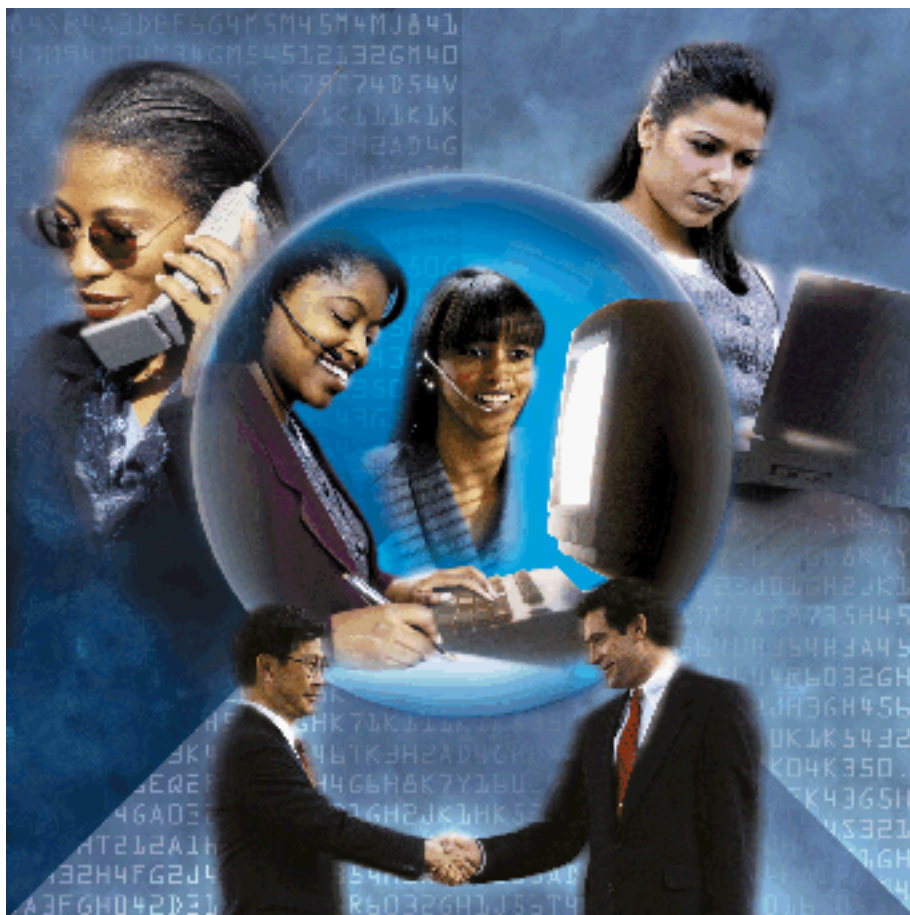
**Evaluación del éxito de su solución de CRM comparando los objetivos definidos con los resultados obtenidos**

### **Una nueva era en las relaciones con los clientes**

El explosivo crecimiento de Internet está modificando las expectativas de los consumidores y convirtiendo la transición a e-business en una cuestión de supervivencia frente a los competidores. Los clientes exigen unos servicios más rápidos y personalizados, por lo que las empresas se ven obligadas a implantar soluciones de e-business con el fin de comercializar sus productos de forma más eficaz y mejorar los servicios ofrecidos a sus clientes.

La convergencia de Internet y los canales de marketing más tradicionales obliga a las empresas a encontrar fórmulas novedosas para dar respuesta a un grupo de clientes muy exigentes y con avanzados conocimientos de la Web.

Los Servicios CRM de IBM pueden ayudarle a crear nuevas oportunidades para su empresa y ofrecer el valor añadido que necesitan sus clientes. Gracias a su experiencia en el mercado e-business, IBM puede contribuir a aprovechar sus soluciones CRM



integradas en la Web para identificar, seleccionar, adquirir, conservar y mejorar el servicio ofrecido a los consumidores. Asimismo, ponemos a su disposición nuestra experiencia en consultoría e integración de sistemas para ayudarle a evaluar, diseñar, desarrollar, implantar y operar un sistema que contribuya a mejorar las relaciones con los clientes y a incrementar los beneficios de su empresa.

