

LANDACRM SOFTWARE WEB DE GESTION DE RELACIONES DE CLIENTES:

LandaCRM es una aplicación Web diseñada para gestionar y organizar toda la información relacionada con clientes y la interacción que ocurra para con ellos: visitas, llamadas, correos electrónicos y otras. Este tipo de aplicaciones son conocidos como Sistemas de gestión de las relaciones con el cliente (CRM) y constituyen una importante parte de los pilares informáticos de cualquier empresa moderna. Cualquier empresa es susceptible de implantar una solución para la gestión de sus clientes del tipo mencionado.

CARACTERISTICAS

- Gestión múltiple de proyectos.
- Administración de contactos.
- Administración de campañas masivas de marketing.
- Oportunidades de negocios.
- Gestión de actividades
- Agendas dinámicas de citas, reuniones, acciones a tomar, etc.
- Soporte pre y pos venta.
- Agregado de notas: valor agregado, notas, recordatorios, observaciones adjuntadas por el staff.
- Alertas y noticias: Staff y clientes pueden recibir alertas actualizadas a través de email. Configuración flexible.
- Acceso controlado: a través de roles, permisos basados en grupos y departamentos los usuarios serán restringidos a realizar acciones definidas por el administrador del sistemas.
- Flujos de E-mail
- Conexiones Pop3
- Direcciones de correo ilimitadas
- Monitorización de Operadores
- Seguimiento de Visitantes
- Auto asignación de Tickets
- Paneles de Administración
- Paneles de Operadores
- Paneles de Usuarios

INTEGRACION CON SERVIDOR:

LandaCRM correrá, si el cliente lo desease, en nuestros servidores, o en el servidor provisto por el mismo. Para ambos casos, la forma de vinculación será <http://www.dominio.com/crm> La cual podrá ser accesada directamente, ingresando la URL, o bien a través de un link incluido en el sitio Web del cliente. Si el cliente proporciona su plataforma, deberá tener instalado en la misma Linux, Apache, MySQL y PHP (LAMP)

REQUERIMIENTO CLIENTES (usuarios):

- Conexión a Internet
- Un navegador Web
 - Firefox 1.0 o mayor
 - Internet Explorer 5.0 o mayor
 - Mozilla 1.7 o mayor
- Cookies y Javascript activado en el navegador

- Plugin de Flash para ver el cuadro de mando

VENTAJAS:

- Reducir costos de operaciones.
- Incremento de ventas.
- Satisfacción del cliente.
- Información centralizada y disponible permanentemente para todos los miembros del staff.
- Compartir información de ventas a lo largo de todo el equipo.
- Focalizarse sobre acuerdos más interesantes.
- Monitorear el progreso de la negociación paso a paso.
- Crear y ejecutar campañas de marketing, a través de los distintos canales disponibles para tal fin.
- Retroalimentación de las campañas activas.
- Entender la frecuencia de incidencia para mejorar la calidad del producto.
- Reporte de métricas
- Monitorear efectivamente los programas de marketing, oportunidades de venta y casos de soporte técnico.
- Compartir y restringir accesos a los miembros del equipo.
- Administrar agendas, llamadas, reuniones y correo electrónico.
- Crear, gestionar y administrar los proyectos claves.

MODULOS:

Módulo	Descripción	Funcionalidades
Inicio	Presenta las actividades pendientes, el cuadro de mando con datos estadísticos y atajos para ingreso de información nueva.	- Inicio - Cuadro de mando
Ventas	Para administrar oportunidades de venta. Las Cuentas son los registros de grupos o empresas. Los Contactos son las personas relacionadas a cada cuenta. (Oportunidades y Clientes potenciales, ver apartado X)	- Cuentas - Oportunidades - Clientes potenciales - Contactos
Marketing	Para administrar las estrategias de venta.	- Campañas - Contactos - Cuentas - Clientes potenciales
Soporte	Para gestionar reportes (casos) de los clientes externos e incidencias internas.	- Casos - Gestor de incidencias - Cuentas - Contactos
Actividades	Para gestionar las actividades administrativas en general. Estas actividades se verán reflejadas en el calendario y en la página de inicio.	- Actividades - Calendario - Emails - Llamadas - Reuniones

