

Los CRM como herramientas de éxito en un mundo globalizado

Revista

Hoy en día si una empresa quiere seguir en el negocio y ser competitiva es necesario que sus prioridades vayan mas allá de las grandes ventas y buenos márgenes de utilidad, para que una empresa se vuelva competitiva es importante que enfoque buena parte de sus recursos e investigaciones a la satisfacción de sus clientes procurando en ellos lealtad a la empresa. Una forma de poder alcanzar estos objetivos son a través de herramientas como los CRM (Customer Relationship Management) los cuales son mucho mas que un software para administrar las relaciones cliente-empresa, es mas que una simple forma de automatizar las ventas del negocio. Los CRM son toda una filosofía de satisfacción al cliente, en donde todos los departamentos de la empresa deben de estar relacionados, compartiendo los mismos ideales para ser mas competitivos. El aspecto mas importante que ha impulsado el desarrollo de sistemas de información como los CRM son los negocios globalizados, los cuales día a día ponen al alcance de las personas una gran variedad de productos, muchos con características muy similares, promoviendo así una competencia cada vez mas agresiva entre estos productores. Esta claro que pensar competir con precios bajos es una posibilidad descartada ya que en largo plazo acabará por consumir el capital de la empresa y por ende con la vida de la organización, es por eso que si la organización se implementa adecuadamente un CRM este será de gran utilidad para tener una ventaja competitiva que la diferenciará de sus contra partes en el negocio. Como ejemplo claro de éxito de estos sistemas sobresalen el caso de Bimbo, ya que a simple vista nos podemos dar cuenta de que la empresa tiene un contacto muy cercano con el cliente, ya que una ventaja con la que cuenta esta compañía es que no presenta intermediarios. De esta manera los repartidores de Bimbo tienen un control mucho más eficaz y directo sobre los hábitos de consumo de sus clientes, cuales son los productos que tienen una mayor demanda y si estos productos presentan estacionalidad. Tener toda esta información y de una fuente tan confiable como son los propios clientes y de manera tan fluida es crucial para que la empresa pueda tener una planeación estratégica, donde la producción de sus productos este regida por las necesidades y preferencias de los clientes. Un caso similar de éxito es el de la compañía de tecnología Dell , ya que en los últimos años ha venido posicionándose en el mercado como una de las empresas con mayor crecimiento, ya que en la actualidad cuenta con aproximadamente 46,000 empleados a lo largo del mundo alcanzando ingresos superiores a los 41.4 billones de dólares en los últimos 4 trimestres, crecimiento que en gran medida se debe a la forma en que Dell se relaciona con sus clientes La empresa trabaja directamente para los consumidores lo que significa que en lugar de producir con un plan establecido, espera recibir los pedidos de sus clientes para comenzar a producir. Los pedidos pueden ser a través de sus líneas telefónicas libres de cobro, o bien a través de su sitio en Internet, este contacto tan cercano se reflejan en una mayor satisfacción de sus consumidores ya que ellos de acuerdo a sus necesidades configuran y personalizan los equipos. Los CRM (Customer Relationship Management) son fundamentales para que Dell y muchas empresas mas puedan escuchar a sus clientes, ofreciéndoles una experiencia completa, y como se mencionó en un principio una lealtad a la empresa, donde nuestros clientes no tengan la necesidad de estar buscando otros proveedores. Es importante que no olvidemos el principio 80/20, donde el 80 por ciento de los ingresos de las empresas se deben al 20 por ciento de los clientes.