

Enfoka-Trends julio 2021: Ventajas y desventajas de disponer de un CRM en retail

Un software CRM (Customer Relationship Management) es una solución informática que permite organizar la estrategia comercial de las empresas y sus relaciones con clientes actuales y potenciales. El CRM es un programa pensado para negocios de cualquier tamaño que quieran potenciar las ventas y fidelizar a sus clientes.

Según el informe “Los retos del retail en 2021: Oportunidades para hacer realidad una nueva visión para el sector”, elaborado por Esade Creapolis, el 74% de las empresas ha incorporado tecnología de digitalización de las tiendas físicas recientemente y solo el 8% de retailers afirma que no incorporará tecnología para mejorar la experiencia o la necesidad de mejorar la visión del cliente. Una de las tendencias más importantes es el auge de las plataformas digitales, el 62% de los retailers manifiesta utilizar plataformas CRM para integrar y utilizar los datos del consumidor.

El origen de los programas CRM surge de una estrategia empresarial cliente-céntrica, en la que se sitúa al cliente en el centro de la organización para aumentar las ventas, no solo en el producto. Las principales funciones de un software CRM son:

- Gestionar el proceso de ventas en cada una de sus fases.
- Administrar la facturación de forma sencilla.
- Gestionar y segmentar las bases de datos de los clientes de manera eficiente.
- Permitir identificar y contactar con tus mejores clientes.
- Gestionar campañas de marketing, diferenciando entre leads de calidad y aquellos que no lo son.
- Analizar las campañas de marketing realizadas para facilitar la toma de decisiones.
- Conocer las preferencias y necesidades de los clientes a la perfección.
- Gestionar todo tipo de consultas y preguntas de los clientes con mayor rapidez.
- Hacer más eficiente todo el proceso de ventas y realizar un seguimiento de todo el ciclo.
- Desarrollar una relación más fluida con sus clientes, con el objetivo de incrementar su fidelización.

Tener un sistema CRM en el comercio minorista es beneficioso de por sí, pero si además se integra con aplicaciones de terceros se obtendrán importantes ventajas adicionales. Es habitual que las empresas utilicen distintas aplicaciones y sistemas de software para gestionar su negocio. Supongamos que su empresa utiliza un sistema CRM, un software de contabilidad y un cliente de correo electrónico. La integración y el análisis de datos entre las tres plataformas independientes probablemente será farragosa pero si integra su CRM con aplicaciones de terceros, tendrá información consolidada y eso simplemente facilitará el trabajo.

Tanto si tiene un comercio físico como online, debe conocer los intereses y hábitos de compra de sus clientes para poder enviarles promociones que les sean relevantes. Los datos almacenados por un CRM brindan importante información sobre los intereses de sus clientes que le ayudará a diseñar ofertas personalizadas con un elevado grado de conversión en ventas.

Grandes empresas de distribución han generado herramientas como es el caso de “Carrefour Links”, una plataforma diseñada para ayudar a sus socios industriales, proveedores, minoristas y agencias a conocer más sobre las expectativas de los consumidores. Para su desarrollo cuenta con tres grandes socios tecnológicos: Google (para su nube), Criteo (publicidad) y LiveRamp (conectividad de datos), con los que el grupo ya ha realizado alianzas. Los minoristas deberán ahora unificar sus servicios con Carrefour Links y utilizar herramientas como la plataforma de marketing relacional, Carrefour CRM, un servicio de búsqueda y visualización o la consola de análisis de compradores. Esta permite detectar una tendencia de ventas muy temprano, determinar un tipo de clientela que se acerca o se aleja de una categoría de producto, o incluso anticipar una escasez de stock en un producto.



Foto de [Campaign creators](#) en [Unsplash](#)

Enfoka-Trends julio 2021: Ventajas y desventajas de disponer de un CRM en retail

Entonces, ¿vale la pena invertir en un CRM, es realmente necesario en mi negocio? Veamos todo lo que involucra utilizar un CRM en una empresa, incluyendo sus ventajas y desventajas. Estos son algunos de los beneficios que un CRM le brindará:

a) Permite tener una Visión 360 grados del mercado: permite transformar todos esos datos de los clientes en información muy valiosa para el desarrollo del negocio. Para las empresas que llevan el registro de sus datos en Excel u otros programas similares, probablemente algunos campos que registren en el CRM les parecerá más un historial de actividades, pero se convertirá en una mina de oro. Lo que hace un CRM es presentar todos los datos de la manera en la que los necesita. A través de esta herramienta podrá organizarlos y convertirlos en informes, gráficos y reportes de gran utilidad para su negocio.

b) Automatiza procesos y ¡Ahorra tiempo y dinero!: Lo primero que agradecen todas las empresas que introducen un sistema de CRM es el hecho de poder delegar actividades manuales que ahora pueden hacerse de forma automática tales como:

- Creación de informes y segmentación de tus contactos tanto como lo desees.
- Investigar a cada cliente para identificar patrones comunes de compra.
- Descubrir qué producto está adaptado a cada cliente.
- Actualizar a cada cliente con el estado de su pedido.

