



CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT



C
R
M



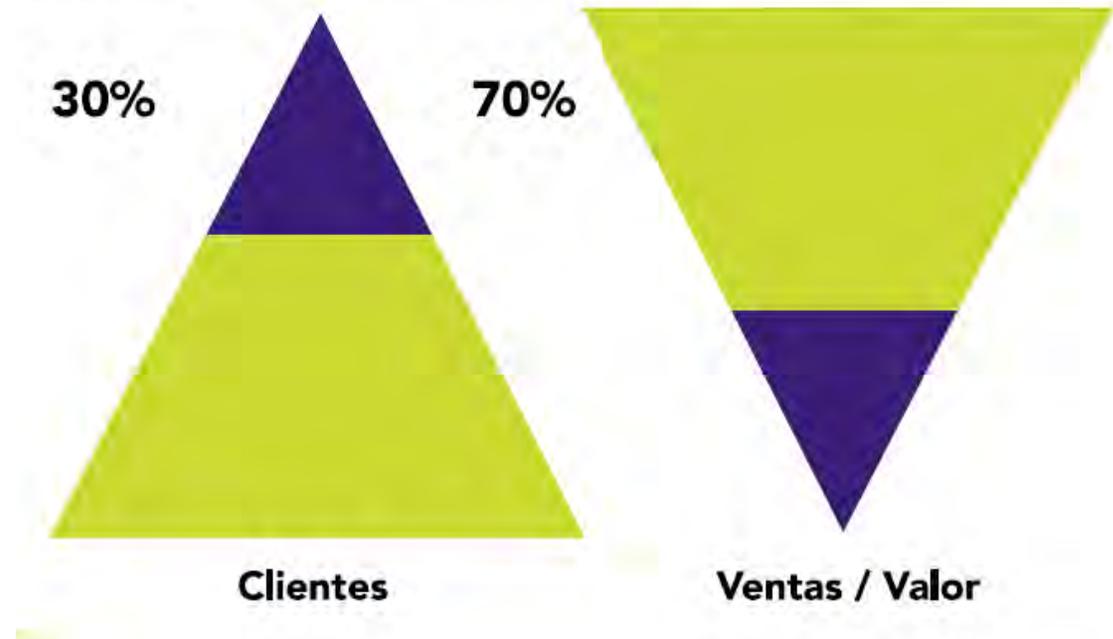
Para que sirve?

- Entender el valor potencial de los clientes
- Utilizar mercadeo correctamente «enfocado»
- Crear perspectivas a largo plazo de las relaciones con los clientes
- Toma de decisiones
 - «Despedir» clientes
 - Recompensar clientes
 - Identificar oportunidades de venta «cruzadas»