		- Tareas - Notas
Colaboración	Para gestionar proyectos que requieran la participación de diferentes áreas. Además, desde este módulo se podrá generar un archivo de documentos de consulta para todos los usuarios.	- Emails - Proyectos - Documentos
Informes	Remite al cuadro de mando que contiene los datos estadísticos.	- Cuadro de mando

Inicio:

Bienvenido a



LandaCRM Web Editions

Por favor, introduzca su nombre de usuario y contraseña:

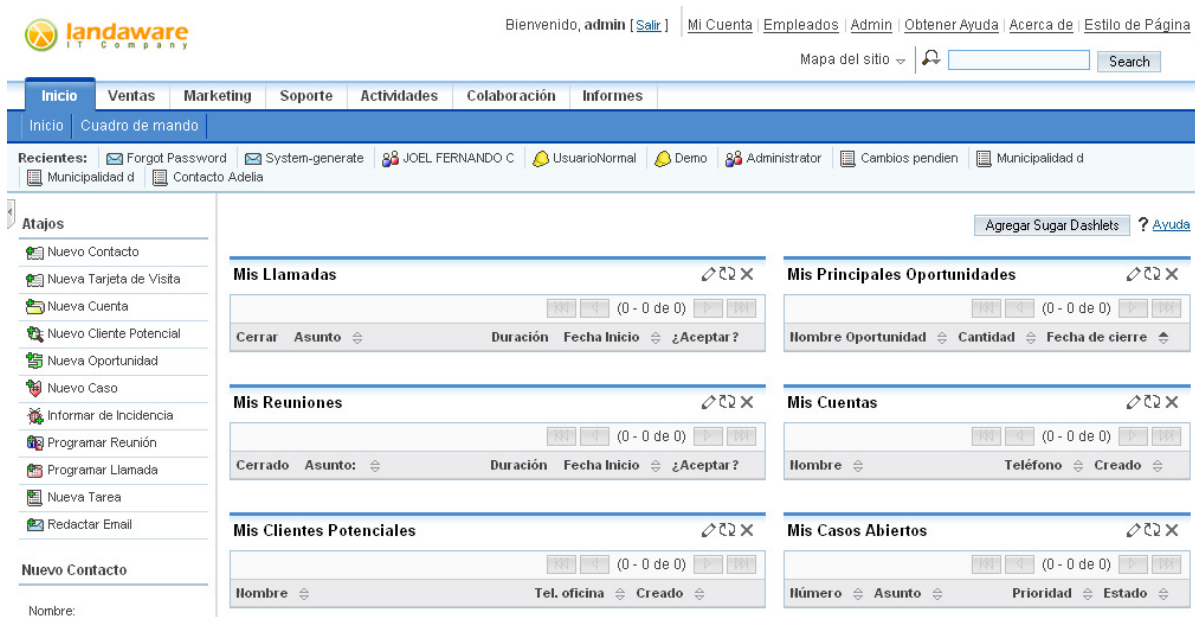
Identificador:

Contraseña:

[Opciones](#)

Login

[¿Ha olvidado su contraseña?](#)

