



# AGENDA

- ▶ Concepto
- ▶ CRM como aplicación
- ▶ Casos de éxito
- ▶ Beneficios
- ▶ Como elegir un CRM



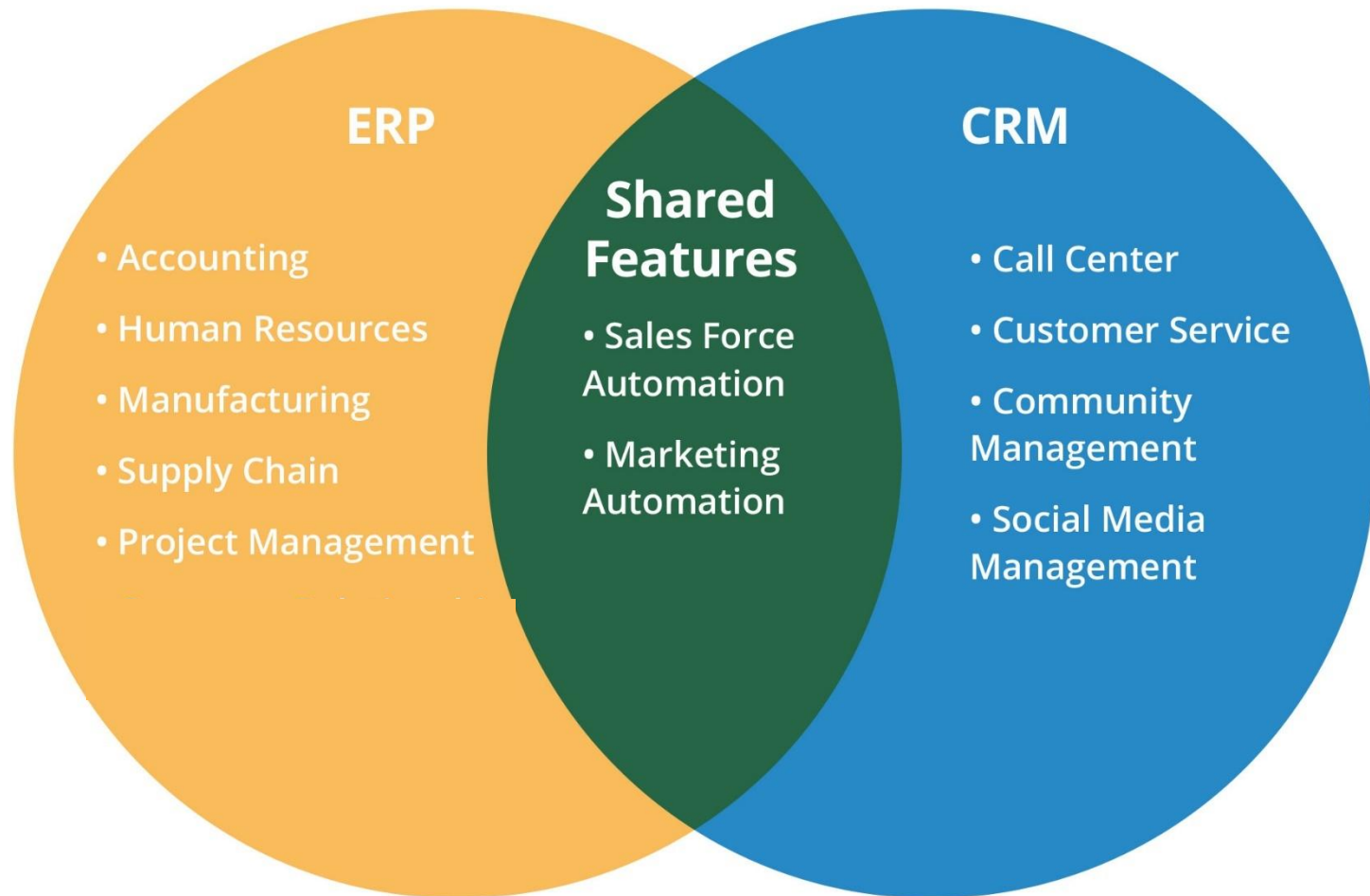
# CRM: Que es?

