



TEMA 5. CRM fidelización de usuarios y clientes

PROFESOR: Antonio Carrasco



*Módulo 1:
Customer Relationship
Management. El cliente
como foco.*

El cliente cómo foco en la organización



- Muchas empresas con una experiencia de negocio exitosa tienen claro la **importancia y el valor de los clientes.**

El cliente cómo foco en la organización



- Muchas empresas con una experiencia de negocio exitosa tienen claro la importancia y el valor de los clientes.
- *“El cliente siempre tiene la razón”* es una forma de expresar el **valor que tienen los clientes** dentro del marco de las actividades de la empresa.

El cliente cómo foco en la organización



- Muchas empresas con una experiencia de negocio exitosa tienen claro la importancia y el valor de los clientes.
- “*El cliente siempre tiene la razón*” es una forma de expresar el valor que tienen los clientes dentro del marco de las actividades de la empresa.
- Hay dos formas de empresas:

El cliente cómo foco en la organización



- Muchas empresas con una experiencia de negocio exitosa tienen claro la importancia y el valor de los clientes.
- *“El cliente siempre tiene la razón”* es una forma de expresar el valor que tienen los clientes dentro del marco de las actividades de la empresa.
- Hay dos formas de empresas:
 - Las que se comprometen activamente en lograr la **satisfacción de sus clientes** como elemento clave del éxito.

El cliente cómo foco en la organización



- Muchas empresas con una experiencia de negocio exitosa tienen claro la importancia y el valor de los clientes.
- *“El cliente siempre tiene la razón”* es una forma de expresar el valor que tienen los clientes dentro del marco de las actividades de la empresa.
- Hay dos formas de empresas:
 - Las que se comprometen activamente en lograr la satisfacción de sus clientes como elemento clave del éxito.
 - Las que se relacionan con los clientes solamente **dentro de los límites de sus reglas y políticas.**

Caracterización y ponderación de clientes



Target (clientes y objetivos)





Target (clientes y objetivos)



<p>Volumen de Clientes (participación en el mercado y adquisición de nuevos clientes)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● % Crecimiento de la Cuota de mercado <ul style="list-style-type: none"> ○ a nivel regional / comercial / zonal ○ a nivel de segmento de mercado ○ por tipo de clientela ● % Ingresos provenientes de nuevos segmentos de mercado objetivos ● % nuevos clientes / clientela total ● % ingresos de clientes nuevos ● % nuevos clientes via acción promocional ● % ingresos de nuevas zonas geográficas
---	---

Datos de relevancia y alineación con objetivos del negocio



- Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y **sirven como fuente de motivación** para todos los miembros de la misma.

Datos de relevancia y alineación con objetivos del negocio



- Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la misma.
 - Permiten **enfocar esfuerzos** hacia una misma dirección.

Datos de relevancia y alineación con objetivos del negocio



- Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la misma.
 - Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
 - Sirven de guía para la **formulación de estrategias**.

Datos de relevancia y alineación con objetivos del negocio



- Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la misma.
 - Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
 - Sirven de guía para la formulación de estrategias.
 - Sirven de guía para la **asignación de recursos**.

Datos de relevancia y alineación con objetivos del negocio



- Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la misma.
 - Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
 - Sirven de guía para la formulación de estrategias.
 - Sirven de guía para la asignación de recursos.
 - Sirven de base para la **realización de tareas o actividades.**

Datos de relevancia y alineación con objetivos del negocio



- Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la misma.
 - Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
 - Sirven de guía para la formulación de estrategias.
 - Sirven de guía para la asignación de recursos.
 - Sirven de base para la realización de tareas o actividades.
 - Permiten **evaluar resultados**, al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y, de ese modo, **medir la eficacia** o productividad de la empresa, de cada área, de cada grupo o de cada trabajador.

Datos de relevancia y alineación con objetivos del negocio



- Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la misma.
 - Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
 - Sirven de guía para la formulación de estrategias.
 - Sirven de guía para la asignación de recursos.
 - Sirven de base para la realización de tareas o actividades.
 - Permiten evaluar resultados, al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y, de ese modo, medir la eficacia o productividad de la empresa, de cada área, de cada grupo o de cada trabajador.
 - Generan **coordinación, organización y control**.

