

# COMERCIAL

Customer Relationship Management



## 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
- COTIZACIONES Y NOTAS DE VENTA
- ORDENES DE COMPRA
- CRM
- CRM MOBILE
- PLUG IN DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS
- IMPORTACIONES

# 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 por 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.

