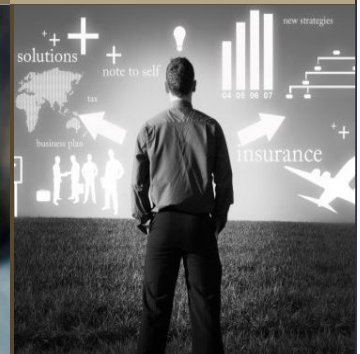


Marzo'09

SYNDEO Conecta



Bienvenido a SYNDEO Conecta

Estimado(a) Paulina Galindo

Un mes más le enviamos esta publicación mensual que tiene como fin vincularlo con las noticias que a usted le interesan a fin de transformar la productividad de su organización cambiando la forma en que utiliza la información para relacionarse con sus clientes.

SYNDEO Conecta

Marketing y TI

Marketing y TI

La llegada de la tecnología de la información (TI) a la función de marketing tiene profundas implicaciones para esta disciplina, estratégica y tácticamente. El cerrar el ciclo de información de tal forma que los datos acerca de los clientes, en tiempo real e integrados, fluyan alrededor de la compañía, despierta efectivamente a la corporación a pensar a nivel global y actuar a nivel local en su verdadero sentido.

Evidentemente, en todo esto la revolución en el campo de las comunicaciones es sustancial, siendo fácilmente previsible que en los próximos años las empresas se preocupen en refinar sus bases de datos, de tal forma que la interacción con el cliente sea cada vez mayor. De arte a ciencia.

Otro cambio básico se refiere a que, el marketing deja de ser un arte no medible para convertirse en una ciencia precisa y sujeta a la evaluación estadística. De hecho, estamos en pleno cambio hacia un marketing más científico; es decir, basado más en datos que en intuiciones. Por ello, las mediciones se extienden, lo que se había constituido en un antiguo pedido del ámbito empresarial.

Soluciones Syndeo:

Automatización de Marketing:

Generar demanda e identificar nuevas oportunidades de negocio.

A través del CRM usted podrá:

- Segmentar su base de datos por características comunes de sus clientes.
- Dirigir mejor sus campañas.
- Identificar nuevas oportunidades de negocio.
- Medir los resultados y la efectividad de cada esfuerzo de

En el futuro, además, el denominado marketing relacional cobrará mayor importancia. Dicha herramienta se caracteriza por no ver al cliente como la persona que efectúa una transacción en un momento específico, sino como la historia de la relación que se inicia con dicha transacción y que se procura mantener a largo plazo.

En tiempos de recesión, como los actuales, las empresas deben explotar el sentido del valor percibido en los clientes. Si bien es cierto que el precio es siempre una tentación en la que muchos suelen caer, no es la mejor forma de lograr la lealtad. El precio debe permitir a una empresa sobrevivir en una economía que compite en base a dicha variable, pero la orientación estratégica debe buscar generar y estrechar la relación con los clientes, el CRM es una solución que permite alinearse al objetivo de estrechar más la relación con los clientes.

Ventajas de utilizar CRM

Planificar de forma más proactiva: Transforme la información de clientes en un conocimiento preciso, gracias a los análisis detallados, que permiten a su empresa responder rápidamente a los cambios de preferencias de los clientes y a las nuevas oportunidades del mercado.

Vista exacta del cliente: Obtenga una vista exacta y global del cliente con acceso a segmentación detallada basada en información global del cliente, de ventas y demográfica.

Ejecución de campañas más inteligentes: Use las funciones de segmentación y listas inteligentes para llegar a los clientes potenciales, mantener a los clientes existentes y transformar campañas de éxito en plantillas que se puedan reutilizar fácilmente en el futuro.

Visibilidad en tiempo real: Aproveche las capacidades de análisis e informes detallados para realizar el seguimiento de porcentajes de respuestas, evaluar niveles de interés y supervisar costes de cada campaña y actividad en tiempo real.

SYNDEO, Customer Intelligence

Av. Lopez Mateos Sur N°2077 Int.Z7
Col. Jardines Plaza del Sol
C.P. 44510 Guadalajara, Jalisco
México
+52 33 3030 7233
www.syndeo.com.mx