Datos de relevancia y alineación con objetivos del negocio



- Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la misma.
 - Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
 - Sirven de guía para la formulación de estrategias.
 - Sirven de guía para la asignación de recursos.
 - Sirven de base para la realización de tareas o actividades.
 - Permiten evaluar resultados, al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y, de ese modo, medir la eficacia o productividad de la empresa, de cada área, de cada grupo o de cada trabajador.
 - Generan coordinación, organización y control.
 - **Generan participación, compromiso y motivación; y, al alcanzarlos, generan un grado de satisfacción.**

Datos de relevancia y alineación con objetivos del negocio



- Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la misma.
 - Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
 - Sirven de guía para la formulación de estrategias.
 - Sirven de guía para la asignación de recursos.
 - Sirven de base para la realización de tareas o actividades.
 - Permiten evaluar resultados, al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y, de ese modo, medir la eficacia o productividad de la empresa, de cada área, de cada grupo o de cada trabajador.
 - Generan coordinación, organización y control.
 - Generan participación, compromiso y motivación; y, al alcanzarlos, generan un grado de satisfacción.
 - **Revelan prioridades.**

Datos de relevancia y alineación con objetivos del negocio



- Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la misma.
 - Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
 - Sirven de guía para la formulación de estrategias.
 - Sirven de guía para la asignación de recursos.
 - Sirven de base para la realización de tareas o actividades.
 - Permiten evaluar resultados, al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y, de ese modo, medir la eficacia o productividad de la empresa, de cada área, de cada grupo o de cada trabajador.
 - Generan coordinación, organización y control.
 - Generan participación, compromiso y motivación; y, al alcanzarlos, generan un grado de satisfacción.
 - Revelan prioridades.
 - Producen **sinergia** y disminuyen la incertidumbre.

CRM integrado en gestión ERP





*Módulo 2:
Herramientas y modelos de
uso*

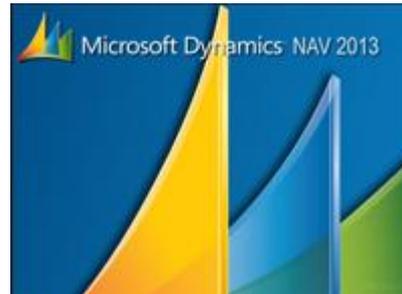
Herramientas de pago por uso versus On-site



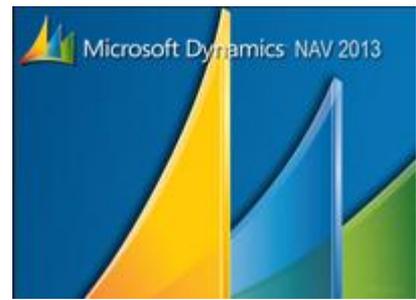
ERP. SAP, Navision, Corporativas



ERP. SAP, Navision, Corporativas



ERP. SAP, Navision, Corporativas



G-SET ERP



- GSET es un **sistema integral de gestión y administración empresarial** diseñado y desarrollado por la empresa SET i.c.i, para agilizar el trabajo de los clientes y solucionar sus necesidades de gestión y control en la empresa, tanto en **modo local** (red de área local de su oficina), **como remota** (a través de Internet).

G-SET ERP



- GSET es un sistema integral de gestión y administración empresarial diseñada y desarrollada por la empresa SET i.c.i, para agilizar el trabajo de nuestros clientes y solucionar sus necesidades de gestión y control de la empresa tanto en modo local (red de área local de su oficina) como remota (a través de Internet).
- Por esas características, se convierte en el **primer sistema integral de gestión empresarial (ERP) diseñado para la Web**, que además cuenta con capacidades y características de Gestión de relación con los Clientes (**CRM**) y gestión de la Calidad, **ISO 9001:2008**, gestión ambiental **ISO 14001:2004**.

G-SET ERP



- GSET es un sistema integral de gestión y administración empresarial diseñada y desarrollada por la empresa SET i.c.i, para agilizar el trabajo de nuestros clientes y solucionar sus necesidades de gestión y control de la empresa tanto en modo local (red de área local de su oficina) como remota (a través de Internet).
- Por esas características, se convierte en el primer sistema integral de gestión empresarial (ERP) diseñado para la Web, que además cuenta con capacidades y características de Gestión de relación con los Clientes (CRM) y gestión de la Calidad, ISO 9001:2008, gestión ambiental ISO 14001:2004.
- Por otro lado, SET Hotel es una **solución ERP y CRM integrada**, orientada a cubrir las necesidades de gestión y tratamiento de la información de las distintas áreas funcionales, tanto de los **hoteles/restaurantes** como de las **cadenas multinacionales**.