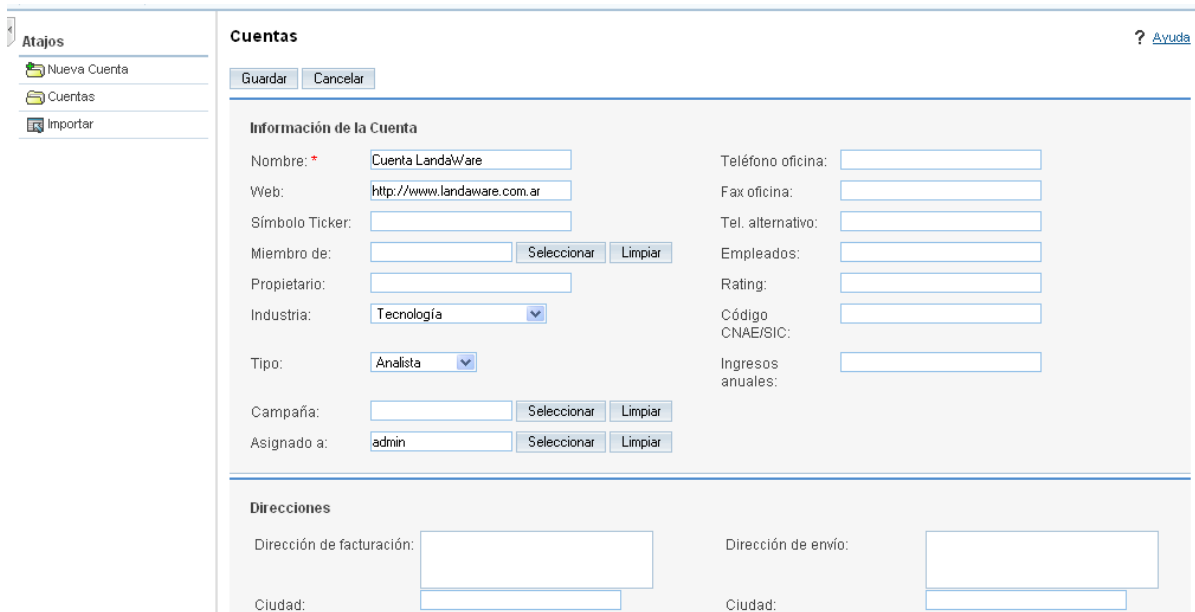


The dashboard includes a top navigation bar with tabs for Inicio, Ventas, Marketing, Soporte, Actividades, Colaboración, and Informes. Below this is a sub-menu with Inicio and Cuadro de mando. A 'Recientes' section lists recent users and actions. The main area contains several widgets: 'Mis Llamadas', 'Mis Reuniones', 'Mis Clientes Potenciales', 'Mis Principales Oportunidades', 'Mis Cuentas', and 'Mis Casos Abiertos'. Each widget has a title, a refresh icon, and a table of data with columns for various attributes like 'Asunto', 'Duración', 'Fecha Inicio', 'Aceptar?', 'Nombre', 'Teléfono', 'Creado', 'Número', 'Prioridad', and 'Estado'.

Inicio y cuadro de mando: panel de control del usuario. Acceso a todas las funcionalidades del software. Acceso directo. Historial de últimos procesos realizados o ejecutados.

Cuentas /Contactos/Potenciales clientes:

Cuentas: registración de datos de clientes con orientación B2B.
 Contactos: registración de datos de clientes con orientación B2C.
 Potenciales clientes: registración de datos de posibles clientes.



The 'Cuentas' form is divided into several sections:

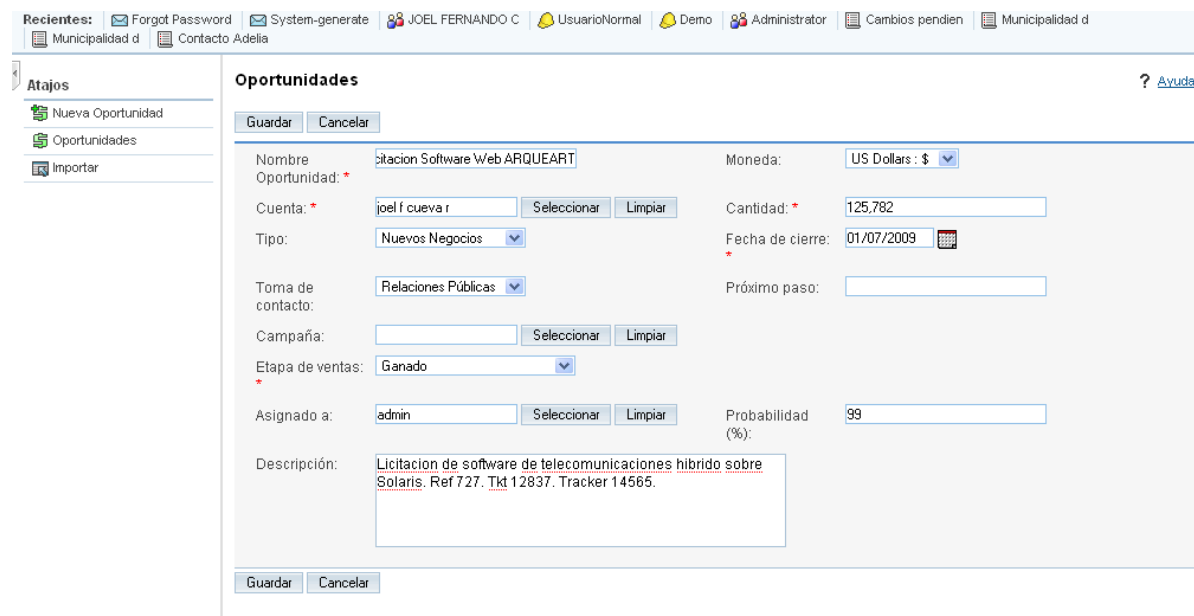
- Información de la Cuenta:** Includes fields for Nombre (Cuenta LandWare), Web (http://www.landaware.com.ar), Símbolo Ticker, Miembro de (with 'Seleccionar' and 'Limpiar' buttons), Propietario, Industria (Tecnología), Tipo (Analista), Campaña, and Asignado a (admin).
- Contacto:** Includes fields for Teléfono oficina, Fax oficina, Tel. alternativo, Empleados, Rating, Código CNAE/SIC, and Ingresos anuales.
- Direcciones:** Includes fields for Dirección de facturación, Dirección de envío, and Ciudad.

