



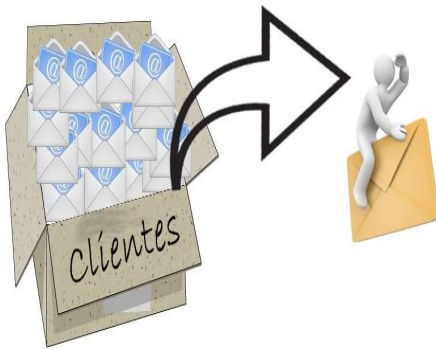
La gestión comercial en cualquier modelo de negocio empieza por mostrar el producto o servicio a través de cualquier forma de mercadeo/marketing y termina con la venta.

Este es un ejercicio de evangelización donde el evangelio son las bondades de un producto o servicio y la conversión es la venta. Aplicando el símil en este contexto, se trata de Convertir los prospectos en clientes.

Con la implementación de la plataforma CRM, tendrá el control total de todo el ciclo en la gestión comercial relacionando los agentes que intervienen en él: Vendedores, clientes, proveedores, procesos: cotizaciones, inventarios, factura.

Los módulos más destacados de esta plataforma son:

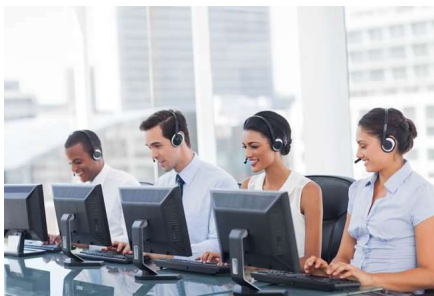
Mercadeo y Marketing con CRM



La aplicación práctica en CRM para la primera fase del ciclo comercial es congregar la mayor cantidad posible de prospectos calificados a través de todas las fuentes posibles:

✓ **Emailmarketing.**

Una de las mejores estrategias para crear y crecer una base de datos de prospectos para mercadeo es a través del email marketing. Sugerimos tener una herramienta profesional que le permita segmentar su nicho de mercado y gestionar autónomamente campañas de mercadeo. Le permite al Administrador programar y reservar las instalaciones.



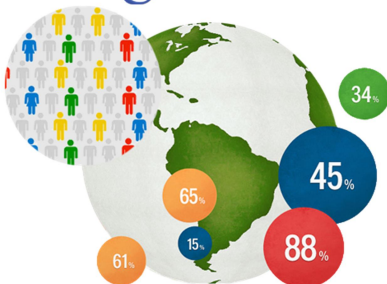
✓ **Telemercadeo:**

Esta estrategia de mercadeo se orienta a usar el teléfono para vender una parte o la totalidad de sus productos o servicios. Las ventas telefónicas y el tele mercadeo son un método extendido y eficiente no solamente para la primera fase del ciclo de mercadeo de CRM sino para los demás.

✓ **Publicidad SEM:**

El SEM (Search Engine Marketing o Marketing de Buscadores) es una estrategia de publicidad y marketing directo orientado a

Google AdWords



posicionar un producto, marca o empresa en los buscadores para que sean encontrados por sus potenciales clientes. También llamado enlace patrocinado o CPC (pago por click).

Filtro de prospectos con CRM



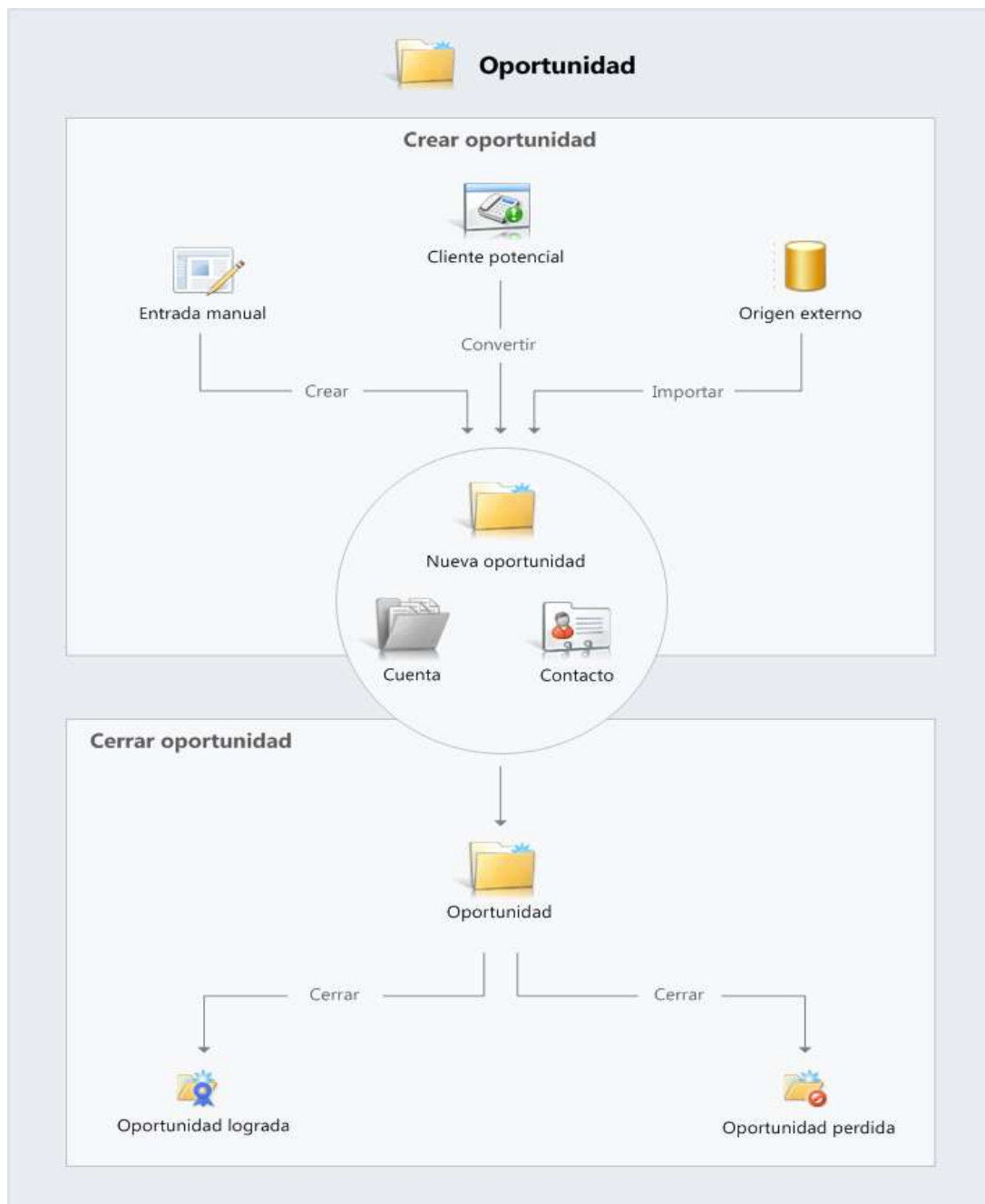
"Muchos son los llamados y pocos los escogidos"