c) Mejora la relación con los clientes: estos escogerán aquellos negocios en donde se sientan más valorados y especiales. Todos los beneficios de un CRM están orientados finalmente a mejorar la experiencia de su cliente con su comercio. Contando con datos centralizados y organizados, puede personalizar sus propuestas a los clientes, responder a tiempo sus inquietudes y ofrecerles la máxima calidad en cuanto a servicio.

d) Campañas de marketing segmentadas y personalizadas: Al introducir la información como registro podemos estudiar y analizar los datos de compra y venta segmentados para poder especializar aún más las promociones y la comunicación dirigida al cliente.

e) Análítica de resultados: un CRM permite tener acceso inmediato a estadísticas, campañas, resultados y status del comportamiento de los clientes y analizar como los giros y cambios en las estrategias comerciales inciden en su comportamiento y ventas.

Y nos preguntaremos, ¿Cómo una herramienta con tantos beneficios puede tener algunos puntos débiles? Pues todo depende de cada tipo de empresa y de la situación actual en la que se encuentre. Como algunos ejemplos, podemos mencionar:

a) Formación: Como cualquier programa, el CRM también requiere un periodo de aprendizaje para conocer cómo funciona y cómo usarlo. Por lo que el tiempo que necesitemos para formarnos y aprender a utilizarlo puede convertirse en un hándicap.

b) Cumplir con el reglamento general de protección de datos (RGPD): un CRM cuenta con muchos datos personales de los clientes, por lo que hay que ser cautelosos y velar por ellos. Además, el usuario siempre nos deberá dar su consentimiento y en todas nuestras comunicaciones debemos dar la opción a los usuarios a darse de baja en acciones de marketing online (newsletters, por ejemplo).

c) Costes del software y equipo técnico: En muchas ocasiones los planes de precio de algunos CRM se convierten en barreras. Si su comercio no puede destinar ese presupuesto, intente probar algunos gratuitos.

d) Puede no adaptarse a todos los negocios: Tenga en cuenta que un sistema CRM sirve para mejorar las relaciones con un cliente cuando se da una interacción entre la empresa y el cliente, por lo que a grandes empresas como McDonald's, por ejemplo, tampoco le beneficia tanto contar con un CRM ya que las comunicaciones que hace están dirigidas a un público amplio y sin divisiones, no a segmentos concretos. Por lo que, antes de implementarlo en su negocio, revise sus objetivos y pregúntese si es ventajoso para el negocio.



Foto de [Campaign creators](#) en [Unsplash](#)

BIBLIOGRAFÍA

- María Refojos (El periodico, 2020). El retail ya piensa en el 2021: ¿cuáles son los desafíos más urgentes?. Recuperado el 30 de julio de 2021 de <https://www.elperiodico.com/es/activos/empresas/20201118/retail-comercio-desafios-urgentes-8209155>
- Softdoit (2021). Software CRM: herramientas y ventajas para mejorar tus ventas y gestión de clientes. Recuperado el 30 de julio de 2021 de <https://www.softwaredoit.es/software-crm/index.html?>
- Sabqat Ruba (Vtiger, 2021). 7 usos de un CRM en retail. Recuperado el 30 de julio de 2021 de <https://www.vtiger.com/es/blog/7-uses-of-a-crm-in-retail/>
- Clevertouch Technologies (2021). CRM para el sector retail. Recuperado el 30 de julio de 2021 de <https://www.clevertouch.com/es/digital-transformation-in-2021>
- Freshworks(2021). CRM para el sector retail. Recuperado el 30 de julio de 2021 de <https://www.freshworks.com/es/freshsales-crm/crm-sector-retail>
- Foodretail (2021) Carrrefour lanza Links, su plataforma de retail omnicanal. Recuperado el 30 de julio de 2021 de https://www.foodretail.es/retailers/Carrrefour-Links-plataforma-retail-omnicanal_0_1556844347.html
- DataCRM (2019). Beneficios, Ventajas y Desventajas de un CRM. Recuperado el 30 de julio de 2021 de <https://www.datacrm.com/blog/crm-beneficios-ventajas-desventajas>
- Oscar Moreno (Instasent, 2020). 10 ventajas y 5 desventajas de un CRM. Recuperado el 30 de julio de 2021 de <https://www.instasent.com/blog/10-ventajas-y-5-desventajas-de-un-crm>
- SumaCRM (2020). Los 8 Beneficios de un CRM en una empresa. Recuperado el 30 de julio de 2021 de <https://www.sumacrm.com/soporte/ventajas-y-beneficios>
- Sistel(2020). Los 10 beneficios de un CRM. Recuperado el 30 de julio de 2021 de <https://www.sistel.es/los-10-beneficios-un-crm>
- Carolina Samsing (Hubspot, 2020). Infografía: 10 ventajas de utilizar un CRM Recuperado el 30 de julio de 2021 de <https://blog.hubspot.es/sales/las-10-ventajas-de-utilizar-un-crm>

INFORMACIÓN RELACIONADA

- Presentación del Informe "Los Retos en Retail 2021": <https://www.youtube.com/watch?v=liD8V1xlqCU>