G-SET ERP

G-SET

Sistema integral de gestión y administración empresarial.



SET Informática, Comunicaciones e Ingeniería

G-SET ERP

G- SET

Sistema integral de gestión y administración empresarial.



SET Informática, Comunicaciones e Ingeniería

SET
*Hotel ******



G-SET ERP



- Por su **diseño multiplataforma**, se integra en la arquitectura existente, no precisa de mantenimiento ni instalación en los clientes y **ahorra en costosas implementaciones** de requerimientos y arquitecturas externas. Todo lo que necesita para su gestión, se encuentra en G-SET.

G-SET ERP



- Por su diseño multiplataforma, se integra en la arquitectura existente, no precisa de mantenimiento ni instalación en los clientes y ahorra en costosas implementaciones de requerimientos y arquitecturas externas. Todo lo que necesita para su gestión, se encuentra en G-SET.
- GSET, es una aplicación **ERP** (Enterprise Resource Planning) y **CRM** (Customer Relationship Management) basada en **servicios Web**, por lo que puede ser ejecutada en modo local y publicada en Internet sin cambios, ni en su ejecución ni en su configuración.

G-SET ERP



- Por su diseño multiplataforma, se integra en la arquitectura existente, no precisa de mantenimiento ni instalación en los clientes y ahorra en costosas implementaciones de requerimientos y arquitecturas externas. Todo lo que necesita para su gestión, se encuentra en G-SET.
- GSET, es una aplicación ERP (Enterprise Resource Planning) y CRM (Customer Relationship Management) basada en servicios Web, por lo que puede ser ejecutada en modo local y publicada en Internet sin cambios ni en su ejecución ni en su configuración.
- Se divide en **seis módulos** fundamentales totalmente integrados y útiles para la gestión de las empresas en **modo local** o **remoto** (Internet) de forma indistinta, que son:
 - **Gestión, facturación**
 - **Calidad y medio ambiente**
 - **Contabilidad**
 - **Montaje, producción y fabricación**
 - **Atención técnica**
 - **Sistema de comunicación y gestión de la información empresarial**

SugarCRM



CRM.VTiger



CRM.VTiger



Sistema de administración de venta, contactos y prospectos
confiable y seguro

CRM.VTiger

- Calendarios.
- Tareas.
- Llamadas.
- Eventos.
- Pre-Contactos.
- Cuentas.
- Contactos.
- Oportunidades.
- Productos.
- Documentos.
- e-Mail.
- Incidencias.
- Indicadores.
- Presupuestos.
- Pedidos.
- Albaranes.
- Facturas.
- Servicios.
- Recursos.
- Tarifas.
- Proveedores.
- Contratos de servicios.
- Hitos.
- Actividades.
- Proyectos.
- Faqs.
- Campañas de marketing.
- Informes.
- RSS.
- Administrador de correo.
- Integración Centralitas Voz IP
- Envío de SMS
- Chat interno.





Módulo 3: Integración con Redes Sociales

RR SS cómo elementos de escucha activa



- Las RR SS pueden ser un elemento fundamental para **alcanzar los objetivos establecidos**

RR SS cómo elementos de escucha activa



- Las RR SS pueden ser un elemento fundamental para alcanzar los objetivos establecidos
- Dentro de éstos, encontramos la “**escucha activa**” a través de la “**comunicación y retro alimentación**”.

RR SS cómo elementos de escucha activa



- Las RR SS pueden ser un elemento fundamental para alcanzar los objetivos establecidos
- Dentro de éstos, encontramos la “escucha activa” a través de la “comunicación y retro alimentación”.
- ¿Porqué es importante la *escucha activa*?

RR SS cómo elementos de escucha activa



- Las RR SS pueden ser un elemento fundamental para alcanzar los objetivos establecidos
- Dentro de éstos, encontramos la “escucha activa” a través de la “comunicación y retro alimentación”.
- ¿Porqué es importante la *escucha activa*?
 - **Entiende y comprende** mejor las verdaderas necesidades de nuestros clientes.

