

Comercial



❖ CRM

Poderosa herramienta de apoyo a la gestión de relaciones con los Clientes, así como al proceso de Ventas y de Marketing.

Comercial

INVENTARIO Y FACTURACIÓN
PUNTOS DE VENTA
AUTOSERVICIO DE VENTAS
COTIZACIONES Y NOTAS DE VENTA
ÓRDENES DE COMPRA
CRM
CRM MOBILE
STORE
DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS
IMPORTACIONES
INTEGRACIÓN WMS

Funciones:

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

- Manejo de 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.

- Control centralizado de las acciones que lleva el cuerpo de ventas con sus clientes, el grado de avance y posibilidades concretas de cierre de los negocios.

- Visión completa de las actividades del cliente, al estar el CRM integrado con la información del resto de los departamentos de la empresa; productos comprados, estado de la cuenta corriente, estado de las incidencias resueltas en el departamento de soporte, etc.

- Generación de cotizaciones por los productos y servicios a vender.

- Generación automática de Notas de ventas en base a las cotizaciones, quedando registradas en el sistema del Cotizaciones y Notas de Venta para su posterior seguimiento.

GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN / APOYO A LA GESTIÓN COMERCIAL

- Segmentación de clientes y oportunidades de negocio abiertas, para priorizar y enfocarse a las más importantes en cada momento.

- Apoyo a la realización de Ventas Cruzadas o Ampliación de servicios a los clientes de cartera.

- Generación de oportunidades de negocio y visitas comerciales de forma sistemática, y controlada.

- Generación de Gráficos Funnel, definiendo las distintas etapas a considerar

- Análisis de la gestión por cada ejecutivo Comercial

- Análisis de pérdida de negocios por conceptos

APOYO AL MARKETING

- Creación de distintas campañas de Marketing, definiendo encuestas con script de llamados, y registro de respuestas.

- Segmentación de clientes y envíos de mailings masivos.

- Evaluación de la eficacia de las campañas efectuadas.

- Identificación de los llamados entrantes en cuanto al medio por el cual tomó conocimiento del producto o servicio.

