

Comercial



eCRM

Para lograr una ventaja competitiva al mantener clientes satisfechos y leales

Con un enfoque orientado a clientes, esta herramienta que opera vía Internet, le permitirá a su empresa y fuerza de ventas, ir mejorando continuamente el servicio, lo que hará aumentar sus ventas y obtener mayores beneficios al identificar nuevas oportunidades de negocio, y lograr una buena fidelización de los clientes.

Comercial

- INVENTARIO Y FACTURACIÓN
- PUNTOS DE VENTA
- AUTOSERVICIO DE VENTAS
- COTIZACIONES Y NOTAS DE VENTA
- ÓRDENES DE COMPRA
- eCRM
- eCRM MOBILE
- STORE
- DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

Funciones

Interacción con los Clientes

Una característica importante de este producto es la facilidad de trabajar con él vía Internet, lo que le proporciona una flexibilidad de trabajo tanto a la plana Ejecutiva como a la fuerza de ventas.

Se pueden manejar diversas bases de datos de clientes para ofrecer productos y servicios, registrar posibilidades de negocio y establecer compromisos con el objeto de dar un completo seguimiento a un prospecto.

Cada usuario a través de este sistema tendrá una pantalla de trabajo con toda la información necesaria relativa a su cliente y de los productos a ofrecer, es decir, datos básicos, comerciales, clasificación en base a atributos, productos ya adquiridos, estado de la cuenta corriente, cotizaciones realizadas, conversaciones previas, ventas realizadas en un período, contactos del cliente, compromisos establecidos y otros, lo que le permitirá dar una respuesta adecuada a las necesidades de cada negocio.

Así también se pueden manejar escaneados todos los documentos que se estime necesario asociar al cliente para una oportuna consulta.

Adicionalmente interactúa con Outlook, para agendar compromisos y enviar correo electrónico.

El integrar toda la información relativa a la interacción entre el cuerpo de ventas y sus clientes le permitirá tener un control centralizado de las acciones que se están llevando a cabo, su grado de avance y también evaluar en todo momento las posibilidades concretas de cierres de negocio, logrando que esta información sea un activo real de la empresa y no un patrimonio individual de cada vendedor.

Evaluación de Campañas de Marketing y Medios de Comunicación

Se podrán manejar distintas campañas de Marketing y definir script de llamados para cada una de ellas. De esta manera se podrán ingresar en línea las respuestas de los clientes, permitiendo hacer un análisis del resultado de este telemarketing. Adicionalmente para los llamados entrantes, permite identificar los medios por los cuales los clientes han tomado conocimiento de la empresa o del producto ofertado, permitiendo un análisis posterior de la efectividad de los distintos medios de comunicación.

Fidelización de Clientes

Parte de la estrategia del negocio es lograr la fidelización de los clientes, fortaleciendo las relaciones con éstos en base a la satisfacción continua de sus necesidades, y esto se logra con una información oportuna que permite tomar decisiones adecuadas.

Evaluación de Prospectos y Cierres de Negocios

El poder evaluar los prospectos en relación a sus posibilidades de cierre, conocer los prospectos generados por tipo de productos, así como estimar los posibles montos de ventas, son algunos de los análisis que ofrece este sistema para la gestión comercial.

Al cerrar los negocios se generan automáticamente las Cotizaciones y/o las Notas de ventas, las cuales quedan ingresadas directamente al sistema respectivo, para su posterior gestionamiento.

Consultas / Informes

- Ventas / Oportunidades Pendientes
- Gestión por tipo de transacción
- Evaluación de Acciones de Marketing
- Análisis de Gestión por ejecutivo
- Eficacia de la Gestión Comercial
- Análisis de pérdida por concepto
- Consulta paramétrica de empresas
- Consulta de Clientes no contactados