Alcance posible:

- Crear, modificar y eliminar cuentas/contactos/potenciales clientes.
- Consultar cuentas/contactos/potenciales clientes existentes.
- Importar datos desde archivos.

Oportunidades:

Negociaciones con gran expectativas y grandes posibilidades de que sean favorables. Oportunidades y Proyectos (en el enfoque B2B) es cuando nuestra empresa ofrece servicios a empresa, cobra sentido la utilización del Subpanel y Módulo de Proyectos. Dicho módulo nos permitirá llevar a cabo la gestión del servicio durante toda su vida, desde la apertura hasta el cierre.



Alcance posible:

- Crear, modificar y eliminar oportunidades.
- Consultar oportunidades existentes.
- Importar datos desde archivos.

Campañás:

Medio de difusión de contenidos. A través de la campaña de marketing se podrá llegar a cientos de clientes a través de listas de email, teléfono u otro medio valido de difusión. Las campañas tienen un alto impacto sobre las relaciones con clientes nuevos y existentes. Se podrán llevar campañas de radio, email, correo, papel, teléfono y otras. Para llegar al público, se deberá primeramente definir el Público objeto, para conformar las listas de público que finalmente serán asociadas a las campañas.

Atajos

- Asistente de Campañas
- Crear Campaña (Clásica)
- Campañas
- Boletines de Noticias
- Crear Lista de Público Objetivo
- Listas de Público Objetivo
- Crear Público Objetivo
- Público Objetivo
- Importar Público Objetivo
- Nueva Plantilla de Email
- Plantillas de Email
- Configuración de Email
- Diagnósticos
- Nuevo Formulario de Cliente Potencial

Nueva Campaña

Nombre: *

 Estado: *

Campañas: Inicio

Búsqueda Básica Búsqueda Avanzada

Nombre Solo mis elementos

?

Buscar | Búsquedas Guardadas: --Ninguno--

Lista de Campañas

Seleccionar Eliminar Exportar Seleccionados: 0 (1 - 1 de 1)

[]	Campaña	Estado	Tipo	Fecha Fin	Usuario
<input type="checkbox"/>	Email Masivo LandaCRM	Planificación	Email	05/11/2011	eolmas

Seleccionar Eliminar Exportar Seleccionados: 0 (1 - 1 de 1)

Actualización Masiva

Actualizar

Asignada a: Fecha Inicio:

Fecha Fin: Estado: --Ninguno--

Tipo: --Ninguno-- Frecuencia: --Ninguno--

Alcance posible:

- Asistente de campañas.
- Crear, modificar y eliminar campañas.
- Administrar boletines de noticias (contenidos).
- Administrar listas de público objetivo (destinatarios).
- Publico objetivo (destinatarios).
- Mantenimiento de plantillas de email (configuración de email).
- Formularios de clientes potenciales.
- Diagnósticos generales.
- Importar público objetivo y listas.

Otras funcionalidades:

Contacto vs Público Objetivo:

- Lista de público objetivo es el grupo de personas / empresas objeto de una campaña de marketing.
- Pueden tener relación comercial con nosotros (Contactos, Cuentas) o no tenerla (Público Objetivo).
- En una campaña podemos tener 10000 objetivos de los cuales:
 - o 8000 son público objetivo sin relación con nosotros
 - o 2000 son contactos existente
- Las tomas de contacto son el resultado de una campaña.

