



## CRM: GESTION DE LA RELACION CON LOS CLIENTES

### ÍNDICE

1. [Introducción](#)
2. [Qué es un CRM](#)
3. [CRM en cifras](#)
4. [Ventajas del CRM: mayor fidelización del cliente](#)
5. [Servicios que ofrecen las soluciones para la gestión de clientes](#)
6. [CRM: Por qué IBM](#)
7. [Servicios CRM de IBM](#)
8. [Enlaces de interés: noticias y casos de éxito](#)

## 1. INTRODUCCIÓN

“Cuesta un 80 por ciento menos conservar un cliente actual que atraer a uno nuevo”. ¿Cuántas veces lo habremos oído?. La importancia de fidelizar a los clientes como base del crecimiento del negocio, sin olvidar la otra línea de trabajo estratégica en una empresa: la captación de nuevos clientes.

En este monográfico, patrocinado por IBM, se explica qué es un CRM y qué ventajas tiene para una empresa adquirir una solución de este tipo, con independencia del tamaño de la compañía y del sector al que pertenezca.

## 2. QUÉ ES UN CRM

CRM responde a las siglas “**Customer Relationship Management**” o “**Gestión de las relaciones con los clientes**”. Las soluciones CRM utilizan tecnologías basadas en la red para centrarse en el valor de un cliente de por vida.

El reto es seguir atrayendo a clientes nuevos y rentables, al tiempo que se estrechan los lazos con los ya existentes para optimizar estas relaciones en todo su ciclo de vida.

Con CRM, una empresa puede hacer actividades de marketing masivas de manera individual y tratar a cada cliente de forma personalizada.

## 3. CRM EN CIFRAS

El mercado CRM está valorado actualmente en 3.600 millones de dólares, según la consultora Yankee Group.

Un 12% de las empresas europeas utilizan una solución CRM. Paralelamente, el 6% de las organizaciones europeas está en fase de implantación de soluciones CRM. (Fuente: IDC.)

El 72 % de las empresas consideran que la satisfacción de sus clientes es el reto más importante al que se enfrentan en los próximos años, de acuerdo con un estudio reciente de Dataquest.

#### 4. VENTAJAS DEL CRM: MAYOR FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

En general, podemos decir que **el principal beneficio de un CRM para una empresa** es que permite a sus clientes recibir un mejor servicio a través de una atención personalizada, al tiempo que le ofrece la posibilidad de identificar nuevos clientes y mantener más satisfechos a los ya existentes.

Cuesta un 80 por ciento menos conservar un cliente actual que atraer a uno nuevo.

Además de reducir los costes empresariales, un mejor servicio de atención al cliente significa fidelidad a largo plazo y, en última instancia, mayores ingresos.

##### Con CRM la empresa puede:

- Establecer un diálogo continuo con sus clientes utilizando la web para comunicarse con ellos directamente.
- Conocer mejor las necesidades de sus clientes y ofrecerle soluciones personalizadas.
- Maximizar la eficacia de sus iniciativas gracias a la información que la empresa tiene de su cliente.
- Conectar departamentos, permitiéndoles acceder a la misma información actualizada, en tiempo real.
- Dirigirse al cliente de un modo coherente desde cualquier punto de la estructura de la empresa.

#### 5. SERVICIOS QUE OFRECEN LAS SOLUCIONES PARA LA GESTIÓN DE CLIENTES

Customer Relationship Management (CRM) es un término muy amplio que engloba aquellas actividades/soluciones que permiten a la empresa mejorar el servicio al cliente.

Las soluciones CRM a menudo se relacionan estrechamente con las soluciones e-business, lo que permite a la empresa, mediante una visión única e integrada de todos los puntos de interacción empresa-cliente, personalizar el trato a cada cliente específico dotándola de la capacidad de adaptar el producto/servicio ofrecido a las necesidades de cada cliente, multiplicando así la calidad del servicio ofrecido y aumentando el grado de satisfacción.

Existen servicios que abarcan todas las posibles necesidades de las empresas, de cualquier tamaño, tanto modularizados como a medida, y que se enmarcan en todas las fases del proceso lógico de negocio: desde la fase inicial de consultoría para definir la visión y estrategia CRM, hasta el desarrollo a medida de una solución específica, pasando por la implantación de soluciones/paquetes existentes en el mercado, así como la inclusión de nuevos

canales de acceso, integración con soluciones existentes de otros procesos de negocio, revisión y auditoría de soluciones implantadas, etc.

Este tipo de servicios interactúa con diferentes áreas de negocio de una empresa, siendo las más habituales:

- Departamentos de marketing (segmentación de clientes, gestión de campañas, venta cruzada, fidelización, etc)
- Área comercial (automatización de la fuerza de ventas, administración comercial, etc)
- Área de atención al cliente ( 'Help desk', centros de llamadas, Soporte Web, etc)

Una lista, no exhaustiva, de servicios ofrecidos por una solución CRM podría ser:

#### Definición de la estrategia CRM.

Diagnóstico de la visión CRM en una empresa. Análisis de necesidades y carencias. Definición de prioridades. Análisis de estrategias de éxito en el sector. Análisis de los puntos de interacción empresa-cliente.

