



**CRM**



COSTA RICA  
**CRM**



**TRIFECTA**  
S O F T W A R E

**CCI TORRE C PISO 12,  
BARRIO DON BOSCO  
+506 4036-9890  
INFO@COSTARICACRM.COM  
WWW.COSTARICACRM.COM**

El CRM nace para dar respuesta a este reto y está especialmente diseñado para gestionar y atender eficazmente las relaciones con tus clientes. Básicamente, los CRM son herramientas digitales que te ayudan a retener clientes y, al mismo tiempo, a desarrollar tu empresa. En este artículo te explicamos qué es un CRM, qué ventajas tiene usarlo y los tipos de CRM que existen para cada tipo de negocio.

## QUÉ ES UN CRM Y PARA QUÉ SIRVE

CRM son las siglas de Customers Relationship Management (Gestión de las Relaciones con los Clientes). Generalmente, el CRM se entiende como una forma de gestionar las relaciones con los clientes analizando sus preferencias e interacciones con la empresa para conocer sus necesidades y las de los clientes potenciales. Sin embargo, con el tiempo este enfoque se ha ido ampliando y actualmente el término CRM también incluye las herramientas digitales y el software que se usan para llevar a cabo este modelo de gestión.

Como software, un CRM es una herramienta indispensable en toda estrategia de marketing para PYMES. Almacena información sobre los actuales clientes y los potenciales, analiza sus interacciones y facilita la comunicación entre los clientes y los representantes de una empresa.

Usar esta herramienta digital es importante por varias razones. Una de ellas es porque la información de los clientes suele estar repartida en distintos lugares (desperdigada en las redes sociales, olvidada en los emails entrantes del servicio al cliente o “anotada” en la mente de algún responsable de marketing). Cuando toda esta información no está centralizada no resulta fácil tener un conocimiento e imagen claros de tus clientes y desarrollar la estrategia de marketing más adecuada a sus necesidades.



El CRM resuelve este problema unificando en un mismo sitio toda la información que llega a los soportes y canales de marketing de la empresa (página web, redes sociales, email marketing, etc.). Con esta información las empresas también pueden mejorar sus herramientas de chat, automatizar acciones de marketing y gestionar sus comunicaciones.

Gracias al CRM las empresas pueden hacer un seguimiento más eficiente de sus leads y clientes potenciales en todas las fases del funnel de marketing, desde la primera toma de contacto hasta la venta final.

## POR QUÉ NECESITAS UN CRM

La Gestión de las Relaciones con los Clientes es una de las tendencias de marketing más importantes hoy en día. Si acabas de crear tu propio negocio o si ya llevas un tiempo en el mercado, existen ciertos indicadores, como los siguientes, que te permiten saber si necesitas implementar un CRM:

- Tienes dificultad para visualizar los datos analíticos de tus clientes en las plataformas que utilizas.
- Te resulta pesado navegar entre las distintas plataformas y hojas de cálculo para tener una idea general del perfil de tus clientes.
- Tus equipos de marketing y ventas no tienen una estrategia coordinada y la duplicidad de responsabilidades ralentizan su efectividad.
- Te cuesta retener clientes o no logras convertir muchos de tus leads.



Aunque puedes empezar a gestionar tus clientes usando el email marketing o una simple hoja de Excel, administrar esa información de forma organizada y coherente se puede complicar bastante a medida que aumente tu clientela. En cambio, combinando un sistema que registre sistemáticamente las interacciones con los clientes con herramientas digitales integradas, se puede expresar todo el potencial que un sistema CRM tienen para ofrecer.

## ¿A QUIÉN BENEFICIA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CRM?

### **Equipos de ventas**

Los equipos de ventas buscan software de CRM para ayudar a centralizar y rastrear sus contactos, acuerdos, notas y otra información. Captura automáticamente los datos y nutre a los clientes. También fomenta la colaboración con mensajes internos para garantizar una acción más rápida. Todos los datos recopilados se utilizan para pronosticar con precisión las ventas futuras y revelar información histórica sobre el rendimiento utilizada para entrenar a los miembros del equipo y escalar el flujo de ventas.

### **Equipos de apoyo**

Los equipos de soporte buscan el software de CRM para reunir todas las solicitudes de atención al cliente de los canales orientados al cliente (correo electrónico, Twitter, teléfono, chat y otros) en un solo lugar donde pueden asignar y responder a esas solicitudes de manera rápida y efectiva. CRM les ayuda a priorizar las solicitudes por la duración del caso, el valor del cliente y la razón, y les muestra información para mejorar la satisfacción general del cliente.

## VENTAJAS DE UN CRM

Puedes usar el CRM como una solución multifunción para la gestión de clientes que te ayude a generar leads y a la vez a fidelizar a tus actuales clientes. Las ventajas de implementar un CRM son varias:

### Mejora la analítica de datos

La ingente cantidad de datos que acumulan las empresas sobre sus clientes actuales y potenciales es demasiado grande para que la pueda procesar una sola persona. Las herramientas de analítica de datos de un CRM no solo centralizan esa información, sino que también ayudan a que sean más fáciles de interpretar por los empleados.

