

## eCRM



Tele-eficiencia ayuda a sus clientes a ganar tiempo, a mejorar su sinergia y a reducir los costos de desplazamiento.

Ofrece servicios de WEBconferencia a precio fijo, bajo la marca Conferenceware, integrados con softwares de CRM así como con Skype. Su interfase es en español y se personalizada para su empresa. También ofrece gratuitamente, un período de prueba de 30 días seguido por un contrato de servicio *trimestral o anual*.

*Conferenceware* es una marca de comercio de Tele-eficiencia Inc. Las marcas mencionadas son propiedad de su fabricante respectivo. Para información, visite nuestro sitio WEB bajo Contactos.  
© Copyright 2006 – Tele-eficiencia Inc. Todos los derechos reservados.  
Reproducción autorizada con mención de la fuente.

### **Introducción**

Customer Relationship Management es primero que nada, una estrategia de empresa soportada por la tecnología y no al contrario. Consiste en identificar el valor de los clientes, retenerlos, desarrollarlos y obtener nuevos. Bajo ésta perspectiva, la prospección para la adquisición de clientes se inicia con el [WEBinar](#) mientras que la venta propiamente dicha, principalmente la presentación a prospectos, se lleva a cabo en [eSales](#).

### **Preparación**

Debemos distinguir entre el desarrollo de la clientela actual y la prospección del mercado. En el primer caso, los contactos ya están identificados y figuran en la cuenta del cliente. En éste momento es conveniente invitarlos a una presentación ya que Conferenceware genera automáticamente los datos de una invitación: descripción, horario y modo de difusión de la voz en el marco de un nuevo mensaje. De allí, usted solo tiene que seleccionar las personas que va a invitar de entre sus contactos. Una copia de la invitación se conserva en el archivo de cada contacto, dentro del software de CRM. En el caso de prospección por [WEBinar](#), la lista de personas inscritas se importa en formato CSV a fin de constituir automáticamente las fichas de contacto correspondientes en su software de CRM.

### **Desarrollo**

Normalmente las presentaciones comerciales tienen como objetivo recoger información sobre la problemática de negocios del prospecto y de crear un mapa de poder que ilustre la red de influenciadores de las personas que intervienen en la decisión de compra. Es gracias al cuestionario interactivo que es posible evaluar las preocupaciones en términos de problemas así como los criterios de compra de cada persona de influencia participante. Mediante un intercambio, hacemos notar que estamos al corriente de su rol en la adquisición: usuario, evaluador; el nivel de conocimientos: principiante o experto, así como su actitud: aliado, neutral u hostil. En el caso de clientes ya adquiridos, el cuestionario interactivo es precioso para evaluar su lealtad particularmente su disposición a darle referencias.

### **Seguimiento**

El reporte de una reunión indica no solamente los participantes sino también las respuestas que han dado a todas las preguntas hechas: problemas, criterios de compra adquiridos, índice de lealtad. Es cuando usted puede hacer una propuesta diferenciada, ilustrando, por medio de la pertinencia, su comprensión de las necesidades del cliente. Además, al grabar una reunión, en dónde voz e imagen están sincronizadas, se puede ver varias veces para percibir las sutilidades y guardarse en el expediente del cliente como una pieza más para la oportunidad.