RR SS cómo elementos de escucha activa



- Las RR SS pueden ser un elemento fundamental para alcanzar los objetivos establecidos
- Dentro de éstos, encontramos la “escucha activa” a través de la “comunicación y retro alimentación”.
- ¿Porqué es importante la *escucha activa*?
 - Entiende y comprende mejor las verdaderas necesidades de nuestros clientes.
 - **Elimina los malos entendidos** entre cliente y empresa.

RR SS cómo elementos de escucha activa



- Las RR SS pueden ser un elemento fundamental para alcanzar los objetivos establecidos
- Dentro de éstos, encontramos la “escucha activa” a través de la “comunicación y retro alimentación”.
- ¿Porqué es importante la *escucha activa*?
 - Entiende y comprende mejor las verdaderas necesidades de nuestros clientes.
 - Elimina los malos entendidos entre cliente y empresa.
 - **Amplía la visión acorde a las estrategias y metas marcadas.**

RR SS cómo elementos de escucha activa



- Las RR SS pueden ser un elemento fundamental para alcanzar los objetivos establecidos
- Dentro de éstos, encontramos la “escucha activa” a través de la “comunicación y retro alimentación”.
- ¿Porqué es importante la *escucha activa*?
 - Entiende y comprende mejor las verdaderas necesidades de nuestros clientes.
 - Elimina los malos entendidos entre cliente y empresa.
 - Amplía la visión acorde a las estrategias y metas marcadas.
 - Es **empática** y fortalece la comunicación.

RR SS cómo elementos de escucha activa



- Las RR SS pueden ser un elemento fundamental para alcanzar los objetivos establecidos
- Dentro de éstos, encontramos la “escucha activa” a través de la “comunicación y retro alimentación”.
- ¿Porqué es importante la *escucha activa*?
 - Entiende y comprende mejor las verdaderas necesidades de nuestros clientes.
 - Elimina los malos entendidos entre cliente y empresa.
 - Amplía la visión acorde a las estrategias y metas marcadas.
 - Es empática y fortalece la comunicación.
 - **Genera confianza.**

RR SS cómo elementos de escucha activa



- Las RR SS pueden ser un elemento fundamental para alcanzar los objetivos establecidos
- Dentro de éstos, encontramos la “escucha activa” a través de la “comunicación y retro alimentación”.
- ¿Porqué es importante la *escucha activa*?
 - Entiende y comprende mejor las verdaderas necesidades de nuestros clientes.
 - Elimina los malos entendidos entre cliente y empresa.
 - Amplía la visión acorde a las estrategias y metas marcadas.
 - Es empática y fortalece la comunicación.
 - Genera confianza.
 - **Analiza y toma las mejores decisiones.**

RR SS cómo elementos de escucha activa



- Las RR SS pueden ser un elemento fundamental para alcanzar los objetivos establecidos
- Dentro de éstos, encontramos la “escucha activa” a través de la “comunicación y retro alimentación”.
- ¿Porqué es importante la *escucha activa*?
 - Entiende y comprende mejor las verdaderas necesidades de nuestros clientes.
 - Elimina los malos entendidos entre cliente y empresa.
 - Amplía la visión acorde a las estrategias y metas marcadas.
 - Es empática y fortalece la comunicación.
 - Genera confianza.
 - Analiza y toma las mejores decisiones.
 - Permite modificar, innovar, cambiar, mejorar, anticipar estrategias, problemas, servicios y productos.

Atención y Reserva



<http://www.socialpack.net/>

Servicio preventiva



- Tu presencia en las Redes Sociales es cada vez más **importante**.

Servicio preventiva



- Tu presencia en las Redes Sociales es cada vez más importante.
- Comunicarse y conocer a nuestro público objetivo, es **esencial en cualquier estrategia comercial.**

Servicio preventiva



- Tu presencia en las Redes Sociales es cada vez más importante.
- Comunicarse y conocer a nuestro público objetivo, es esencial en cualquier estrategia comercial.
- Como en el mundo offline, relacionarse con los posibles clientes es imprescindible, **Facebook, Twitter, LinkedIn, Google +, Pinterest,...**etc. son herramientas que permiten establecer lazos con los usuarios, relacionarse con ellos y a la larga, favorecer la venta.

