

Algunos tips de los expertos en CRM

El compromiso del grupo directivo de las organizaciones con la gestión de las relaciones con el cliente, es el camino hacia resultados exitosos.

- Aunque los ejecutivos de las grandes organizaciones no dudan en afirmar que la tecnología es una herramienta fundamental para fortalecer las relaciones con sus clientes, el 55% sostiene que falta compromiso de la alta dirección en los procesos de gestión y manejo de tales asuntos.
- El mercado muestra carencias en el desarrollo de todas las técnicas que proporciona el CRM. De ahí, que cerca del 74% de los ejecutivos contemple una ausencia de planificación estratégica en la gestión de las relaciones con los clientes.
- Distintos estudios advierten que, buena parte de los proyectos basados en CRM, giran en torno a las herramientas tecnológicas –sin que esto deba dejarse de lado– abandonando aspectos claves para aumentar el valor de la relación con los clientes. En otras palabras, el reto de los directivos para abordar con éxito el proceso de ventas cada vez más complejo, se extiende a la gestión para hacerlo más rentable.
- Las empresas deben superar las barreras para lograr resultados exitosos en los procesos de manejo y gestión de las relaciones con sus clientes. Los expertos aseguran que un buen montaje y puesta en marcha de los programas de CRM, difícilmente dejan de producir un significativo valor económico.
- Los expertos también advierten que las empresas podrían crecer entre un 1% y un 20%, accediendo a los datos completos de los clientes.
- Sobre la influencia que ejercen sobre las ventas, los datos históricos, actuales y en tiempo real de los clientes, un 35% de los directivos de las organizaciones coincide con tal planteamiento.
- La tecnología es una herramienta fundamental en el conocimiento de los clientes, asegura el 33% de los directivos de las grandes compañías. Mientras el 54% no le concede la misma importancia.