Tomas de Contacto VS Público Objetivo:

- Después de ejecutar la campaña llega la hora de cualificar las tomas de contacto.
- Aquellas que resultan interesantes se asignan al personal de ventas.
- Cuando una Toma de contacto está interesada el Director Comercial o Gerente o Persona-Que-Realice-Ese-Trabajo, la convertirá en Cuenta, Contacto y Oportunidad correspondientes.

Plantillas de Email:

- Nos permitirán automatizar el proceso de envío de campañas de correo electrónico además de poder utilizarlas para realizar el envío de correos desde el módulo de Email.

Seguimiento de una campaña de Email:

- Cuando realizamos una campaña por email podemos definir una URL de seguimiento, que incorporada a nuestro correo nos indicará cuando un receptor ha hecho clic en ella, marcando al receptor como un posible objetivo positivo.
- Además podremos ver el resultado estadístico de la campaña.

Calendario y Actividades:

Desde esta sección se podrán añadir:

- Llamadas
- Reuniones
- Tareas
- Emails
- Toda la información relevante de nuestras actividades se añadirá en estas dos secciones.
- Las actividades se deberían vincular a una cuenta de manera que sea sencillo llevar a cabo un seguimiento de las mismas.

SAQUE PROVECHO DE LandaCRM:

Ya tienes en tus manos una nueva herramienta para optimizar los procesos de venta, marketing y gestión de clientes de tu empresa. ¿Por dónde empezar? A continuación te proponemos un flujo de trabajo para que comiences a aprovechar el LandaCRM.

1. Registra a todos tus clientes activos.

Saca de los cajones todas tus agendas y recupera los documentos donde tienes el registro de todos tus clientes activos, tanto individuos como empresas. Lo primero que hay que hacer es vaciar esa información en LandaCRM generando un Nuevo contacto (cuando se trata de una persona), o bien, una Nueva cuenta (cuando se trata de una empresa o negocio). Cada contacto puede estar relacionado a una cuenta, y cada cuenta puede, a su vez, estar relacionada a varios contactos. Recuerda que estas opciones están en la pestaña de Ventas.

Procura llenar la mayoría de los campos que se requieren en cada caso. Mientras más completo sea el registro de cada contacto y cuenta, más fácil será relacionarlos luego a diferentes procesos, proyectar campañas de marketing y dar seguimiento a cualquier eventualidad.

A medida que captures tus registros, los tendrás visibles en un listado al hacer clic en la pestaña de Cuentas o Contactos.

2. Incorpora a tus clientes potenciales.

A partir de ahora, has de registrar LandaCRM cada cliente potencial que hayas identificado, ya sea que lo hayas contactado mediante una llamada en frío, por Internet, por labor de relaciones públicas o por referencia de algún otro cliente. Todas esas opciones aparecerán en un combo al

hacer el registro de Nuevo cliente potencial. También puedes registrar el monto económico que representa tu cliente potencial y eso será muy útil al momento de generar datos estadísticos.

Una vez que hayas completado tu registro, ya puedes ingresar a él desde la lista o desde la opción de búsqueda, y empezar a programar diversas actividades: llamadas, emails, reuniones y todo lo que sea necesario para llevar a buen término esa venta.

Recuerda tener abierta una ventana del explorador con la hoja del cliente siempre que hagas una llamada, así podrás registrar todo lo que se acuerde mediante notas o directamente en la descripción de la llamada. Además, teniendo delante toda la información podrás sorprenderlo recordando fechas de cumpleaños y números exactos de facturación. Todas ventajitas.

3. Programa tus actividades

LandaCRM se convertirá en tu asistente personal. Como decíamos arriba, al ingresar al registro de tu Cliente potencial ya puedes programar diferentes actividades. Si es una llamada o una reunión, el sistema te preguntará la fecha, si quieres que te envíe un aviso y la descripción de lo que has de realizar. Del mismo modo, si quieres enviar un email, desde la pestaña de actividades anexa al registro de tu Cliente potencial lo puedes hacer.

