

CRM



PASOS PARA LOGRAR LA EJECUCIÓN EN EL CRM.

UN PAPER DE:

inxait®
the next level

PRIMERO

LA ESTRATEGIA

Definir la estrategia es buscar ser diferente.

Es como dice Jack Trout el Dios Supremo,
pues en ella radica **el secreto del éxito.**

Planear y diseñar un proyecto de Customer Management implica conocimiento en: Estrategia de negocio, segmentación, técnicas de comunicación en marketing directo, entendimiento, administración, análisis de bases de datos y sobre todo saber como se entrega valor agregado más allá del producto o servicio, para hacer un paquete para que el consumidor sienta que está comprando una experiencia o solución y no solo un artículo o un servicio.



LUEGO ...

LA DEFINICIÓN DE PROCESOS

La mayoría de las organizaciones una vez tienen la estrategia de Customer Management pasan a definir la tecnología. La tecnología es importante si, pero tecnología sin procesos es como volar a ciegas. El paso lógico es una vez está definido el plan de acción se deben definir los procesos a seguir, equipos de trabajo, necesidades e interacción entre áreas. Una vez esto mapeado se continúa con el siguiente paso.



TECNOLOGÍA
SIN PROCESOS
ES COMO
VOLAR A CIEGAS.



DEFINIR:

LA TECNOLOGÍA

Hoy la tecnología no es el problema, la oferta es variada y ajustable a las necesidades de los proyectos. Puede ir desde la sofisticación hasta la simpleza. Sin embargo para escoger o definir la tecnología sobre todo el software a utilizar, se debe basar en la definición de procesos, equipos de trabajo involucrados, plan de ejecución e indicadores de gestión.



POR ÚLTIMO

LO MÁS IMPORTANTE:

LA EJECUCIÓN

El arte de la ejecución es la clave del **éxito en cualquier proyecto**, sin embargo es donde muchas estrategias no logran consumarse. El Customer Management implica una ejecución compleja, con variables de todo tipo: comunicación, aliados, seguimiento, cumplimiento, conocimiento de cliente, investigación, reacción, medición, corrección, volver a empezar cada vez que se lanza algo y para lograrlo se necesita una disciplina impecable, de lo contrario nunca un cliente sabrá cuanto una compañía lo respeta.



CLAVE DEL ÉXITO

CONCLUSIÓN

Muchas compañías dicen estar haciendo CRM, pero lo más grave es que sus clientes no lo sienten, el CRM se queda hacia adentro de las organizaciones y esto se debe en gran parte a la falta de ejecución, ese arte tan complejo y difícil.



¿ QUIÉN ES INXAIT ?



Inxait es una agencia líder en mercadeo relacional de bases de datos y CRM.

Especializada en el diseño de estrategias de adquisición y retención de clientes con el propósito de generar experiencias personalizadas que entreguen como resultado un retorno de inversión medible de cada campaña.



Inxait soporta a las marcas en la generación de ventas, con base en el establecimiento de relaciones con sus clientes, prospectos y leads, ya sean consumidores finales, empresas, canales de distribución y fuerzas de ventas.



La combinación de analítica de datos, tecnología, mensajería directa (Mailing, SMS, WhatsApp, correo directo y herramientas digitales), creatividad uno a uno, automatización y acciones en tiempo real, son impulsores claves para los resultados financieros de las organizaciones.



Para mayor información acerca de como
crear un proceso de lead management
e implementarlo, favor contactar a:

José Alberto Quintero

jose.quintero@inxaitcorp.com

Móvil: 57-311 2598361