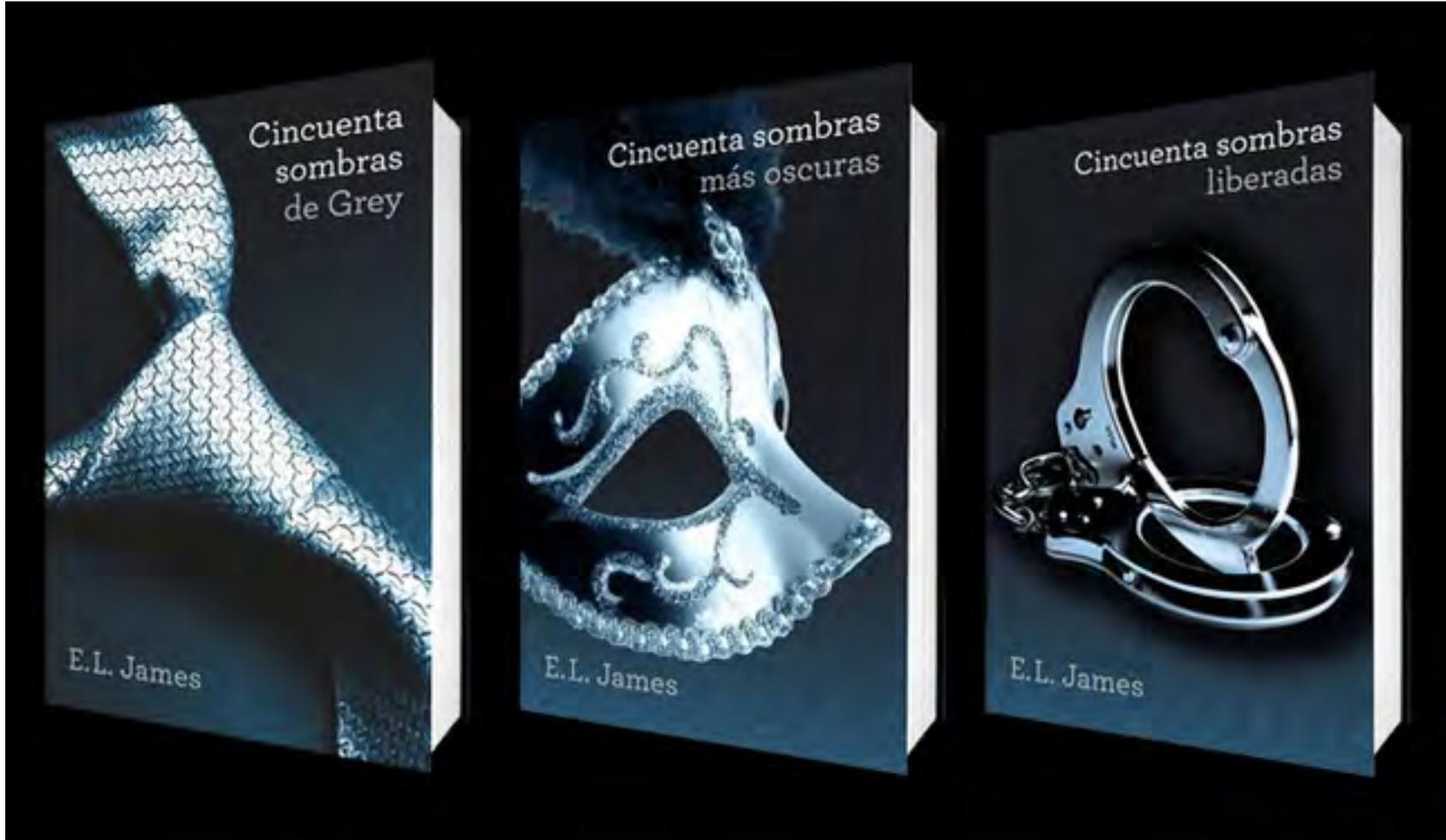
C
R
M

PARETO

Principio de Pareto, en donde el 20 por ciento de los clientes aporta el 80 por ciento de utilidad de las marcas.



Este fenómeno es universal y se da en casi todas las categorías. Sin embargo, el original Pareto 80/20 ha sido revaluado con el tiempo y las experiencias en muchas industrias alrededor del mundo hablan hoy de un 70/30.



C
R
M



C
R
M



- No todos los clientes fieles son rentables.
- No todos los clientes rentables son fieles.
- Poca identificación de los segmentos.
- Errores de estrategia derivados del desconocimiento claro del segmento a trabajar.

C
R
M



LA LECCION ...

C
R
M

No invertir sino se ha identificado, de forma temprana, el segmento que se debe impactar

¿Sabe de cuántas maneras se puede escribir esa información?

