

## UNIDAD 4 – CURSO TELETRABAJO

Bienvenidos al segundo vídeo de la unidad 4.

En este vídeo veremos lo que son, básicamente, las herramientas de CRM, lo que son las plataformas que contienen un ecosistema digital para la presencia online de los empleados de manera remota. Y todo esto lo veremos en el marco y contexto de la herramienta Bitrix24. Pero antes de esto, vamos a nuestra presentación.

Bien, básicamente, antes, cuando empezamos a hablar de lo que es el manejo de relación con los clientes, tenemos que hablar de un CRM.

CRM viene de las siglas de “Customer Relations Management”, manejo o gestión de relación con los clientes. Es una herramienta que tiene un enfoque para gestionar la interacción de una empresa con sus clientes actuales, o potenciales, en una forma de pensar y de actuar de una empresa hacia los clientes, o consumidores.

Ahora bien, ¿qué es lo que estamos queriendo decir con esto?, básicamente, el CRM tiene que tener la capacidad, ¿sí?, de manejar una trazabilidad del historial de relación con posibles o actuales clientes. ¿En qué sentido?, ¿qué es “trazabilidad”?, es básicamente el hecho de poder trazar, el hecho de poder guardar un registro de cada conversación o interacción que hayamos tenido con un actual o potencial cliente, ¿sí?, esto les ayuda a las empresas para poder analizar, ¿sí?, el desenvolvimiento y desempeño de sus procesos comerciales, ¿sí?, recuerden un poco lo que vimos en el video 1, sí?

El CRM es la herramienta, ¿sí?, el software, que básicamente nos brinda la información necesaria para poder determinar el nivel de eficiencia de nuestro proceso comercial, ¿sí?

Los sistemas informáticos del CRM recopilan datos de diferentes canales de comunicación, ¿sí?, lo que se conoce también como canales abiertos, ¿sí?, que son los medios por los cuales reciben información de sus potenciales o actuales clientes, que pueden ser a través de páginas web, sistemas de chats, como pueden ser también los chats de redes sociales, como Facebook e Instagram, o mensajería, vía Whatsapp o Telegram, telefonía, obviamente, lo que es llamado telefónico, correos electrónicos, a través de comunicación formal vía e-mail y de las redes sociales que mencionamos anteriormente.

Bitrix 24, es un CRM que optimiza el trabajo con los clientes, formando una base de datos, ¿sí?, donde se gestiona y almacena esta interacción, ¿sí?

Básicamente estamos hablando de la principal función que debe tener un CRM, que es la parte de trazabilidad, ¿correcto?. Bien, también nos permite crear informes, importar y exportar contactos y realizar un análisis de la información cargada en nuestra base de datos, ¿sí?

Nos permite establecer un, más fehacientemente lo que se conoce como “Customer Journey”, ¿sí?, lo que es el viaje del cliente, ¿sí?

Cada nueva actividad relacionadas con un contacto o una compañía, se registran en una ficha personalizada, ¿sí?, lo que vamos a ver más adelante en nuestra parte práctica.

Bien, vamos a hablar un poco de los elementos del server, ¿sí?, lo que es la parte de prospección. El prospecto contiene información de una persona o empresa con el potencial necesario para convertirse en un cliente, es decir, completar un acuerdo, poder alcanzar una instancia de negociación. También lo veremos un poco más a detalle, en la parte práctica del CRM.

En la parte de prospección, la información contenida en un prospecto puede provenir de una tarjeta de visita obtenida en una conferencia, esto, ya en lo que es una modalidad presencial, ¿sí?, lo que es datos de contacto, etcétera. O a través de los diferentes canales abiertos, que también mencionaremos más a detalle. El prospecto es muy importante tener un historial fidedigno de cada una de las interacciones, ¿sí?, para poder tener mayor información, para poder concretar la venta.

Y en la instancia de negociación, ¿sí?, lo que es la instancia de negociación es obviamente el objetivo crucial cerrar una venta de nuestros productos o servicios, ¿sí?.

Básicamente para esto necesitamos de un proceso de negociación. En las etapas de creación de una negociación podemos agregar los productos de la compra del cliente, ¿sí?, y podremos avanzar e indefectiblemente a lo que es el cierre de la venta.

Ahora, vamos a ver un poco más la parte práctica, ¿qué es el CRM Bitrix24?, el CRM Bitrix24 lo podemos abarcar básicamente en dos grandes embudos, ¿sí? Hablamos de embudos, porque justamente en la primera instancia de los embudos, es donde tenemos una amplia gama de información, ¿sí? es donde llegan la mayor parte de información, y a medida que vamos bajando en estos embudos vamos, obviamente, reduciendo la cantidad de candidatos que pueden convertirse en un cliente, ¿correcto?. Todo esto estamos hablando en dos tipos de embudos: los embudo de prospectos y embudo de negociaciones, ¿sí?.