### **Creación de una base centralizada de conocimientos**

Tradicionalmente, los distintos departamentos de las organizaciones implantaban de forma independiente sus planes y estrategias, práctica que daba como resultado un enfoque disgregado de las necesidades del cliente. Cuando los departamentos de ventas, marketing y servicio al cliente están fragmentados, sus representantes sólo disponen de una información parcial. La creación de un repositorio central de datos de clientes accesible en cualquier momento y desde cualquier lugar a través de Internet permitirá a los distintos departamentos acceder a la información y a todos los datos relativos a las actividades de los clientes recopilados por la empresa. Este enfoque permite ofrecer una atención personalizada a los clientes, aumentar la calidad del servicio e incrementar los niveles de retención de clientes.

Como demuestran tanto las investigaciones como la propia experiencia, las empresas que crean unas relaciones sólidas y duraderas con el cliente obtienen normalmente mejores resultados financieros. Por esa razón, las empresas están adoptando rápidamente una estrategia centrada en los clientes que exigen una transformación de sus procesos CRM con el fin de implantar soluciones CRM integradas en toda la empresa que mejoren la satisfacción de los clientes.

### **Aplicación de una solución exhaustiva**

IBM Global Services ofrece una solución CRM completa poniendo a disposición de sus clientes los expertos, los procesos y las tecnologías necesarias para transformar los distintos programas internos de clientes en una visión única de éste, a través de todos sus puntos de contacto. Por ejemplo, podemos actualizar un centro de llamadas anticuado, convirtiéndolo en un centro de contacto multimedia integrado en la Web dedicado a los agentes del departamento de atención al cliente o a la colaboración con los clientes, y que permita explotar la nueva tecnología de Internet, aprovechando a la vez las inversiones existentes. Esto puede proporcionar valor añadido a los clientes como, por ejemplo, facilidad de utilización, acceso en tiempo real y en cualquier momento y aumento de la capacidad de personalización.

#### *Evaluación de las prácticas actuales y desarrollo de alternativas*

El punto de partida de nuestro proceso de transformación de su Gestión de las Relaciones con el Cliente consiste en una evaluación de las operaciones actuales de marketing, ventas y servicios al cliente actuales, comparándolas a continuación con sus objetivos estratégicos. Nuestros consultores pueden identificar las lagunas existentes en los procesos actuales, recomendar mejoras de los procesos y desarrollar una estrategia de apoyo a los nuevos procesos y objetivos CRM. Las soluciones recomendadas contemplan varias posibilidades:

- Desarrollo conjunto de estrategias actuales y futuras
- Recomendación de modificaciones del proceso CRM para adecuarlo a las necesidades cambiantes de los clientes
- Colaboración para identificar y recomendar soluciones capaces de dar respuesta a los retos e-business y de negocio

- Análisis de sus necesidades en el marco de la empresa
- Definición de una arquitectura de centros de contacto, call centers, contact centers y sus requisitos
- Desarrollo de métodos para incorporar la información existente al nuevo sistema
- Recomendación de un plan de integración para crear un vínculo con los sistemas existentes
- Justificación de costes y de rentabilidad de las inversiones tecnológicas realizadas
- Identificación de los componentes de la solución basada en su funcionalidad.

#### *Diseño de un plan CRM*

Utilizando metodologías y conocimientos tecnológicos probados, nuestro equipo CRM supervisa los procesos, los flujos de trabajo y los activos actuales para determinar una infraestructura capaz de dar soporte al intercambio de información entre todos los departamentos de la organización.

A continuación, recomendamos un plan que garantiza la coherencia entre todas las actividades destinadas a los clientes, de manera que la información se transmita a una base de datos centralizada accesible desde cualquier punto de contacto con el cliente, contribuyendo así a estructurar las campañas de ventas y de marketing orientadas a su fidelización. Este enfoque permite que su personal de ventas, marketing y servicio al cliente tenga acceso a la información necesaria para prever sus necesidades actuales y futuras, ofrecer un servicio más personalizado y, en última instancia, mejorar el valor añadido recibido por el cliente.

