

CRM

Basado en la idea de valorización de las relaciones para obtención de resultados, Linx Sistemas innovó al incorporar el módulo CRM a su sistema. Se trata de una herramienta que administra las actividades, oportunidades y contactos de forma eficiente y cooperativa, maximizando la productividad de su empresa.

El módulo CRM, trata de forma estructurada y eficaz la relación con el cliente y las acciones internas necesarias para garantizar la alta calidad de los productos y servicios ofrecidos. Englobando los conceptos de Marketing Directo, la Gestión del Conocimiento y la Gestión de Actividades, además del Workflow y BI, que permiten registrar y compartir el perfil de cada cliente, sus hábitos, costumbres, comentarios y deseos, generando subsidios para la planificación estratégica de ventas.

La estrategia de CRM coloca sus necesidades en el centro de la organización, apoyando la empresa en la reducción de costos, adquisición y retención de una base leal de clientes. Conociendo cada interacción entre su negocio y el cliente, la empresa puede crear soluciones capaces de atenderlo de forma integrada y personalizada, aumentando la satisfacción en la relación.

Integrado al sistema ERP Linx, es posible tener una visión global de cada cliente, porque son reunidas todas las informaciones sobre la relación cliente-empresa como ventas, e-mails, contratos, solicitudes, atenciones, imágenes, proyectos, entre otros eventos. El acceso a las informaciones estratégicamente estructuradas, libera y subsidia los profesionales para dar enfoque en la definición de acciones de ventas de productos y servicios e identificación de nuevas oportunidades de negocios.

Para la gestión de campañas de marketing, el sistema ofrece recursos que generan la segmentación deseada y la evaluación del público objetivo, además del registro de incremento de ventas y de la evaluación del comportamiento de compras antes y después de la aplicación de las campañas. Posibilita, también, la realización de estudios de satisfacción y opinión con más agilidad, economía y análisis detallado de los resultados.

El mismo sistema utilizado para realizar campañas de mercadeo, también puede administrar con más eficiencia las relaciones con el cliente. El objetivo no es sólo de conocerlo mejor, sino principalmente atender sus necesidades y anhelos de manera que se genere satisfacción y por consiguiente, transformarlo en un cliente fiel.

CRM

El proceso de implantación del módulo de CRM, tiene su tiempo y esfuerzo reducidos, en función de su flexibilidad de configuración e integración al sistema ERP.

El módulo de CRM:

- Converge todos los eventos de relación para un único local.
- Permite el reconocimiento y la gestión de cada cliente, identificando sus hábitos, costumbres y sus necesidades.
- Posibilita que los eventos de relación con los clientes, sean compartidos entre todas las áreas de la empresa.
- Fortalece la relación con su cliente.
- Amplía negocios.
- Apoya y fundamenta decisiones con relación a los clientes, mejorando su ventaja competitiva.