



Proceso Comercial CRM

1. Objeto

Definir el proceso detallado de las acciones necesarias para llevar a cabo la gestión de CRM desde la carga inicial hasta el acuerdo generado.

2. Definiciones

CRM: proceso utilizado por las empresas para administrar y analizar las interacciones con clientes, anticipar necesidades y deseos, optimizar la rentabilidad, aumentar las ventas y personalizar campañas de captación de nuevos clientes.

Procesos: conjunto de actividades mutuamente relacionadas que transforman elementos de entrada en resultados.

Procedimiento: escrito que proporciona información detallada sobre como efectuar las actividades y los procesos de una manera coherente.

Elaboró: nombre y cargo de la persona que redacta el Manual, Procedimiento o Instructivo.

Aprobó; nombre y cargo de la persona responsable de aprobar los documentos elaborados y/o modificados. Debe verificar que se cumplan con las políticas de la institución.

3. Responsables

El Comercial es el responsable de la elaboración, revisión e implantación de este documento.

4. Desarrollo

4.1. Carga Inicial

Consiste en hallar una potencial oportunidad y decidir si el proceso comercial se presenta como una oportunidad o como prospecto.

4.2. Etapas

Etapas

En caso de ser un prospecto, contactar al cliente. Definir si este prospecto puede convertirse en una oportunidad.

Etapas

Se le solicita al cliente los planos correspondientes para realizar el proyecto. Por último, se define una fecha de próxima acción (Etapas 02).

Etapas

Se reciben los planos solicitados al cliente. Por último, se define una fecha de próxima acción (Etapas 03).

Etapas

Una vez recibido el plano se realiza una primera consulta al cliente sobre el producto que requerirá (línea, material, color, diseño). A partir de esto se genera la Check List. Por último, se define una fecha de próxima acción (Etapas 04).

Etapas

Consiste en unificar información obtenida en las etapas 02 y 03. Con esta información, se genera el proyecto a realizar y se propone un presupuesto para dicho proyecto. Por último, se define una fecha de próxima acción (Etapas 05).

Etapas

Se presenta el proyecto al cliente de forma presencial. Por último, se define una fecha de próxima acción (Etapas 06).

Etapas

Luego de la presentación del proyecto, se debe realizar un nuevo contacto con el cliente para verificar la calidad del servicio prestado. Por último, se define una fecha de próxima acción (Etapas 07).

Etapas

Esta etapa consiste en realizarle una oferta al cliente. En ella se negocian las gestiones de pago y se resuelven las inquietudes que el cliente pueda tener. Por último, se define una fecha de próxima acción (Etapas 08).

Etapas

Llegado el momento, se contacta nuevamente con el cliente para definir detalles. Consiste en una resolución final para cerrar el negocio. Por último, se define una fecha de próxima acción (Etapas 09).

Etapas

Se realiza la entrevista final. El cliente acepta la propuesta y seña con el importe que haya sido acordado. Por último, se define una fecha de próxima acción (Etapas 10).

Etapas 10

En esta etapa se considera al cliente como ganado. Se crea el acuerdo para poder congelar los precios finales

VERSION	FECHA	MODIFICACIÓN	ELABORÓ	APROBÓ
01	06/06/2022	INICIAL	EC	