## Resumen de los Servicios CRM de IBM

Características	Ventajas
Personalización de las relaciones entre el cliente y la organización	Aumento de la satisfacción y la fidelidad de los clientes, permitiendo retener más clientes
Integración de la información acerca de los clientes procedente de distintos departamentos en una única base de datos centralizada	Posibilidad de que todos los representantes recuperen los datos del cliente desde cualquier punto de contacto, a cualquier hora y en cualquier lugar
Aprovechamiento de los datos de "customer intelligence" y las bases de datos de conocimiento	Reingeniería de la información existente de los clientes para satisfacer mejor sus expectativas
Creación de un enfoque CRM integrado y orientado al cliente	Oferta de un servicio personalizado a cada cliente sobre la base de sus deseos y necesidades individuales
Uso de tecnologías e-business para ampliar los servicios al cliente	Oferta de nuevas formas de alcanzar y ofrecer servicios a los clientes
Oferta de distintas soluciones adaptadas a sus necesidades particulares	Oferta de una solución personalizada para los requisitos de su empresa

Las soluciones CRM de IBM pueden integrar todos los puntos de contacto con el cliente, incluyendo los puntos de venta directa, los quioscos, los cajeros automáticos, los call centers e Internet, de forma que los mensajes fundamentales de un cliente sean coherentes y accesibles desde todos los puntos de contacto. Asimismo, analizamos el potencial de crecimiento de la infraestructura existente, sugerimos modificaciones al proceso y examinamos las oportunidades de outsourcing que puedan contribuir a fomentar las relaciones con los clientes.

### Personalización de los servicios en función de su entorno

Una vez concluida su estrategia CRM e identificados los procesos de apoyo, le recomendaremos los servicios necesarios para que pueda dotar de una solución CRM a su empresa; entre ellos, destacamos:

- Un método de análisis del valor añadido para el cliente
- Tácticas y estrategias empresariales CRM
- Diseño de la arquitectura del sistema
- Implantación, desarrollo y diseño de la solución
- Gestión del proyecto
- Integración en los sistemas existentes
- Valoración de la solución: rendimiento del hardware, tiempo de respuesta y cumplimiento del nivel de servicio

- Rentabilidad de la inversión y elaboración de casos prácticos

### Implantación de una solución

La transformación de su estrategia de CRM finalizará cuando la implantación realizada por nuestro equipo sea realmente una solución satisfactoria que dé soporte a las especificaciones desarrolladas conjuntamente durante la fase preparatoria. Durante la implantación, IBM puede realizar:

- Un despliegue completo de la solución y una evaluación continua de la misma
- Una valoración del rendimiento
- Una propuesta de formación
- Los ajustes necesarios en función del análisis del negocio y de los sistemas

### Las ventajas de la experiencia

El equipo de servicio CRM posee experiencia de primera mano en la transformación de procesos individualizados en operaciones simplificadas centradas en el cliente, en las que estos son tratados como un activo clave. IBM ha transformado e integrado sus recursos internos de CRM para ofrecer un mejor servicio a sus clientes. Utilizando estos métodos probados y nuestros conocimientos en IT (Tecnologías de la Información), le ayudamos a crear una infraestructura orientada a la satisfacción del cliente y al establecimiento de relaciones a largo plazo que representen un valor añadido para los accionistas y mejores resultados financieros.

Los profesionales de IBM Global Services poseen una cualificación única para ayudarle a aprovechar al máximo su potencial e-business. Le ofrecemos recursos para reforzar sus ventajas competitivas, al mismo tiempo que aumentan sus operaciones de CRM preparadas para la Web.