Esto aplica para la estrategia de Marketing y es precisamente esta herramienta de **CRM** que le permite a las empresas filtrar desde el gran universo de prospectos para identificar los potenciales y concentrarse en ellos.

El éxito de este ejercicio continuo de mercadeo radica en:

- ✓ Hacer seguimiento: Una vez se tiene un número telefónico, email u otro medio, hay que hacer seguimiento a un primer contacto para evolucionar cada relación.
- ✓ Identificar bien el prospecto: No basta con tener el nombre y el teléfono, cuanto más datos se tengan de un prospecto, mejor se puede dirigir la estrategia de venta.
- ✓ Empatizar con el contacto: El ejecutivo de cuentas o asesor debe seducir, siempre.

De Prospecto a Oportunidad



Una oportunidad nace cuando un prospecto muestra interés en la oferta. A partir de ese primer acercamiento se debe definir muy bien la estrategia de conversión y para eso el CRM es la herramienta más eficaz.

El ejecutivo comercial a cargo debe gestionar todas las actividades que resulten necesarias, Además debe siempre tener claro una actividad o paso a seguir. Esta es en parte una de las eficacias del CRM.

- ✓ Tareas conjuntas
- ✓ Reuniones
- ✓ Llamadas
- ✓ Cotizaciones

El gerente de cuenta o superior debe conocer cuántas oportunidades son identificadas en cada una de las etapas de venta y tener una estrategia precisa para lograr la conversión. (Venta)

Seguimiento

El seguimiento es el tiempo que transcurre desde que el prospecto se identifica o se contacta y se genera la oportunidad hasta que se cierra, es decir hasta que se convierte el prospecto en cliente, o lo que es mejor decir hasta que se hace la primera venta.

Esta fase es la más importante en este ciclo de estrategia comercial. Deben haber dos personas involucradas: El agente vendedor encargado de la gestión y un supervisor o jefe, que no permita la distracción, el silencio, el olvido del siguiente paso.



La Conversión



La conversión es la culminación exitosa de una campaña de mercadeo. Termina la estrategia de mercadeo y le entrega la responsabilidad al gestor administrativo (Facturación).

El sistema guarda una bitácora con la historia progresiva de cada proceso de conversión.

Facturación por Computador

El módulo de Facturación permite emitir una factura legal, que puede ser entregada al cliente vía email en formato PDF.

Para el caso Colombiano, la DIAN facilita la norma emitiendo una resolución de facturación por computador a solicitud del empresario.

B2C GLOBAL E.U.
NIT: 830135759-2 Registro Común
Factura por Computador: Resolución DIAN 320001020000001 del 27-May-2013 desde 10114 hasta 20000.
Cra 9 113-52 Oficina 1901
Tel: (571) 4863315
Bogotá, Colombia
Esta Factura se asimila a la letra de cambio. C.de C. Art 774 Nral 6

| Código | Nombre del servicio | Cantidad | Precio | IVA | Total |
|--------|---------------------|----------|---------|---------------|---------|
| SER2 | Servidor Eléctrico | 1 | 800,000 | 128,128 (16%) | 928,928 |

Las ventajas de este sistema de facturación son enormes:

- ✓ Ahorro en papel, tiempo y dinero.
- ✓ Reduce el margen de error que hay en la creación de factura tradicional está integrado a los sistemas de control de inventarios, cartera.
- ✓ Fácil de integrar a cualquier sistema contable con plataforma de bases de datos SQL.
- ✓ Esta siempre a la vista, para ser consultado tanto por el cliente como por los colaboradores encargados de cartera y cobranzas.

Ahorro aproximado de los recursos administrativos usando facturación por computador:

- ✓ El costo de la emisión reimpresa de facturas en linotipo
- ✓ Dos horas de tráfico en promedio, para ir a entregar un papel (factura tradicional)
- ✓ La gasolina de la moto o carro
- ✓ El Costo del parqueadero, mientras radica la factura a la usanza antigua.

Más información acerca de este producto en:

<http://crm.b2cglobal.com/>

Emiliano Avendaño M.

Emiliano Avendaño M.

emiliano@b2cglobal.net

Gerente Comercial B2C GLOBAL

Celular: 300 2092785