Mínimo de 10 formas

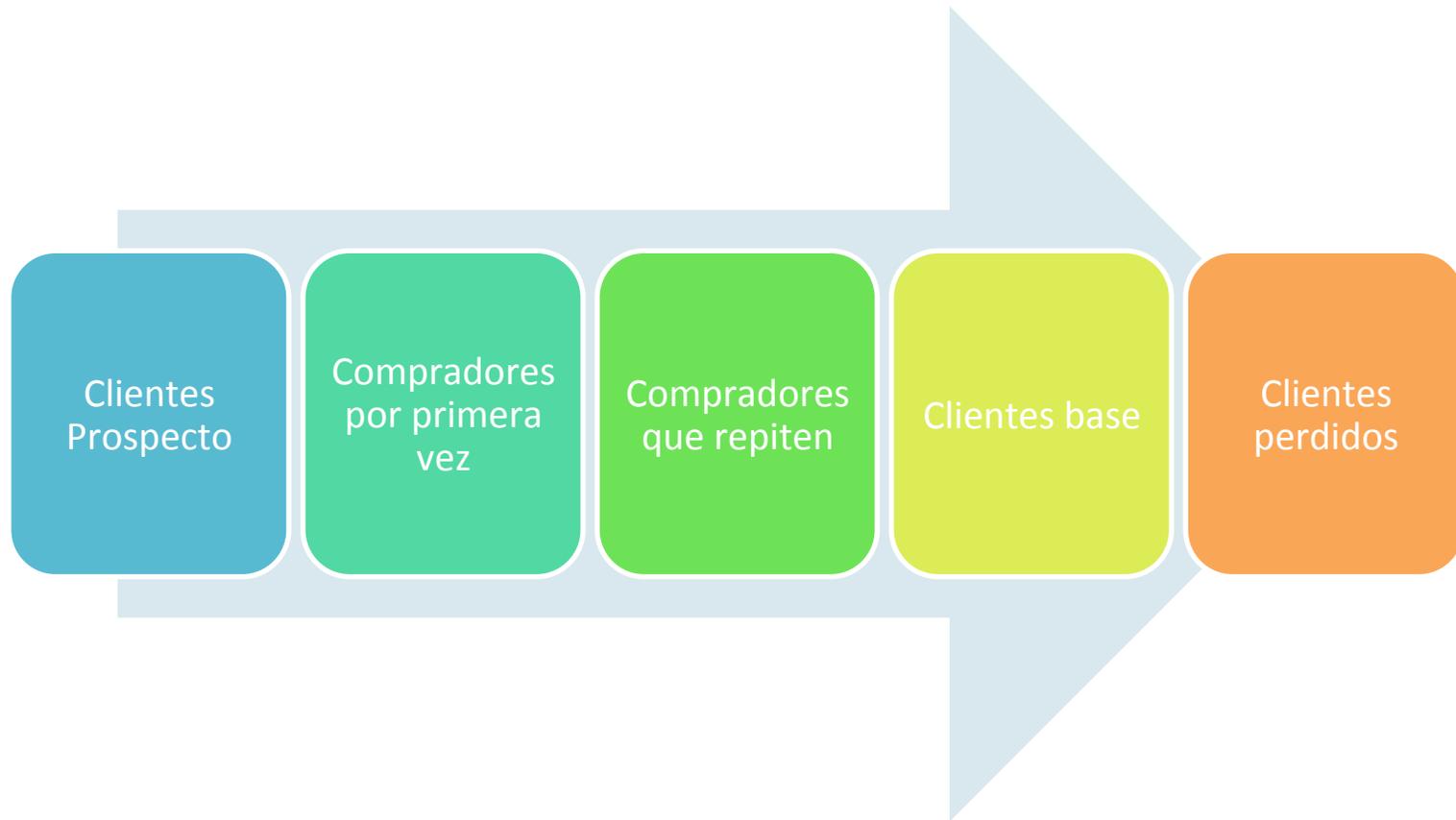
Veamos solo 3:

cra. 12 # 8 24;

Kra. 12 N 8-24;

Cr. 12 8-24.

Fases del ciclo de vida del cliente



C
R
M

BANEGAS
16-MARZO-2001



C
R
M

EXISTE UNA MALA GESTION DE LA LEALTAD DEL CLIENTE

“Un cliente que te llama cada día es menos rentable que el paga a tiempo y nunca te llama”

Ejecutivo de TXU financiera

RAZONES POR LAS QUE LAS EMPRESAS PRESCINDEN DE LOS CLIENTES

DISMINUCION EN LA RENTABILIDAD

BAJA PRODUCTIVIDAD DE LOS EMPLEADOS QUE TRATAN CON CLIENTES NO RENTABLES

CAMBIOS EN LA ATENCION DE VOLUMENES DE LOS CLIENTES

CAMBIOS EN LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA

C
R
M

Algunas empresas ven la desinversión del cliente como una consecuencia natural de su evolución de las estrategias