### Gestión de las relaciones mediante tecnologías de e-business

Nuestros conocimientos sobre e-business pueden ayudarle a expandir sus capacidades y a mejorar los servicios al cliente, permitiéndole a la vez preparar su negocio para el futuro. Con la tecnología e-business, las soluciones de CRM permiten el acceso a la información en cualquier momento y en cualquier lugar. Estas soluciones permiten:

- La integración de datos de los clientes procedentes de todos los departamentos, incluidos los de ventas, marketing y servicio al cliente
- El fácil acceso de los clientes a información acerca de productos, servicios, situación económica y noticias de la compañía
- La utilización de tecnologías e-business para ofrecer un acceso rápido y flexible a través de Internet, intranet y conexiones a la red que permitan ampliar sus horizontes
- La utilización de Internet para crear nuevos canales comerciales

## Soluciones de los Servicios CRM de IBM

Componente	Solución
Visión y estrategia de las relaciones con el cliente	Ayuda a las empresas a comprender el impacto de CRM en los resultados empresariales mediante el desarrollo de una estrategia exhaustiva y una alineación de los procesos empresariales con el fin de crear valor añadido para los clientes
Gestión de contactos con el cliente	Ofrece soluciones integradas para que los clientes obtengan un servicio coherente, eficaz y personalizado a través de múltiples canales de acceso integrados.
Gestión de "Customer Intelligence"	Permite a las empresas capturar y analizar los datos de los clientes con el fin de crear productos y servicios que satisfagan las necesidades de grupos de clientes específicos.
Campañas de clientes y gestión de mercados	Establece una correspondencia entre los departamentos de marketing, ventas y servicios, y los valores, deseos, necesidades y comportamientos de los clientes para desarrollar estrategias de mercado exhaustivas. Asimismo, permite la creación y ejecución de campañas para aumentar la fidelización de los clientes, los ingresos y la rentabilidad.

### Valoración de los resultados

Los beneficios derivados de la integración de los nuevos procesos CRM incluyen un aumento de las cuotas de mercado gracias a la mejora del nivel de retención de clientes y a la mejora de los resultados financieros, así como al incremento de la satisfacción de los clientes, que puede traducirse en una mayor rentabilidad de su inversión en CRM. Es posible determinar el éxito de su nueva solución CRM comparando los resultados actuales con los objetivos definidos en la primera fase del proceso de transformación CRM. Dichos objetivos serán únicos para cada cliente, pero su valoración puede ser similar a la realizada con las características de este servicio.

### Valoración de los costes

Actualmente, los consumidores disponen de más posibilidades de elección que nunca y pueden seleccionar las organizaciones que faciliten el acceso a unos servicios personalizados. Una solución CRM eficaz pondrá a su disposición las herramientas necesarias para que sus clientes lleguen a la conclusión de que representan el activo más importante y para que pueda colocar sus necesidades en el núcleo de su sistema de funcionamiento. Los Servicios CRM de IBM le ofrecen las técnicas, los métodos y las soluciones probadas necesarios para crear una infraestructura CRM que le permita establecer sólidas relaciones con los clientes y mejorar el valor añadido de su negocio.

### Para más información

Si desea obtener más información acerca de los Servicios CRM de IBM y sobre IBM Global Services, visite nuestro Web site en la dirección [ibm.com/services/crm](http://ibm.com/services/crm) o póngase en contacto con el representante de ventas de IBM.



### IBM España

Tel.: 900 100 400  
C/ Sta. Hortensia, 26-28  
28002 Madrid

La página de IBM Global Services se puede encontrar en Internet, en la dirección [ibm.com/services/es](http://ibm.com/services/es)

IBM es una marca registrada de International Business Machines Corporation.

El logotipo de e-business es una marca registrada de International Business Machines Corporation.

Los otros nombres de sociedades, productos o servicios pueden ser marcas registradas o marcas de servicios de terceros.

En la presente publicación, las referencias a productos, programas o servicios de IBM no implican necesariamente que IBM piense comercializarlos en todos los países en que está presente. Asimismo, la referencia a cualquier producto, programa o servicio de IBM no está destinada a suponer que dicho producto, programa o servicio pueda ser utilizado. En su lugar, podrá emplearse cualquier funcionalidad equivalente.

Esta publicación está destinada únicamente a ser una guía general. Las fotografías pueden mostrar modelos de diseño.

Printed in England by Carwin Ltd.  
Impreso en Inglaterra por Carwin Ltd.

© Copyright IBM Corporation 2000.