Servicio preventa



Aumento de fans y followers

Community Management

Creación canales y perfiles

Estrategia Redes Sociales

Información. Concepto de utilidad



Servicio postventa



- Para las empresas, el servicio de postventa es fundamental por que **aporta mucho valor al cliente.**

Servicio postventa



- Para las empresas, el servicio de postventa es fundamental por que aporta mucho valor al cliente.
- Se trata de un elemento clave para su **satisfacción** y consecuente **fidelización**.

Servicio postventa



- Para las empresas, el servicio de postventa es fundamental por que aporta mucho valor al cliente.
- Se trata de un elemento clave para su satisfacción y consecuente fidelización .
- Los servicios de garantía, asesoría y capacitación post venta son un **compromiso adquirido** y tienen que ser realizados de forma impecable para mantener la buena imagen de la empresa.

Servicio postventa



- Para las empresas, el servicio de postventa es fundamental por que aporta mucho valor al cliente.
- Se trata de un elemento clave para su satisfacción y consecuente fidelización .
- Los servicios de garantía, asesoría y capacitación post venta son un compromiso adquirido y tienen que ser realizados de forma impecable para mantener la buena imagen de la empresa.
- Es importante saber **que piensan nuestros clientes** de nuestro servicio para poder mejorar.

Servicio postventa



- Para las empresas, el servicio de postventa es fundamental por que aporta mucho valor al cliente.
- Se trata de un elemento clave para su satisfacción y consecuente fidelización .
- Los servicios de garantía, asesoría y capacitación post venta son un compromiso adquirido y tienen que ser realizados de forma impecable para mantener la buena imagen de la empresa.
- Es importante saber que piensan nuestros clientes de nuestro servicio para poder mejorar.
- Las opiniones de los clientes sobre este aspecto en los medios digitales **afectan directamente la percepción y la decisión de compra** de otros clientes en escala exponencial.

Servicio postventa



- Para las empresas, el servicio de postventa es fundamental por que aporta mucho valor al cliente.
- Se trata de un elemento clave para su satisfacción y consecuente fidelización .
- Los servicios de garantía, asesoría y capacitación post venta son un compromiso adquirido y tienen que ser realizados de forma impecable para mantener la buena imagen de la empresa.
- Es importante saber que piensan nuestros clientes de nuestro servicio para poder mejorar.
- Las opiniones de los clientes sobre este aspecto en los medios digitales afectan directamente la percepción y la decisión de compra de otros clientes en escala exponencial.
- **Por ello, participar en redes sociales donde se encuentren nuestros clientes nos ayudara a saber si nuestro servicio es bueno, adecuado y oportuno, puesto que en muchos casos nuestros clientes se quejan a través de redes sociales y foros en vez de quejarse directamente con la empresa.**

Servicio postventa



Gamificación



- **Gamificación** es el empleo de **mecánicas de juego** en entornos y aplicaciones **no lúdicas** con el fin de potenciar la motivación, la concentración, el esfuerzo, la fidelización y otros **valores positivos** comunes a todos los juegos. Se trata de una nueva y poderosa estrategia para influir y motivar a grupos de personas.

Gamificación



- **Gamificación** es el empleo de mecánicas de juego en entornos y aplicaciones no lúdicas con el fin de potenciar la motivación, la concentración, el esfuerzo, la fidelización y otros valores positivos comunes a todos los juegos. Se trata de una nueva y poderosa estrategia para influir y motivar a grupos de personas.
- Actualmente el mundo de los negocios se ha dado cuenta de las posibilidades de la gamificación. Esta disciplina se ha convertido en una de las tendencias de marketing más atractivas del momento. Las empresas pueden utilizar **técnicas de gamificación para atraer la atención del usuario y generar participación**, consiguiendo incluso crear una vinculación emocional con la marca.