### Conocer mejor a los clientes

Un sistema CRM agrupa la información sobre tus clientes y leads en un mismo sitio. Esto te ayuda a crear una estrategia de marketing dirigida a los puntos de dolor de tus clientes y adaptada a sus deseos.

### Mejora el servicio al cliente

Agrupando y filtrando datos, los sistemas CRM mejoran tus interacciones con los clientes, lo que repercute positivamente en la reputación online de tu empresa. Cuando interactúen con tu equipo de ventas o de servicio al cliente, tus clientes no tendrán que repetir innecesariamente su historia porque tu equipo estará informado de su estatus y su historial de compra. Es decir, podrán ocuparse de atender de inmediato los problemas de cualquier cliente mejorando así su satisfacción y fidelidad.

### Incrementa las ventas

Además de organizar la información de los clientes, un CRM también sincroniza esa información con herramientas digitales como el email, el chat o las redes sociales. El resultado es una mejor coordinación de los equipos de ventas y marketing para satisfacer las necesidades de los clientes dependiendo de la fase del embudo de venta en el que estén. Las herramientas de CRM impulsan las conversiones optimizando el proceso de venta para guiar a los clientes hasta la compra final.

### Aumenta la retención de clientes

Si bien la captación de clientes es vital para el éxito de una empresa, la retención de clientes puede serlo más todavía. De hecho, los estudios indican que aumentar un 5% la tasa retención de clientes puede incrementar los beneficios entre un 25% y 95%. Mejorando la comunicación con el cliente y creando equipos que atiendan con mayor rapidez y eficacia sus necesidades, los sistemas de CRM pueden ayudar a afianzar la fidelidad de los clientes.

### Mejora la productividad

Las herramientas de CRM también mejoran la eficiencia operativa de las empresas mediante la automatización de procesos como el envío de mensajes de confirmación o emails para evitar el abandono de carritos de compra. Esto ayuda a reducir tareas repetitivas y libera a los equipos de ventas y marketing para que puedan centrarse en tareas más estratégicas.

### Mejora la comunicación interna

Los sistemas de CRM facilitan la colaboración entre los miembros de un equipo eliminando, o al menos reduciendo, la pérdidas de tiempo que se producen por la falta de comunicación o por hacer tareas repetitivas. Esto ayuda a administrar mejor el tiempo, mejora la productividad y agiliza la gestión de proyectos.





## **CRM OPERATIVO**

Un CRM operativo utiliza la automatización del marketing, la automatización de las ventas y la automatización del servicio al cliente para optimizar los procesos de negocio. Su principal cometido es ejecutar tareas que de otro modo podrían consumir mucho tiempo.

Ejemplos del CRM operativo son la recopilación de datos importantes para el departamento de marketing, enviar mensajes automáticos o registrar las ventas y el comportamiento de los clientes,

## **CRM ANALÍTICO**

Los sistemas CRM analíticos priorizan la recopilación y análisis de datos. Son herramientas muy útiles para analizar las preferencias y actividad de los clientes entre otras muchas cosas. Su principal ventaja es su capacidad de analizar y cotejar distintos tipos de datos (ubicación del cliente, interacción con el sitio web, etc.) para identificar patrones de compra del cliente.

La capacidad de almacenamiento y extracción de datos de este CRM lo convierten en una herramienta especialmente útil para los analistas que necesitan informes detallados sobre el perfil, características y comportamiento de los clientes.

## **CRM COLABORATIVO**

Al igual que el resto de sistemas CRM, el colaborativo ayuda a las empresas a reunir y filtrar información de los clientes para mejorar la gestión de su relación con ellos. Sin embargo, este CRM está especialmente diseñado para mejorar la coordinación de varios equipos.

El software de CRM colaborativo comparte información de libre acceso, lo cual beneficia la transparencia y productividad en todos los equipos. También ayuda a identificar los canales de comunicación que mejor se adaptan a las preferencias de las distintas carteras de clientes, ya sea por email, chat en vivo o a través del marketing en redes sociales.



## ¿QUÉ DEBEMOS BUSCAR EN UN SISTEMA DE CRM?

- Gestión de contactos y clientes potenciales.
- Gestión de tratos.
- Gestión de tuberías.
- Email Marketing con respuestas automáticas.
- Chat del cliente.
- Automatización de ventas.
- Informes y análisis.
- Personalización
- Configuración avanzada del flujo de trabajo.
- Enrutamiento de plomo.
- Integración de formularios web.
- Programación de citas.
- Intercambio de documentos y análisis de documentos.
- Facturación, cotizaciones, y aprobaciones de descuentos.
- Integración con su correo electrónico, teléfono, contabilidad y otras aplicaciones.
- Recordatorios / Notificaciones inteligentes.