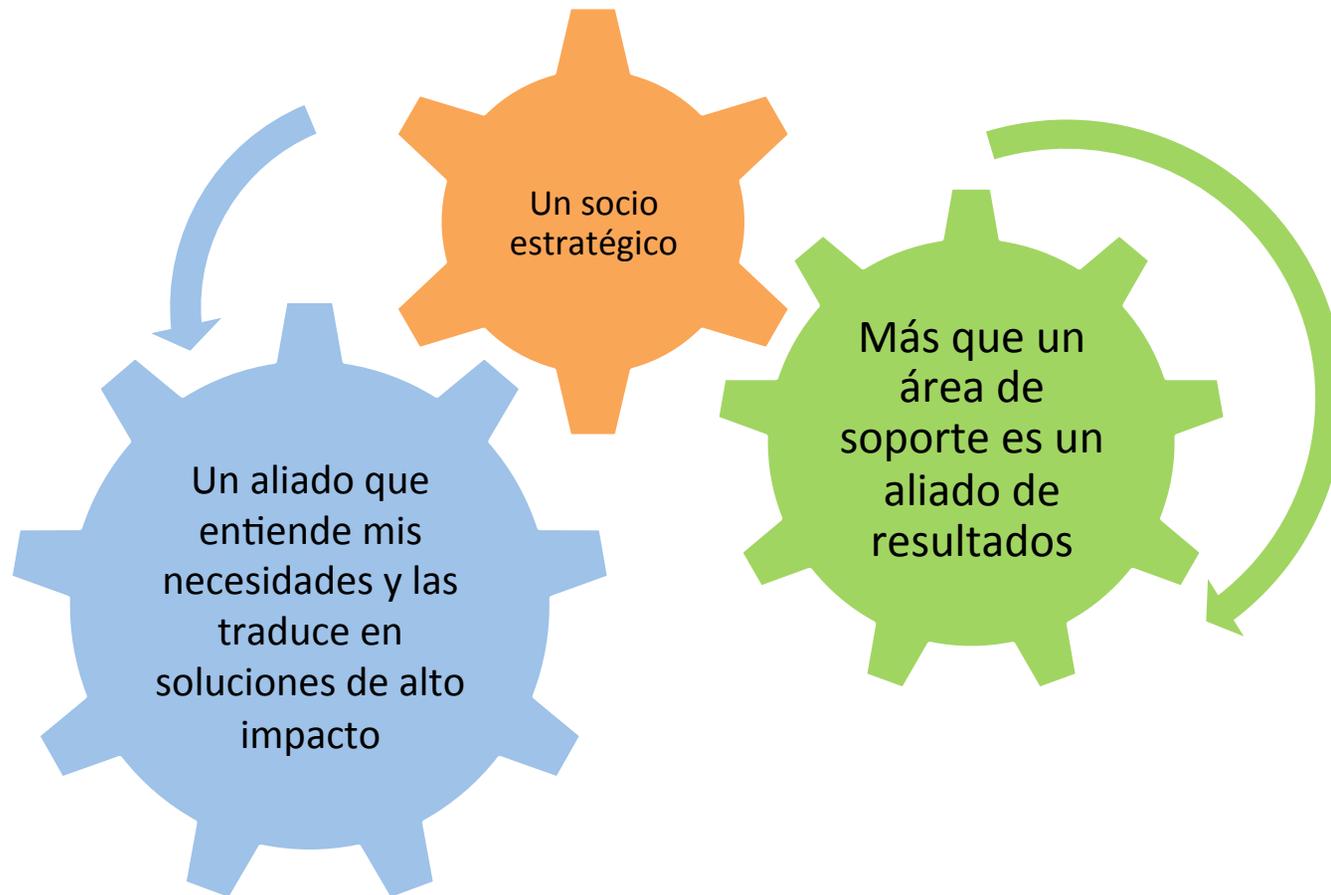
C
R
M

Las empresas pierden valiosas fuentes de información, experimentación e innovación, al deshacerse de los clientes poco rentables



C
R
M

Business partner



C
R
M

Que hace un business partner?