- ▶ CRM = Customer Relationship Management (Manejo de las relaciones con el Cliente)
- ▶ Es una cultura y una disciplina corporativa
- ▶ Poniendo el cliente por delante.
- ▶ Para indicar, atraer y conservar a los clientes más redituables, proporcionar mejor servicio a los clientes existentes (KAM)
- ▶ Para coordinar todos los procesos de negocios relacionados con los clientes (Ciclo de Vida del Cliente)

# CRM: Que es?



# CRM: Que NO es?



# CRM: Para que?

- ▶ Adquirir nuevos clientes
- ▶ Retener sus mejores clientes
- ▶ Aumentar el valor de su relación con el cliente.
- ▶ Responder y reaccionar en tiempo real

= “MANEJAR EL CICLO DE VIDA DEL CLIENTE”

= “MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE”





# CRM: Aplicación?

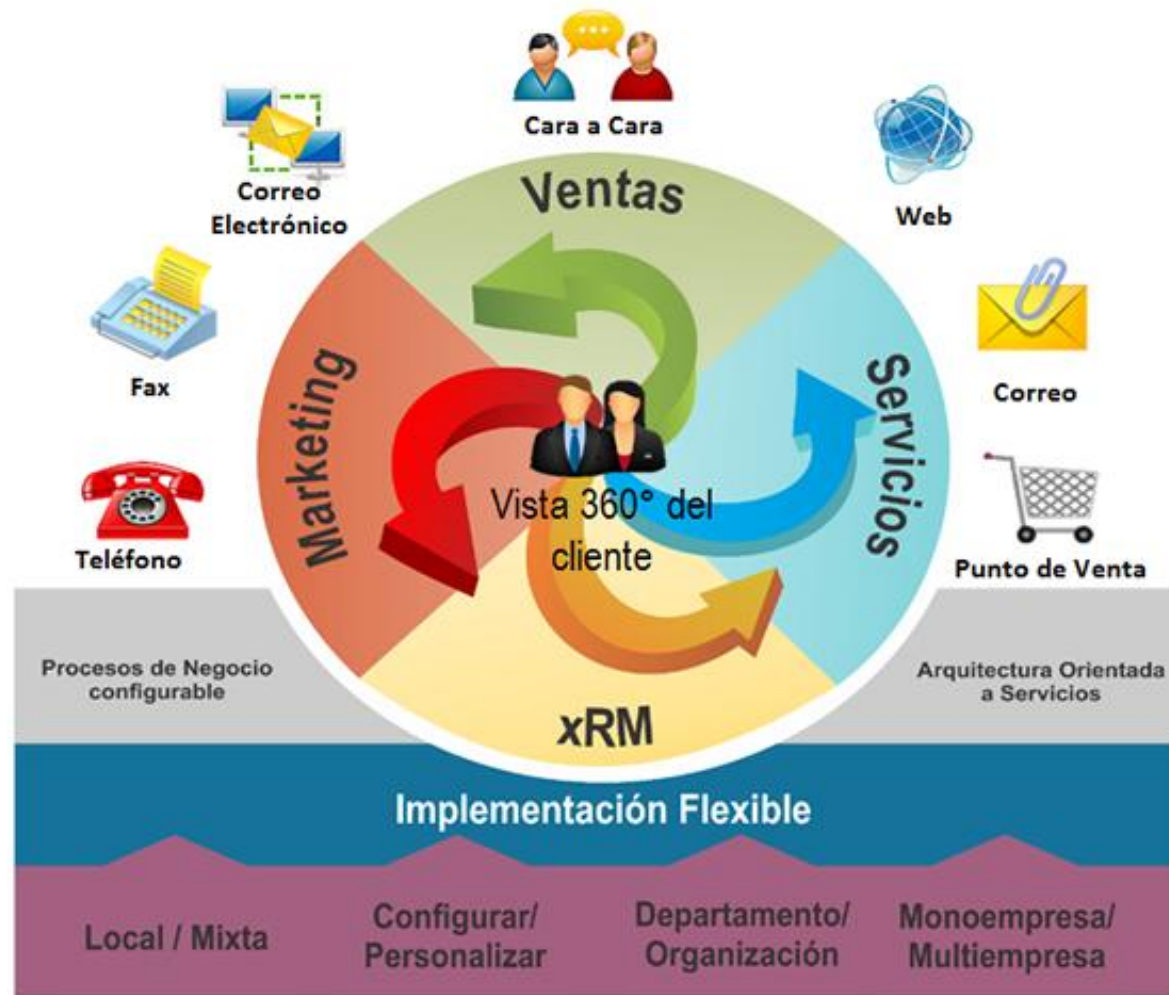


# CRM: Aplicación?

- ▶ Aplicativo web
- ▶ Orientado a administrar todos los procesos relacionados con clientes
- ▶ Diseñado para adaptarse a las necesidades de cada Negocio
- ▶ Sin la necesidad de gran programación técnica
- ▶ Muy fácil aprendizaje y utilización para los usuarios finales