Acá estamos hablando de dos etapas cruciales en el proceso de negociación, en el proceso comercial, perdón.

Por lo general, el proceso comercial se puede dividir, a grosso modo, en tres etapas: "Prospección", que es cuando tratamos a los potenciales clientes, ¿sí?, donde tenemos un primer contacto; "Negociación", donde hacemos la oferta de nuestro producto y "Cierre de la venta", ya sea un cierre positivo, donde concretamos la venta y cierre negativo, ¿sí?, donde no se concreta la venta.

Ahora bien, prospectos ¿sí?, la prospección básicamente es lo que es la nueva interacción de un posible cliente, ¿sí?.

En negociaciones, vemos lo que es actuales o posibles clientes más cercanos a realizar una compra, pero en prospección nos vamos a detener, justamente, porque es un punto clave donde necesitamos fehacientemente tener una trazabilidad fiable de lo que es la interacción con el posible cliente, ¿sí?.

Por lo general en Bitrix, funciona de la siguiente manera: Yo conecto la herramienta a los diferentes canales abiertos, medios desde los cuales yo recibo información, establezco las etapas de mi proceso de contacto, ¿sí?, el nuevo candidato, detección de necesidad, estado 3, estado 4, la herramienta me permite agregar la cantidad de estados que sea necesario, ¿sí?.

Dentro del sistema voy a poder tener agendados, ¿sí?, en lo que es la ficha del prospecto, toda la información de datos de contacto, del lado izquierdo y todo lo que es la trazabilidad, del lado derecho, ¿sí?.

Envíos de correos electrónicos, la creación del prospecto, mismo también si hay tareas relacionadas a ellos, etcétera.

Después, a medida que vaya avanzando, ¿sí?, la negociación, yo voy a poder ir moviendo las diferentes áreas, ¿sí?, ya sea que la quiera mover para atrás, para adelante, voy a ir moviéndola a diferentes etapas, ¿sí?, y después nos moveremos a la parte de "Negociaciones", una vez que, obviamente, determinemos si esta persona realmente quiere

consumir nuestros productos o servicios, entonces, ya los llevamos al embudo de negociaciones.

Recuerden, lo vemos como embudo, porque a medida que va avanzando el proceso, vamos eliminando o se van descartando las posibilidades. Y acá lo que tenemos dentro el embudo de las negociaciones, es la capacidad de una trazabilidad comercial. ¿En qué sentido?, acá ya tenemos, no solamente el registro de las interacciones, sino también el registro de las oportunidades de ventas, cuánto yo voy a ganar, por ejemplo, con estas negociaciones, y esto se logra a través de cargar lo que es el valor de nuestros productos o servicios en el área de productos, ¿sí?

Bien, por ejemplo, acá tenemos ya un monto asignado y demás, ¿bien?

Obviamente, repetimos siempre lo que es, recordarán un poco si esta estructura de Kanban, de lo que es la administración de tareas, ¿sí?, lo que es la gestión de proyectos que vimos en la unidad 2, justamente, la herramienta, ¿sí?, sabe transferir tanto para lo que es la gestión de tareas, como para la gestión comercial, el esquema, ya que es bastante útil, ¿sí?, sobre todo para la elaboración de procesos, ¿sí?

Bien, bueno, ahí más o menos tenemos cubiertos ya lo que es un macro de las actividades del CRM.

Después lo que es, obviamente, la presencia online, ¿sí?, se lleva a través de lo que vimos un poco en la unidad 2, de la gestión de proyectos, lo que es la elaboración de tareas y ejecución en una herramienta virtual, lo que es después, también relacionado con lo que vimos en intranet, en Bitrix24, tenemos la propia instrucción de intranet, tiene los sistemas de chats internos derivados de los grupos de trabajo o chats individuales, ¿sí?

Acá podemos ver también, un paralelismo entre diferentes tipos de herramientas, recuerden esto, lo importante no es aprender la herramienta en sí, sino el propósito que cumple la herramienta. Si el día de mañana, en cualquier organización en la que esté, voy a tener una base para poder relacionarme y desenvolverme efectivamente con cada uno de los software que me pidan utilizar.

Bien, eso es todo por el vídeo de hoy.

Vimos presencia online, vimos lo que es el uso práctico del CRM, espero que la información y los sistemas les sean de ayuda, es un honor estar dando clases con ustedes. Gracias por mirar este vídeo y nos vemos en el próximo.

Muchísimas gracias.