Gamificación



- **Gamificación** es el empleo de mecánicas de juego en entornos y aplicaciones no lúdicas con el fin de potenciar la motivación, la concentración, el esfuerzo, la fidelización y otros valores positivos comunes a todos los juegos. Se trata de una nueva y poderosa estrategia para influir y motivar a grupos de personas.
- Actualmente el mundo de los negocios se ha dado cuenta de las posibilidades de la gamificación. Esta disciplina se ha convertido en una de las tendencias de marketing más atractivas del momento. Las empresas pueden utilizar técnicas de gamificación para atraer la atención del usuario y generar participación, consiguiendo incluso crear una vinculación emocional con la marca.
- La gamificación puede ser una herramienta excelente para **destacar sobre la competencia** en Internet. Todas las empresas ya están en las redes sociales: ahora tendrán que tener ideas para destacar por encima del resto.

Gamificación



- **Gamificación** es el empleo de mecánicas de juego en entornos y aplicaciones no lúdicas con el fin de potenciar la motivación, la concentración, el esfuerzo, la fidelización y otros valores positivos comunes a todos los juegos. Se trata de una nueva y poderosa estrategia para influir y motivar a grupos de personas.
- Actualmente el mundo de los negocios se ha dado cuenta de las posibilidades de la gamificación. Esta disciplina se ha convertido en una de las tendencias de marketing más atractivas del momento. Las empresas pueden utilizar técnicas de gamificación para atraer la atención del usuario y generar participación, consiguiendo incluso crear una vinculación emocional con la marca.
- La gamificación puede ser una herramienta excelente para destacar sobre la competencia en Internet. Todas las empresas ya están en las redes sociales: ahora tendrán que tener ideas para destacar por encima del resto.
- La gamificación puede ser un buen recurso para tener una **presencia más atractiva.**

Gamificación



Gamificación



Conseguir que un negocio sea más atractivo a través de los juegos usando las RR SS.

Gamificación



- <https://itunes.apple.com/es/artist/worldnet21-s.l./id388396180>
- <https://play.google.com/store/search?q=verne21&c=apps>



*Módulo 4:
Identificación unívoca del
cliente.*

Más allá de la caracterización, gustos, actitudes, necesidades y sensibilidad



Identificar a cada uno de nuestros clientes para fidelizarlos.

Más allá de la caracterización, gustos, actitudes, necesidades y sensibilidad



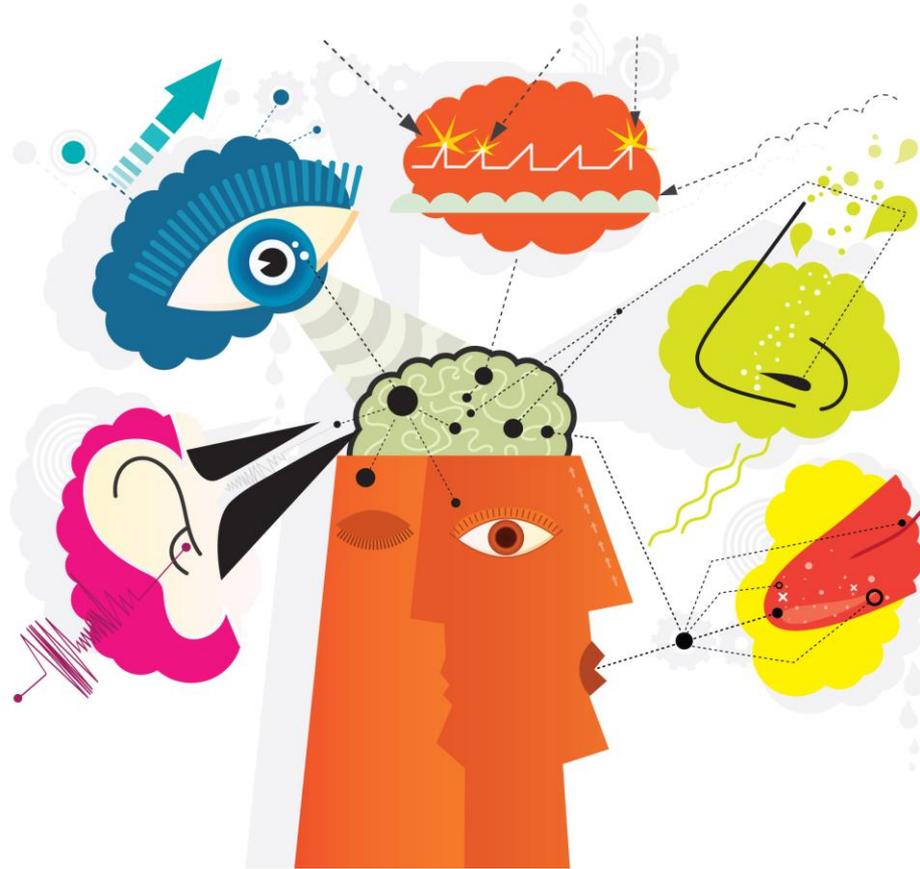
Identificar a cada uno de nuestros clientes para fidelizarlos.