# CRM: Mapa de Aplicación



# CRM: Puntos de contacto



Ventas Local/  
Estado/Online



Ventas Tickets  
Estadio/On line



Redes Sociales



Tours, Eventos,  
Conferencias



Ingresos



Sitio Internet



Transporte



Comida



Hospitalidad  
Sector VIP



Membresia

# CRM: Visión 360° del cliente



# Casos de éxito



- ▶ **Situación de Negocio**
  - Necesidad de recuperar clientes/fans
  - Necesidad de identificar usuarios
  
- ▶ **Resultado post–implementación**
  - Segmentación de clientes inactivos por diferentes criterios (clicks, reacción a campañas, etc.)
  - Envío de mails específicos con contenido exclusive por email (no avisar de su inactividad) con juegos, animaciones y regalos únicamente por este medio
  - En el 2015 estas campañas recuperaron 30% de clientes inactivos

# Casos de éxito



## ▶ Situación de Negocio

- Fundada en 1950
- Necesidad de aumentar ingresos para sponsoreo estratégico
- Necesidad de seguir oportunidades comerciales

## ▶ Resultado post–implementación

- Seguimiento online de clientes y prospectos
- Mejora en eficiencia de equipos de ventas por seguimiento de actividades (emails, llamados, etc.)
- Mejora coordinación entre equipos de marketing
- Compartir calendarios, cuentas y contactos
- Reportes históricos y de tendencia para la toma de decisión



# Casos de éxito



- ▶ **Situación de Negocio**
  - Franquicia de la NBA creada desde cero en 2008
  - Necesidad de crear una experiencia superior a solo tener un gran equipo de basket. Fans sentirse como invitados no clientes/numero
  - Necesidad de estrategia focalizada en el cliente/fan
- ▶ **Resultado post–implementación**
  - Repositorio centralizado de todo la información del cliente
  - Información de tickets, pero además de los jugadores preferidos, oponentes preferidos, cumpleaños, miembros de la familia, hobbies, etc., además de redes sociales.
  - Ayuda a medir la satisfacción del cliente

**En el 2013: NPS (recomendación) de 91,2% (mas del doble del promedio)**

**99% de los fans dijeron que la experiencia como buena o excelente.**



# Casos de éxito



## ▶ Situación de Negocio

- Ser el mejor club en el mundo
- Sitio amigable con toda la información, compra de tickets, Fan Cam, eventos, etc.
- Identificar valor potencial no realizado

## ▶ Resultado post–implementación

- Recolección de información a través de la pagina, para sacar el perfil del cliente
- Información de pagina y demás sistemas (tickets, member card, etc) a CRM
- Se recolecta información de Facebook y Twitter como feedback a CRM para aumentar conocimiento de cliente
- Segmentación en 33 grupos cada uno con su sistema de atención a cliente

# Casos de éxito



## ▶ Resultado post–implementación (cont)

- 4 niveles de membresía (Blue, Gold, Platinum, and Superbia) cada uno con su costo y beneficios
- Cada temporada se envía una encuesta a toda la base de clientes para recolectar información de percepción de productos y servicios
- Asociación con proveedor para ofrecer servicio de traslado para seguir al equipo (ayuda para sacar hotel, transporte y ticket)

**Entidad con mayores ingresos en la edición 2015/2016 Champions League.**

- **Manchester City = 83.853.000 € (Semifinalista)**
- **Real Madrid = 80.067.000 € (Campeón)**

# CRM: Beneficios Reales?

*“...las marcas que lograron ubicarse entre los líderes en términos de lealtad tienen **costos que están un 15 por ciento por debajo del promedio.**”*

*“...aquellas compañías que tienen consumidores más fieles lograron una **tasa de crecimiento anual compuesto que más que duplica a la de la media: 7,2 por ciento vs 3,5 por ciento.**”*

# CRM: Beneficios Reales?

- ▶ Mejor coordinación y colaboración
- ▶ Mayor y mejor información
- ▶ Mejores decisiones
- ▶ Acciones mas focalizadas y concretas
- ▶ Único entorno de trabajo
- ▶ Visión completa del cliente
- ▶ Mayor productividad

# Como elegir un CRM: Proveedores



# Como elegir un CRM: Puntos importantes

- ▶ Que sea escalable
- ▶ Que sea integrable
- ▶ Que ofrezca alta disponibilidad y seguridad y lo avalen sus clientes
- ▶ Que sea intuitivo en su uso
- ▶ Que recoja toda la información de mis clientes
- ▶ Que ofrezca buen soporte
- ▶ El precio
- ▶ Que ofrezca soluciones móviles
- ▶ **Que sea customizable (personalizable)**



**Muchas Gracias!**