

Solución completa CRM

Todo lo que debes saber
antes de comprar un CRM



Antes de invertir en un CRM debes saber esto

¿Qué entendemos por una solución completa CRM? Una solución completa CRM debe cubrir todas las necesidades que tu empresa tiene. Desde Atención al cliente, pasando por Marketing, hasta Ventas. Sin contar con Soporte, Onboarding... y otros departamentos que están en contacto con el cliente.

Digamos que todos los departamentos que trabajan en contacto con el cliente o para el cliente, necesitan reunir en una misma plataforma las interacciones; toda la actividad comercial.

Desde el CRM más básico hasta el más complejo, deben responder a las necesidades de tu negocio. Por un lado, si trabajas con un CRM básico y gratuito, acabarás necesitando funcionalidades que no

El CRM más caro del mundo es aquel que tu equipo no utiliza



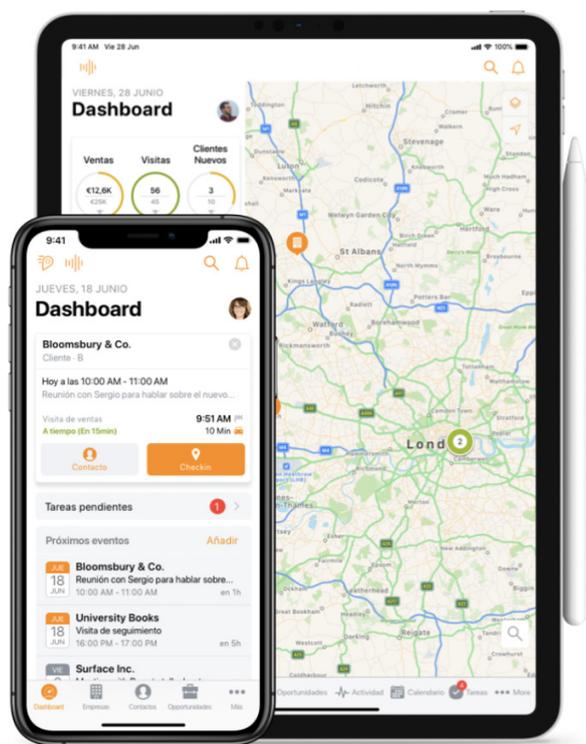
tiene incluidas. Es más, si el principal activo de tu empresa son los clientes / ventas, ¿por qué no estás destinando dinero a una herramienta que los gestiona? Y, por otro lado, no es necesario invertir en el CRM más caro y complejo de todo el mercado. Con tantas funcionalidades y especificaciones tu equipo acabará por no utilizarlo...

En este sentido, ¿es importante invertir en tecnología y digitalizar el proceso de venta? Sí. Pero no a cualquier precio ni con cualquier CRM. Cada empresa es distinta, por tanto, cada empresa necesita una solución completa CRM distinta. Antes de decidirse por una u otra es importante hablar con un consultor del mismo CRM que te guíe y asesore durante el proceso. Que escuche las necesidades de tu negocio y que pueda solucionarlas.



Cada organización y cada situación es diferente, por lo que el análisis de riesgos inicial y el diseño de un plan de implementación es primordial si no queremos morir en el intento

Características básicas de una solución completa CRM



Antes de decidirte por uno u otro, estas son algunas de las características que debes tener en cuenta:

- Fácil de usar
- Personalizable
- Adopción de usuario
- Rápida implementación
- Soporte

La tecnología al servicio de las personas (y no al revés)

Dichas las características fundamentales, quiero remarcar la importancia de que el CRM ha de estar al servicio de la persona que lo adquiere. La tecnología existe para hacernos la vida más fácil. En el caso de una solución completa CRM pasa lo mismo. Nadie quiere invertir en una tecnología que tiene baja adopción por parte del equipo y es poco intuitiva. De hecho, en muchos casos, aun siendo fácil, muchos CRM tienen sus dificultades iniciales. Es importante trabajar de la mano de un equipo de soporte, formar al trabajador y hacer seguimiento continuado, en especial cuando implementas una herramienta que les va a ser útil en su día a día y no al contrario.