1

Alinea prácticas con la estrategia del negocio

2

Encaja la estrategia del negocio con cada área de soporte

3

Genera coherencia interna entre las diversas prácticas

4

Asocia la gestión de cada área con el desempeño del negocio





C
R
M



- Marca producida por Familia Sancela.
- Múltiples productos para el cuidado de bebés desde los 0 meses en adelante.
- Excelente estrategia CRM.

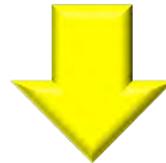


C
R
M

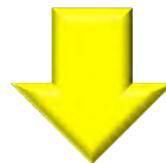


COMO FUNCIONA?

CONTACTO CON POSIBLES CLIENTES



ENVIO DE INFORMACION Y MEMBRESIA



COMUNICACIÓN FRECUENTE

**C
R
M**



QUE INCLUYE EL PROGRAMA

- Acompañamiento a los padres en las etapas de crecimiento del bebe.
- Servicio en los puntos club pequeñín.
- Alianzas para vacunación en diferentes ciudades.
- Premios
- Recepción de inquietudes, quejas y reclamos.
- Contacto frecuente con el cliente.



CLUB PEQUEÑÍN

- Son lugares “públicos” donde las madres pueden atender a sus hijos comodamente.
- Bogota, Medellin, Pereira, Manizales, Barranquilla, Ibague, Bucaramanga y Cali.
- Premiacion a la fidelidad.
- Talleres para los padres.



HAGAMOSLO JUNTOS

Es el lugar de contacto y donde aparece toda la información concerniente a club pequeñín y su programa de puntos.

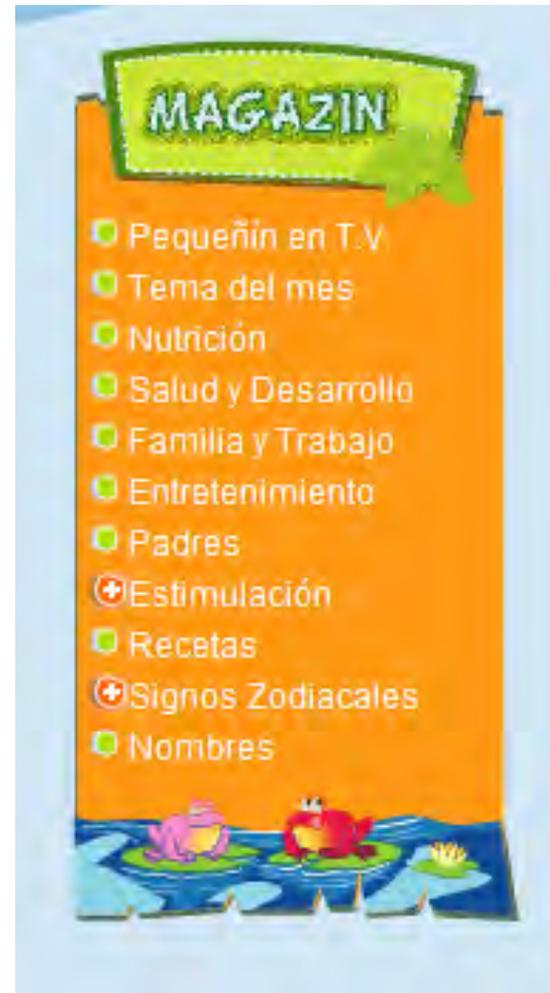


C
R
M



MAGAZIN

- Cada mes se selecciona un tema a tratar.
- Se tiene información de interés para los padres.
- Espacio para responder inquietudes.



C
R
M



ENCICLOPEDIA

ESCUELITA PEQUEÑÍN

ENCUESTA

¿Qué temas nuevos te gustaría encontrar en la sección Enciclopedia de Pequenin.com?

Enviar

ENTÉRATE

Regístrate **AQUÍ**

PASO A PASO

Paso a paso... Seguridad a la hora del baño

RECOMENDADOS

Encuentra en la sección **magazín**:

1. ¿Por qué mi peq...
2. ¿Qué tan import...
3. "Juguemos en el...
4. Rockeando con m...
5. Una sorpresa mú...

C
R
M