

Marketing Relacional

Soluciones Software Libre al Marketing Relacional

Luís Hernando Valverde
www.microset.tk

Businessman Group



Marketing Relacional

Marketing:

Philip Kotler (padre del marketing) es «el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios»

La Administración: Satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo.

Marketing Masivo:

La empresa produce, distribuye y promociona un producto o servicio y lo dirige a todos los consumidores. Con ello pretende lograr rendimientos de escala, bajos costos y precios, para atender un público masivo.

Marketing Relacional:

El marketing relacional es la actividad del marketing que tiene el fin de generar relaciones rentables con los clientes.

Análisis del comportamiento de los compradores, en base al cual se diseñan estrategias y acciones con el fin de facilitar la interacción con los mismos y brindarles una experiencia memorable.

CRM

CRM:

Administración de la relación con los clientes: ("Customer Relationship Management"). "Estrategia de negocio centrada en el cliente."

1. Enfoque al cliente: "el cliente es el rey".
2. Inteligencia de clientes:
3. Interactividad:
4. Fidelización de clientes:
5. El eje de la comunicación es el marketing directo enfocado a clientes individuales en lugar de en medios "masivos" (TV, prensa, etc.).
6. Personalización:
7. Pensar en los clientes como un activo cuya rentabilidad muchas veces es en el medio y largo plazo y no siempre en los ingresos a corto plazo.

Objetivos del Marketing Relacional CRM:

Incrementar las ventas tanto por incremento de ventas a clientes actuales como por ventas cruzadas.

Maximizar la información del cliente.

Identificar nuevas oportunidades de negocio.

Mejora del servicio al cliente.

Procesos optimizados y personalizados.

Mejora de ofertas y reducción de costes.

Identificar los clientes potenciales que mayor beneficio generen para la empresa.

Fidelizar al cliente, aumentando las tasas de retención de clientes.

Aumentar la cuota de gasto de los clientes.

CRMs Libres:

vtiger CRM.

nature CRM.

super crm.

SugarCRM.

[http://www.grafosistemas.com/demo/Sugar/index.php?
module=Tasks&action=EditView&return_module=Tasks&return_action=DetailV
iew](http://www.grafosistemas.com/demo/Sugar/index.php?module=Tasks&action=EditView&return_module=Tasks&return_action=DetailView)

Conclusiones

1. SL Excelentes Soluciones Empresariales
2. Productos de Alta Calidad En CRM

Gracias

REPORTE ESPECIAL