Para una correcta adopción del usuario, el equipo del CRM como la empresa que lo adquiere debe dedicar sus esfuerzos en formar, motivar y confiar en el equipo. En muchos casos, los retos para cada vendedor son diversos, dadas las distintas generaciones. Los nativos digitales ven en un CRM completo un aliado imprescindible y el resto necesitan más tiempo para la digitalización de sus procesos...

Entre los servicios más destacados:

- Acceso a formaciones
- Soporte técnico por email
- Soporte técnico por teléfono
- Formaciones online personalizadas
- Especialista en onboarding
- Gestor de cuenta



¿Qué otras características debe cumplir una solución completa CRM?

- Disponible para todos los dispositivos



· Movilidad

Tras la situación de confinamiento que hemos vivido, hemos adoptado hábitos que antes no contemplábamos o que eran difíciles de implementar en una empresa. El trabajo a distancia, la venta por videollamada, las reuniones de equipo en remoto, la dirección por objetivos, la digitalización a marchas forzadas...

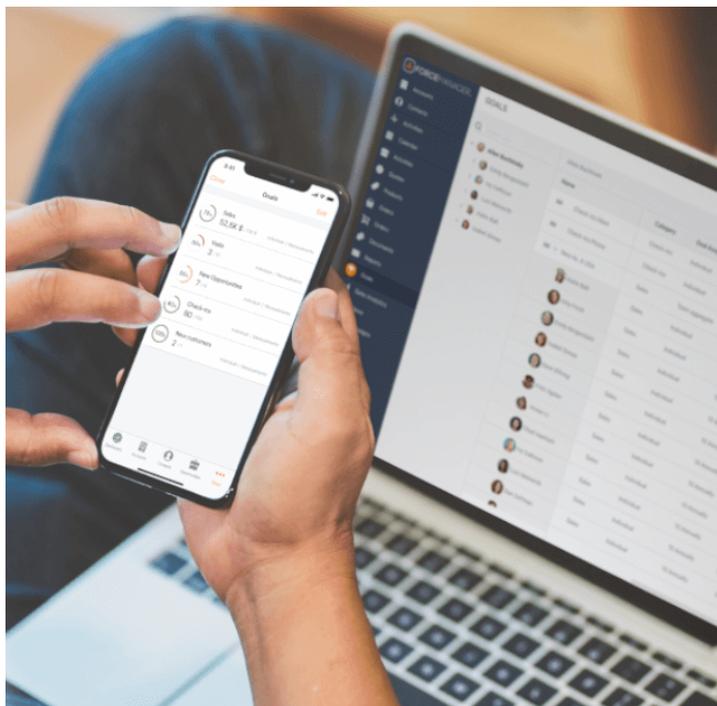
Por ello, es IMPRESCINDIBLE que puedas trabajar desde **cualquier dispositivo**, tener movilidad y en **cualquier parte**. Una solución que permita al director de ventas, equipo de ventas y el resto de departamentos estar conectados, tener acceso a información detallada de los clientes, monitorear la actividad y contar con toda la información de manera compartida.

Funcionalidades básicas de un CRM

En esta nueva realidad estas deberían ser las funcionalidades que toda solución completa CRM debe incorporar:

- Cuentas
- Contactos
- Oportunidades
- Calendario
- Tareas
- Documentos
- Notificaciones de equipo en tiempo real
- Cronología de las actividades de ventas
- Reportes preconfigurados
- Análisis del rendimiento del equipo
- Previsión del pipeline
- Ranking de actividad del equipo
- Análisis del funnel de ventas
- Pedidos
- Informes programados vía e-mail
- Catálogo de productos
- Análisis de actividad
- Análisis de cobertura de cartera

¿Tu solución completa CRM cumple estos requisitos?



