

BASSHER[®] CRM una solución integral para medianas y grandes empresas, que busca incrementar sus ventas, entregar un mejor servicio al cliente y tomar mejores decisiones en base al manejo de información con valor. Por sus características este sistema puede ser extensivamente utilizado para procesos de ventas, atención a usuarios, cuidado de clientes, seguimiento de clientes o como gestión de campañas.

El uso del **Bassher[®] CRM** contribuye de gran manera a proporcionar un mejor servicio al cliente e incrementar su capacidad para manejar solicitudes, monitorear peticiones de servicio, administrar a sus clientes desde el contacto inicial hasta completar su atención.

Gestión de Información de Clientes

Actualización y Consulta de información del cliente, calificaciones, observaciones o tips de venta, agendas, oportunidades, sucursales, contactos, pedidos, facturación, tickets de servicio, referidos, llamadas de entrada y de salida (Módulo de Call Center).

Gestión de Oportunidades

El vendedor podrá almacenar en el sistema la oportunidad de venta identificada, capturar la información como nombre del cliente, tipo de cliente, datos de contacto, nombre de la oportunidad, fecha de registro de la oportunidad, producto, tipo de producto, importe de la venta, probabilidad de cierre.

Gestión de Compromisos

El vendedor podrá almacenar en el sistema los compromisos adquiridos con el cliente especificando una fecha objetivo, de esta forma el sistema le avisará al vendedor a través de un tablero de control la fecha en la que se deberá cumplir con el objetivo y de esta forma evitar perder clientes por incumplimiento de compromisos olvidados.

Gestión de Ventas

La solución tiene la capacidad de cambiar el estatus de una oportunidad para convertirla en una venta y registrar la información apropiada tal como porcentaje de comisión de la venta, precio, costo de operación, estatus, comisiones pagadas, entre otras.

Gestión de Campañas de Venta

Generación de campañas donde puede activarlas o desactivarlas según sea el caso, indicar su tipo, su tasa de conversión esperada, número de ejecutivos que participaran, costos relacionados, fechas de inicio y de cierre, scripts de ventas, etc.

Gestión de Agenda de Ejecutivos

El ejecutivo podrá realizar la calendarización de actividades de clientes o actividades administrativas. El sistema de marcación verifica antes de tomar otro registro de cliente que no tenga alguna agenda pendiente, de otra manera la tomara como anticipación antes de solicitar un nuevo registro.

Gestión de Calificación de Clientes y Oportunidades

El sistema tiene la capacidad de enviar correos electrónicos al Gerente o Supervisor de ventas para conocer el alcance de las metas de ventas de los vendedores. Asimismo esta herramienta puede servir para que el Gerente pueda enviar comunicados a sus representantes de ventas.

Gestión de Observaciones y Tips de Venta

El ejecutivo podrá capturar observaciones o tips de venta que le ayudarán a poder conseguir la venta de una manera más pronta por el conocimiento del cliente.

Gestión de Solicitudes e Incidencias de Clientes (Mesa de Ayuda)

Generación de órdenes de servicio y asignación a responsables para su seguimiento y cierre.

Reportes

El sistema tiene la capacidad de generar distintos tipos de reportes como son algunos de los siguientes: - Gráficas y reportes de desempeño - Ventas por vendedor, por producto, por cliente, por tipo de producto - Análisis de ventas por sector, por producto, por canal, precio.

Exportación a Excel

La solución tiene la capacidad de exportar a Excel los reportes generados para una mejor interacción y manipulación de los datos.

Administración de catálogos y seguridad de acceso a la información

La solución es capaz de mantener la seguridad de la información asignándole roles y diferentes permisos para cada tipo de usuario con la finalidad de que solo el personal autorizado pueda ejecutar o autorizar solicitudes. A su vez tiene un módulo de administración para alimentar los catálogos a través de la misma interface Web.

BENEFICIOS:

- Conocimiento global del cliente.
- Determinación de la eficiencia de las campañas.
- Control sobre el rendimiento de la red de ventas así como de las causas del rendimiento positivo o negativo de la misma.
- Disminución de costos de la fijación y revisión de objetivos en el área de ventas.
- Control de los vendedores.
- Control sobre el pedido que toman sus vendedores ya que pueden introducir cómodamente los pedidos al sistema informático.
- Determinación clientes más y menos rentables.
- Gestión de incidencias y servicio postventa se realicen con la suficiente eficiencia, lo que redundará en la calidad del servicio post-venta, ayudando en la construcción de la lealtad de los clientes.
- Tener una adecuada gestión de los seguimientos comerciales, asignando determinadas acciones de seguimiento automáticamente y así simplificando el proceso de seguimiento.
- Asignar a cada oportunidad de negocio, el vendedor más apropiado en cada caso en función de diferentes parámetros.
- Saber la eficiencia y eficacia de las ventas por vendedores, zonas y productos.
- Cualquier usuario del sistema (desde el vendedor al director general, pasando por el director comercial o el de marketing), puede entrar desde cualquier sitio y a cualquier hora, para consultar cualquier aspecto sobre los clientes.
- Planificar distintas acciones para que sean insertadas directamente en las agendas de los vendedores, como por ejemplo las primeras visitas tras una nueva oportunidad o enviarle una evaluación de satisfacción del cliente tras haber pasado un mes de su compra.