#### Plan director CRM.

Análisis de los procesos de negocio y de los sistemas de información. Dimensionamiento de proyectos y esfuerzos. Diseño de la integración con los procesos y herramientas actuales.

#### Diseño e implantación a medida.

Diseño, análisis, desarrollo y puesta en marcha de una solución completa, o de cualquiera de los subsegmentos necesarios a la medida de las necesidades de un cliente.

#### Diseño e implantación de un sistema de automatización de la fuerza de ventas.

Diseño, análisis y puesta en marcha de procedimientos y métricas. Gestión de oportunidades de negocio. Diseño de métodos de integración con otros procesos de negocio en la empresa.

#### Diseño e implantación de un 'Call Center' .

Diseño y puesta en marcha de todas las funcionalidades de un Call Center. Gestión de ACDs, VRU, Integración CTI. Diseño de las reglas de negocio.

#### Diseño e implantación de un Centro de Contacto.

Incluyendo todo tipo de canales de acceso, telefonía, fax, correo electrónico, acceso a través de la Web, 'chat', etc.

#### Integración de diferentes soluciones CTI.

Con los mas importantes proveedores de soluciones ACD y software de integración telefónica CTI. Integración de portales de voz.

#### Diseño e implantación de campañas.

Diseño y puesta en marcha de campañas de marketing. Diseño de procesos de extracción y segmentación de clientes. Integración de los principales paquetes del mercado.

#### Análisis y recomendaciones sobre soluciones implantadas.

Estudio de las mejoras operativas y funcionales a incluir en un sistema ya existente. Impacto de nuevos canales de acceso, web portals, chat, web collaboration, etc.

### Estudio comparativo sobre la idoneidad de las diferentes soluciones paquetizadas del mercado.

Como tarea específica, comúnmente integrado en proyectos de mayor alcance, comparación sobre la idoneidad de la adecuación a las necesidades concretas y los procesos de negocio de la empresa.

Todas estos servicios son ofrecidos a través de fabricantes de soluciones como SIEBEL, PEOPLESOFT, RELAVIS, CLARIFY, ALTITUDE SOFTWARE, etc.

## **6. CRM: POR QUÉ IBM**

**IBM es una compañía que acumula 15 años de experiencia en la reducción de costes.**

IBM tiene 15 años de experiencia en soluciones de CRM. Se han diseñado e implementado con éxito soluciones para un amplio abanico de empresas de diferentes sectores y tamaños, y ofrece una amplísima gama de soluciones de CRM.

- En 1999, el programa de autoservicio de páginas web de IBM ayudó a evitar un gasto de más de 750 millones de dólares a un gran número de empresas.
- La alianza de IBM con Siebel Systems, el proveedor líder mundial de aplicaciones de CRM, ha permitido que la implementación de soluciones de alto rendimiento no sólo sea posible, sino totalmente fiable y escalable.
- El equipo internacional de consultores de IBM tiene la experiencia y los conocimientos específicos del sector necesarios para ayudar a cualquier empresa a conseguir la integración total de una solución de CRM.
- Existe un compromiso en la compañía con el desarrollo de herramientas de CRM de vanguardia.
- IBM realiza acuerdos de colaboración con las compañías proveedoras de soluciones CRM de mayor calidad del mercado.

## **7. SERVICIOS CRM DE IBM**

Conozca las [principales características de los servicios CRM de IBM](#):

- 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 la solución de CRM comparando los objetivos definidos con los resultados obtenidos.

([más información](#))

## 8. ENLACES DE INTERÉS: NOTICIAS Y CASOS DE ÉXITO

### Noticias

- [El 60% de las empresas europeas fallan en la implantación de sus sistemas CRM de gestión de la relación con el cliente.](#)  
Este informe muestra que el 75% de los directivos europeos no tiene contacto regular con sus clientes.
- [Gestionar individualmente a los clientes puede aumentar el beneficio entre un 10 y un 20% anualmente.](#)  
Según el estudio, "Cómo mejorar la rentabilidad a través de programas de gestión individualizada de cliente", de IBM Business Consulting Services.

### Casos de éxito: [RENFE](#)

Con sus oficinas centrales en Madrid y 32.000 empleados, RENFE es la mayor empresa de ferrocarriles de España. La compañía tiene una facturación anual de alrededor de dos millones de dólares y ofrece todos los servicios de ferrocarriles posibles, desde destinos a nivel local hasta conexión de ciudades a alta velocidad.

RENFE quería actualizar su sistema de venta de billetes para conseguir un incremento en el volumen de ventas en las transacciones, como consecuencia de un mejorado servicio a sus clientes y de un aumento en sus ventas internacionales.