



¿quiere que le ayudemos a contestar a estas preguntas?

- ¿Cómo puedo conocer más y mejor a mis clientes, para poder satisfacer mejor sus necesidades?
- ¿Se gestionan correctamente todos los clientes potenciales y oportunidades?
- ¿Nos focalizamos en nuestros clientes más rentables?
- ¿Están los clientes satisfechos con el nivel de servicio?
- ¿Cómo puedo mejorar el ratio de las ventas conseguidas?
- ¿Cómo puedo fidelizar a mis clientes y que confíen más en mi empresa? ...





podrá contestarlas usted mismo
y mejorar sus ventas con la
implantación y desarrollo de:

- proyecto de **gestión de su empresa basada en una orientación hacia el cliente**, apoyada en **nuevas tecnologías** y en **buenas tácticas para vender**.

¿cómo?

participando en este
“INNOVADOR VIAJE A
TRAVÉS DEL CENTRO DE
LA VENTA” Y QUE TENDRÁ
COMO PREMIO FINAL:

- AUMENTO DE CLIENTES
- AUMENTO DE LAS VENTAS
- AUMENTO DEL BENEFICIO

¿Que es CRM?

- El marketing relacional (CRM) se puede definir como:

"la estrategia de negocio centrada en conocer, anticiparse, y satisfacer las necesidades y los deseos presentes y previsibles de los clientes, consiguiendo que las empresas sobrevivan y crezcan"

- Permite descubrir nuevas oportunidades de venta a los clientes actuales
- Garantiza que los recursos de ventas se aprovechan al máximo
- Reduce el coste de oportunidad
- Reduce el coste de la venta
- Reduce el coste en la obtención de nuevos clientes potenciales.
- Garantiza que el servicio de atención al cliente cumple los acuerdos de servicio
- Minimiza los costes de administración
- Protege los márgenes
- Salvaguarda y permite incrementar los ingresos
- Reduce el peligro de pérdida de los clientes actuales
- Dota al equipo de las capacidades necesarias para prestar un servicio excepcional

Mejore la eficacia de sus equipos comerciales

- Mayor transparencia del proceso de venta.
- Facilita el seguimiento de todos los trabajos comerciales.
- Permite aplicar acciones correctivas en fases tempranas del ciclo de venta.
- Previsiones más exactas.
- Optimiza el uso de recursos en función de las oportunidades más interesantes.
- Acelera el desarrollo de oportunidades.
- Mejora el ratio de éxitos/fracasos en la venta.
- Reduce los ciclos de venta.
- Mejora el ratio de conversión de potenciales en clientes que confían en nosotros.
- Integra capacidades de análisis e informes para identificar tendencias y perfiles de clientes.
- Mejora la búsqueda de nuevas oportunidades.
- Incrementa las oportunidades para la venta cruzada y productos de mayor valor a los clientes.
- Mejora la colaboración del equipo
- Mejora la identificación de clientes potenciales.
- Incrementa los ingresos por cliente y mejora la obtención de referencias de otros clientes.

En solamente **un mes** y con la mayor **organización y economía** posibles

Coste de la implantación: 9.500 €/empresa **subvención de hasta el 75 % del coste**

PARA MAYOR INFORMACIÓN :

FUNDACIÓN MUNICIPAL (CENTRO DE EMPRESAS)

AVDA. DE LA TECNOLOGÍA, 25

926 55 23 07

e-mail: diego.gb@fmpee.es

Fecha límite adhesión proyecto: 29 de julio 2009