Más allá de la caracterización, gustos, actitudes, necesidades y sensibilidad



Los sentidos generan sentimientos y necesidades.

Más allá de la caracterización, gustos, actitudes, necesidades y sensibilidad



Los sentidos generan sentimientos y necesidades.

Más allá de la caracterización, gustos, actitudes, necesidades y sensibilidad



Identificando a nuestros clientes, éxito seguro.

Más allá de la caracterización, gustos, actitudes, necesidades y sensibilidad



Identificando a nuestros clientes, éxito seguro.

Patrones de consumo. Usos y costumbres.



Los tiempos cambian, comportamientos que antes eran socialmente admitidos, hoy no lo son.

Patrones de consumo. Usos y costumbres.



Los tiempos cambian, comportamientos que antes eran socialmente admitidos, hoy no lo son.

Patrones de consumo. Usos y costumbres.



Debemos identificar las costumbres actuales y los usos más extendidos de nuestros clientes.

Patrones de consumo. Usos y costumbres.



Debemos identificar las costumbres actuales y los usos más extendidos de nuestros clientes.

Patrones de consumo. Usos y costumbres.



Tendremos las claves para rentabilizar nuestro negocio.

Patrones de consumo. Usos y costumbres.



Tendremos las claves para rentabilizar nuestro negocio.

Identificación de la oportunidad



Hay que discernir y ver claramente la oportunidad de negocio.

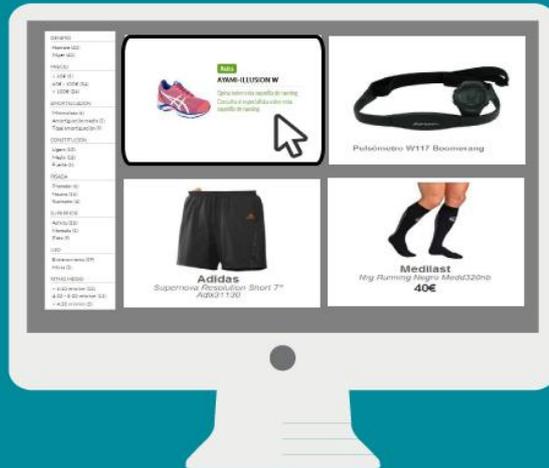
Identificación de la oportunidad



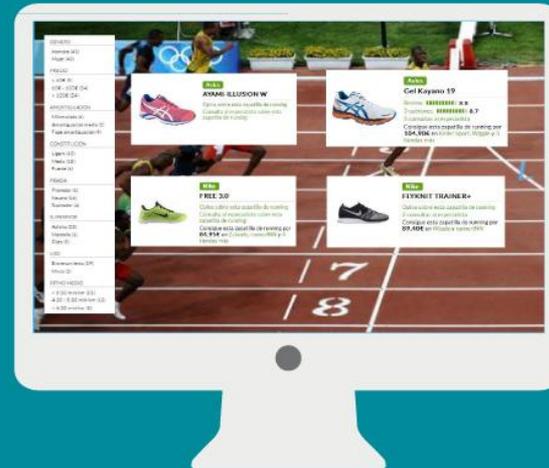
Hay que discernir y ver claramente la oportunidad de negocio.

Personalización de la información

PERSONALIZACIÓN WEB PARA ECOMMERCE



Usuario nuevo



Usuario recurrente

Cada cliente es distinto y lo es en cada momento.



Prácticas: CRM Vtiger

Prácticas: CRM Vtiger



<http://ac-soluciones.es/demostraciones>

Gracias, estamos para ayudarte



Antonio Carrasco

657-266 725

acarrasco@ac-soluciones.es

www.ac-soluciones.es