4. Ganando terreno: de Cliente potencial a Oportunidad

Muchas de tus actividades realizadas tendrán éxito y los clientes potenciales se interesarán por hacer negocios contigo. Cuando esto suceda, haz de convertir a tu Cliente potencial en una Oportunidad.

La Oportunidad representa una posibilidad concreta de venta, en donde ya tienes definido el tema económico, el porcentaje de probabilidad que estimas y también puedes determinar la fase en la que se encuentra tu venta (el sistema te lo propone en un combo al registrar una Nueva oportunidad): desde el prospecto, pasando por las diferentes situaciones intermedias hasta el cierre de la negociación.

Es positivo y rentable que un Cliente potencial se convierta en una Oportunidad, pero de igual manera puedes registrar una Nueva oportunidad sin que forzosamente provenga de un Cliente Potencial. Sólo considera que haz de crear el registro de una Cuenta a la que tu nueva Oportunidad pueda estar vinculada.

5. Llegando a la meta: de Cliente potencial u Oportunidad, a cliente activo

Haz realizado una excelente labor y la venta está ganada. Es el momento de convertir el registro de un Cliente potencial o una Oportunidad, a un cliente activo registrado en una Cuenta.

Si vas a convertir un Cliente potencial, al ingresar en su registro, en la pestaña de Convertir cliente potencial verás la opción en la parte inferior (para convertirlo a Nueva cuenta).

En caso de que quieras convertir una Oportunidad, lo único que hay que hacer es entrar al registro de Oportunidad correspondiente y, en la pestaña Editar, actualizar la etapa de la venta a Ganado. Automáticamente, esta venta ganada se vinculará a la Cuenta que con anterioridad habías asignado a la Oportunidad.

Es importante que notes que las Oportunidades, aun cuando su etapa de venta ya haya sido cambiada, seguirán apareciendo en el listado de Oportunidades. Esto se debe a que se generarán datos estadísticos para darte un panorama de la evolución de tus ventas.

6. Organiza tu facturación

Aunque ya mencionamos que LandaCRM no sustituye a tu equipo contable, sí te ofrece una herramienta para llevar un registro de presupuestos y facturas vinculado desde el primer momento a cada cliente.

Verás que en la pestaña de Facturación tienes la posibilidad de registrar tanto tus productos, como tus facturas.

7. Cuida a tus clientes con un buen servicio post venta

La relación con el cliente no termina cuando se paga la factura. Para conservar a tus clientes y estimularlos a referenciarte a otros clientes potenciales, es importante brindarles un buen servicio post venta y para eso tienes la ayuda de LandaCRM .

La pestaña de Soporte contiene el registro de Casos y el Gestor de incidencias; los primeros son los reportes hechos directamente por el cliente cuando se le presenta alguna eventualidad con tu producto o servicio. Lo segundo tiene el objeto de facilitarte la solución a las eventualidades detectadas en tu producto o servicio, dentro de la propia empresa. Por ejemplo, si un cliente llama porque en el pedido que recibió había una caja de frascos de jalea rotos, habría que registrarlo como Caso y darle seguimiento. En cambio, si durante el proceso de producción se detecta que un componente químico amarga la jalea, habrá que registrarlo como Incidencia. A cada uno de estos registros, ya sea de Caso o de Incidencia, puedes vincularle actividades y, desde luego, estarán desde el primer momento relacionadas con un Contacto o una Cuenta.

Pero no sólo eso. También has de marcar el estado de cada actividad (Planificada, realizada o no realizada). De este modo, al entrar al sistema de LandaCRM, en la misma página de inicio te aparecerán, primero que todo, tus actividades pendientes

8. Atrae más clientes

LandaCRM tiene una parte dedicada a los procesos de Marketing, tan importantes para atraer nuevos clientes y oportunidades. Buscando facilitarte las cosas, cuentas con dos posibilidades para crear una Campaña de Marketing: de manera clásica o con ayuda del Asistente de campañas. Ambos son métodos muy sencillos, la diferencia es que con la Campaña clásica trabajarás directo sobre un editor abierto; el Asistente te ayuda a planificar paso a paso tu campaña. Tus campañas, desde luego, pueden estar destinadas a tus clientes ya registrados o a un público objetivo que puedes determinar desde la misma pestaña de Campañas. En el menú a la izquierda de tu pantalla tendrás los atajos.