

Fact Sheet



El cliente en el centro de la organización, la mejor solución de gestión de clientes

Una correcta gestión de clientes (Customer Management, CM) requiere que las empresas se orienten al cliente y establezcan relaciones personalizadas con ellos, tanto a nivel individual como por segmentos. Una compañía centrada en el cliente es aquella que focaliza su estrategia y centraliza todas sus operaciones en éste con la finalidad de cumplir todas sus expectativas y construir relaciones a largo plazo. La receta del éxito para maximizar y asegurarse beneficios consiste en encontrar un equilibrio entre la inversión de la compañía y la satisfacción del cliente.

Las últimas tendencias en soluciones de CRM y Business Intelligence (BI), ofrecen multitud de posibilidades para analizar los datos recibidos de clientes generados a través de todos los canales comerciales. Un buen análisis de esta información genera un gran conocimiento de las preferencias y gustos de los clientes. Únicamente las compañías que se esfuerzan en disponer de este nivel de conocimiento de sus clientes son capaces de ofrecer a cada uno de ellos el producto o servicio que necesita, incrementando así su facturación y el nivel de satisfacción de sus clientes. Además, en los mejores casos, pueden empezar a predecir y planificar el comportamiento futuro de sus clientes, evitando perderlos e incrementando la efectividad de las acciones de marketing.

Customer Management relaciona CRM y BI y tiene en cuenta -basándose en datos del cliente- todos los procesos que van desde las bases de datos hasta el reporting, elementos de business intelligence e interacción con el cliente. Todos bajo una estrategia centrada en el cliente. La aplicación de estos procesos es fundamental e imprescindible, pero el reto real es

conseguir un mayor rendimiento de estas inversiones. Precisamente esta es la especialidad y punto fuerte de GFT, un servicio que implementa a nivel mundial con gran éxito.

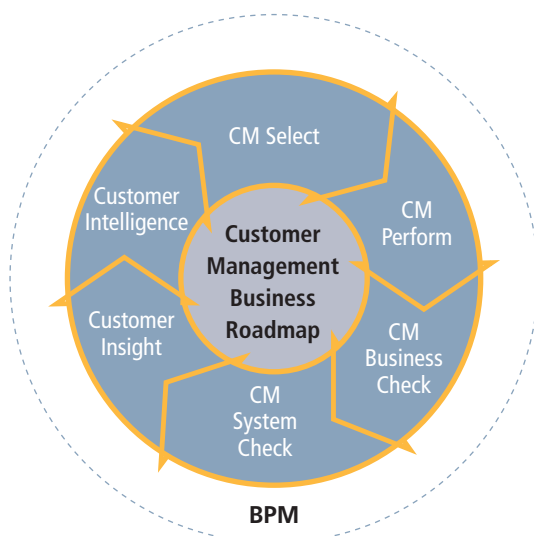
Los beneficios de Customer Management

Podemos ayudarle a definir estrategias sólidas y eficientes de gestión de clientes y, además, convertirlas en sistemas de TI seguros basados en reglas de negocio totalmente configurables y versátiles. Las soluciones de Customer Management permiten a las organizaciones:

- Focalizarse en el cliente adecuado, con el producto y servicio apropiados, en el momento oportuno y a través del canal correcto.
- Aumentar el grado de fidelización de sus clientes y minimizar la pérdida de los mismos.
- Aumentar la eficacia de las campañas de ventas cruzadas.
- Incrementar la eficacia y eficiencia de las acciones comerciales.
- Conseguir valor de cada interacción con clientes a través de cualquier canal
- Generar ingresos al ayudar a las empresas a prestar ofertas únicas y personalizadas a cada cliente.
- Reduce el tiempo de salida al mercado, por ejemplo, implementando con rapidez nuevos requerimientos de negocio.
- Reducción del coste de las operaciones de back-office.

Metodología de gestión de clientes de GFT

Gracias a sus más de 20 años de experiencia en la integración de proyectos de CRM y BI, GFT ha desarrollado una metodología propia basada en la gestión integral del cliente. La metodología GFT le proporciona el soporte necesario en cada fase de la cadena de valor de la gestión de clientes, desde el análisis de los datos originales a la implantación de la estrategia, pasando por la preparación de las especificaciones, la selección de soluciones y herramientas, y la implantación de los procesos de backend para llegar, por último, a la operatividad real.



El **Customer Management Business Roadmap**, que consiste en definir la hoja de ruta para la gestión de clientes dentro de su organización, es la fase inicial, y la más importante de esta metodología. Aquí se definen los objetivos y el plan de trabajo a largo plazo, además de las áreas de negocio en donde los cambios tendrán un impacto inmediato. La clave para el éxito de esta fase consiste en priorizar correctamente los procesos y requerimientos funcionales de las áreas de negocio identificadas previamente.

La fase de **Customer Management Select** se basa en la selección de las herramientas de TI adecuadas que cumplan las necesidades identificadas anteriormente.

La fase de **Customer Management Perform** se

utiliza para asociar la solución CM Business Roadmap recomendada a las necesidades técnicas y funcionales de la empresa.

La fase de **Customer Management Business Check** ayuda a optimizar la hoja de ruta de los procesos de gestión del cliente de su empresa.

Nuestra fase de **Customer Management System Check** analiza la compatibilidad de procesos específicos de la empresa y los sistemas de CRM existentes.

La fase de **Customer Insight** profundiza en la comprensión de la empresa sobre los patrones de comportamiento de los clientes. Requiere un análisis exhaustivo de los procesos específicos del negocio, las interfaces técnicas, las bases de datos, los sistemas de creación de informes y las soluciones de Business Intelligence (BI).

La fase de **Customer Intelligence** redefine de forma eficaz la inteligencia de la empresa. Además de permitir la comunicación de los valores de la compañía y los cambios estratégicos con uniformidad en todos los canales, permite a las empresas gestionar procesos de forma centralizada y rápida ofreciendo nuevos servicios y paquetes de productos. El análisis en tiempo real de datos permite perfilar los procesos de toma de decisiones prácticamente de forma automática.

¿Por qué GFT?

GFT se beneficia de su asociación con diversos proveedores tecnológicos de relevancia internacional para asumir la implantación técnica de sus soluciones de gestión de clientes. Algunos de estos proveedores de primer nivel son Oracle, SAS, Informatica y Microsoft Dynamics.

Los expertos en gestión de clientes de GFT cuentan con una amplia experiencia en la implantación de sistemas eficientes de CRM y de Business Intelligence. Su especialización abarca desde temas de negocios hasta el desarrollo a medida y la integración técnica de soluciones de gestión de clientes. Siempre según estándares reconocidos a nivel internacional, como CMMI.