Como Director Comercial una de las funcionalidades más importantes es la posibilidad de crear y asignar objetivos al equipo de ventas. Una vez asignados, deberías ver su evolución directamente desde el CRM. De la misma forma que el director puede ver los objetivos de cada uno de los vendedores, cada vendedor debería ver en su pantalla principal o dashboard los propios. Así, se incentiva la autogestión, la proactividad y la consecución de los mismos.

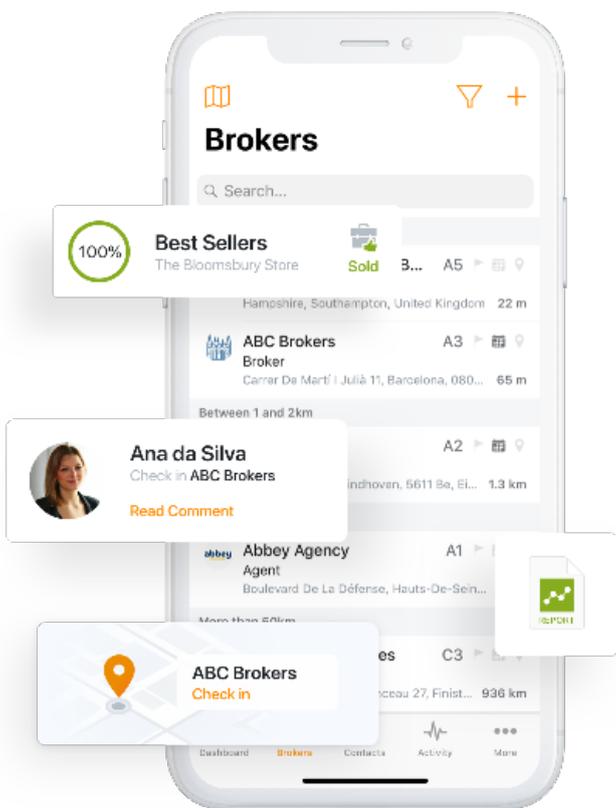
Otra característica importante para el equipo de ventas es tener las próximas visitas (ya sean presenciales o vía videollamada) siempre visibles en el CRM.

De esta manera, es imposible perderse ningún detalle, ya que los CRM más inteligentes te avisan justo antes de la próxima visita y añaden algunos de los datos más importantes a tener en cuenta durante la reunión con ese cliente. Lo mejor de todo es que si son visitas presenciales también están geolocalizadas dentro del CRM, y el vendedor podrá ver el recorrido y el tiempo estimado de llegada. Además, reportar las visitas físicas es muy sencillo. Dentro de los CRM habilitados para la movilidad lo puedes hacer una vez hayas terminado la visita. Y si el CRM es inteligente, puedes hacerlo por voz.

Por otro lado, en el mismo dashboard de la aplicación, tienes las tareas pendientes a realizar (una llamada, un informe sin revisar, una cuenta desatendida...) además de los próximos eventos importantes (incluso puedes acceder a tu calendario integrado y sincronizado).

Otro aspecto importante a tener en cuenta a la hora de escoger una solución completa CRM es la monitorización de la actividad. En donde puedes ver tus últimas interacciones y las de tu equipo. Últimos emails, llamadas, informes, contactos... así puedes llevar un control riguroso y saber en todo momento qué cliente necesita qué.

¿Y el apartado de empresas? ¿Es necesario? ¡Es básico! Imagina tener en una sola plataforma todos los datos del cliente ya provengan de Ventas, Marketing, Soporte o cualquier otro departamento. La información básica, una zona de contactos donde gestionar todas las personas con las que puedes comunicarte de esa cuenta (dirección, vendedores, administración...etc.), las oportunidades de venta, histórico de cada cuenta, incluso puedes adjuntar documentos corporativos de Marketing.



¿Qué consigues con una solución completa CRM?

Si encuentras un CRM con estas características y funcionalidades puedes conseguir una visión 360° de los procesos y la actividad de ventas además de un seguimiento en tiempo real de las interacciones entre la fuerza de ventas y sus clientes. No es fácil encontrar la solución completa CRM que mejor se adapta a tus necesidades, por eso es importante valorarlas de la mano de un consultor especializado.

