

# manual de usuario II

## saint crm



# saintCRM



## **Introducción:**

La satisfacción y fidelidad del cliente cubre mucho terreno, pero básicamente se trata de dos ideas: cumplirle las promesas que se hacen a los clientes y satisfacer sus necesidades. saintCRM puede ayudarle con estas dos tareas.

La razón más común por no cumplir las promesas es olvidar que se hicieron. Si se le enfatiza a la fuerza de ventas la importancia de entrar todos los acuerdos realizados con los clientes en su sistema saintCRM, sería más fácil para las organizaciones ejecutar sus promesas. Incluso los pequeños errores pueden marcar la diferencia en una recesión económica. Si usted se compromete a contactar con un cliente el martes y no volver a él o ella hasta el jueves, no sólo no ha cumplido con las expectativas del cliente, sino que sutilmente está implícito cuanto usted valora ese cliente. Estos incidentes, por triviales que parezcan, pueden hacer que el cliente probablemente sea receptivo a un competidor, incluso si él o ella no le pueden ganar en el precio.

El saintCRM se puede utilizar para asegurarse de que se está satisfaciendo las necesidades de los clientes tanto como sea posible. Esto incluye el manejo eficiente de los contactos post-venta, tales como las llamadas de servicio, resolución de inquietudes y quejas de los clientes o también de procesar los problemas de nuestros productos que afectan directamente al cliente.

Un viejo adagio nos dice que "Es mucho más rentable mantener un cliente que conseguir uno nuevo". Piense en sus clientes como las semillas en un jardín. Al costo de un poco de agua y algunos nutrientes puede tener una planta sana y usando menos tiempo que el que tomó para cavar los agujeros y llenarlos con semillas y dejarlo crecer.

Se podría decir que el mejor momento para esta crianza es cuando los clientes no están comprando tanto (como ahora). Si les nutren de todos modos y se sigue construyendo relaciones, estas darán sus frutos cuando mejore la recesión.

saintCRM es la mejor manera de asegurarse de estar en contacto con el cliente, de atender sus reclamos y quejas rápidamente (como un help desk), de conseguir nuevas oportunidades de venta y atender y cultivar debidamente a los nuevos prospectos, además de darle prontas respuestas a nuestros clientes actuales, sistematizando lo mas posible ventas y mercadeo.

Podríamos estimar que un gran porcentaje del tiempo de una empresa se va atendiendo al cliente. La comunicación de ambas vías es necesaria para el éxito de toda empresa, ya que todas dependen básicamente de los clientes. El saintCRM es como el interface de relaciones básicas entre la Empresa y sus clientes.

El saintCRM incluye todos los aspectos de cómo la conducta del negocio actúa frente al cliente. Podríamos decir que es el front desk del negocio, la que le da la cara al cliente sobre todo en lo que se salga de los canales rutinarios.

De paso podemos decir que el Customer Relationship Management (CRM) es más que un software. Es una estrategia de negocio diseñada para aumentar la satisfacción y lealtad del cliente. Si las metas de negocio incluyen la creación de relaciones más rentables con los clientes existentes, y mejorar la experiencia de compra para atraer a nuevos clientes potenciales, ya se está pensando en saintCRM.

El propósito de software de saintCRM es reunir datos de los clientes de muchas fuentes y ponerla a disposición, en tiempo real, a todos los empleados. El software de saintCRM conecta ventas, marketing, atención al cliente y servicio al cliente para que estos disfruten de una experiencia positiva y consistente en todas las etapas del ciclo de compra.

### **1) MANEJO DE CASOS: atención y servicio al cliente**

Cuando un cliente llama a la empresa con preguntas, comentarios, quejas, reclamos, el saintCRM registra esa información en un ticket y allí esta disponible para todos en la empresa, desde el gerente general hacia abajo en los niveles. Se crea un caso, con cuya información podemos resolver el problema que molesta a un cliente dado antes que se convierta en un gran problema y podamos hasta perderlo. Esta función equivale a la fusión de help desk o de manejo de reclamos.

Como el saintCRM es un producto integrado, nuestro personal puede anexar los casos sin tener que reprocesar los detalles del contacto en la base de datos. Se puede usar el manejo de los casos para resolver una variedad de reclamos que llegan a la empresa. El modulo de casos es bastante genérico así que se puede usar en la empresa para una variedad de tareas. En una empresa de la zona, se usa para manejar el itinerario de los técnicos instaladores de equipos eléctricos y en otra por ejemplo se usa para manejar la cobranza.

**Departamento de servicio al cliente:** este departamento puede usar el saintCRM para seguirle la pista a todos los asuntos y problemas que afectan a los clientes, sobre nuestros productos y servicios. Los problemas no se obviarán, porque están registrados en el saintCRM y allí podemos ver la vida completa del reclamo o problema, desde que entro al programa hasta que se resolvió, para que podamos mantener felices a nuestros clientes y no los perdamos a la competencia.

**Departamento de ventas:** el personal de ventas puede ver los asuntos que están afectando a los clientes y además de vigilar que se cumplan, se pueden preparar para de manera completa para atender al cliente.

**Departamento de mercadeo:** el mercadeo puede analizar los casos y tener una visión de la naturaleza de los problemas de los clientes y ajustar las tácticas de mercadeo de acuerdo a ellos.

## **2) GESTOR DE INCIDENCIAS: Problemas y defectos en producto o servicio**

La gestión de incidencias es similar a la gestión de casos, o sea algo no funciona bien y esta en nosotros corregirlo. Pero en el caso de las Incidencias se refiere directamente a nuestro producto y/o servicio.

Puede ser una instalación de alarmas, un programa de software, un equipo de generación eléctrica, en fin todo lo que nosotros le vendemos al cliente y puede tener una incidencia o defecto.

Uno de los usos principales de este gestor es su uso para la elaboración del software, para mantener e identificar los problemas, con la esperanza de corregirlos en la próxima versión.

Con este gestor toda la empresa está al tanto de cualquier problema/defecto y puede la gerencia vigilar la corrección del mismo.

## **3) OPORTUNIDADES Y CLIENTES POTENCIALES**

El saintCRM maneja las oportunidades de venta, o sea las ventas potenciales que podemos hacer a nuestros clientes establecidos. Con estos registros podemos llevar el control de quien acepta nuestras propuestas total o parcialmente. Igualmente podemos registrar cuales serian nuestros clientes potencias para hacer campañas sistemáticas a través de cualquier medio y ver los resultados dentro del mismo saintCRM.

## **4) PROYECTOS.**

El módulo de proyectos nos permite crear proyectos que involucren los empleados necesarios. Primero se crea el proyecto, después se crean las tareas individuales y finalmente se le hace seguimiento a las mismas. Además el saintCRM nos permite asociar notas, historias, documentos a un registro específico de contacto. Además,

- Es configurable
- Maneja una agenda con todas sus actividades, llamadas, reuniones etc.
- Podemos hacer campañas de email con el saintCRM

No olvidemos que el propósito del saintCRM es unir todos los datos de nuestros clientes y tenerlos a la mano de los empleados que manejan clientes, conectando a ventas, mercadeo y servicio al cliente en una sola unidad, para que el cliente se sienta bien y debidamente atendido.

Para mayor información comuníquese con su canal integrador saint o visite  
nuestro sitio web <http://www.saintnet.com>.



**[www.saintnet.com](http://www.saintnet.com)**  
J - 070510072 