



SFA

SISTEMAS DE AUTOMATIZACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS

Empresa Digitala

2004-04-15

Ficha: 5.9

DESCRIPCIÓN

A través de herramientas específicas, los sistemas de para Automatizar la Gestión de la Fuerza de Ventas permiten gestionar todos los aspectos relacionados con el cliente y el ciclo de vida de la venta.

Ante todo, es una estrategia y una forma de operar (materializada en un software), cuyo objetivo es mejorar y extender las relaciones con el cliente. Se trata de generar nuevas oportunidades de negocio mediante la optimización, personalización y diferenciación de dicha relación con el cliente.

La implementación afecta sobre todo a los puntos de contacto con el cliente dentro de la empresa en las áreas de ventas, marketing, servicios de atención al cliente, gestión de los pedidos, distribución y consignación.

ÁMBITO

Hasta hace poco, las empresas se habían centrado en ofrecer un producto de calidad y económico, en la Nueva Economía la situación ha cambiado, y lo que se busca es ofrecer un producto que cubra las necesidades del cliente.

La primera pregunta que nos podríamos hacer es, ¿Por qué mejorar la atención al cliente?. Una buena respuesta sería, porque la competencia lo está haciendo, y clientes que gana la competencia son clientes que nosotros perdemos. Además, otras razones podrían ser el diferenciar nuestros productos del resto del mercado o el incrementar las ventas.

SOLUCIÓN

La empresa debe conocer quiénes son sus clientes, quiénes entre ellos son los más rentables, cómo se comportan y por qué, qué necesitan, qué desean, cómo y cuándo. La solución aporta las siguientes funcionalidades:

- Automatización de las Ventas: Proporciona acceso a la información crítica de clientes y las herramientas para mejorar la habilidad de vender (administración de contactos, funciones de calendario, herramientas de producción, modelos de configuración).
- Marketing: Proporciona a los departamentos de marketing las herramientas para administrar campañas, generar iniciativas, y datamining.
- Servicio al Cliente y Soporte: Permite manejar las preguntas, los problemas o asuntos de los clientes de forma efectiva y eficiente.
- Administración Canal / Manejo de Relación con Socios: Permiten a las compañías distribuir iniciativas y administrar promociones por fuera del equipo de ventas de la empresa.

BENEFICIOS/IMPLICACIONES

La solución persigue un propósito final, incrementar los beneficios de la empresa a través de una mejor relación con el cliente, basada en un mayor conocimiento.

- Mejora la eficiencia de los procesos de relación con los clientes de la empresa, tanto los ya existentes como aquellos susceptibles de serlo en el futuro (clientes potenciales).
- Incremento del conocimiento disponible en la empresa sobre sus clientes y, por tanto, del grado de diferenciación e individualización entre distintos clientes.
- La reducción de los costes asociados a las campañas de venta y marketing. El conocimiento adquirido del cliente permite a la empresa personalizar sus campañas.
- Mejor adecuación de las ofertas y servicios a las necesidades o deseos del cliente.

