

Soluciones Productivas en Informatica

Màs Servicio:

Resolver Necesidades a los clientes.

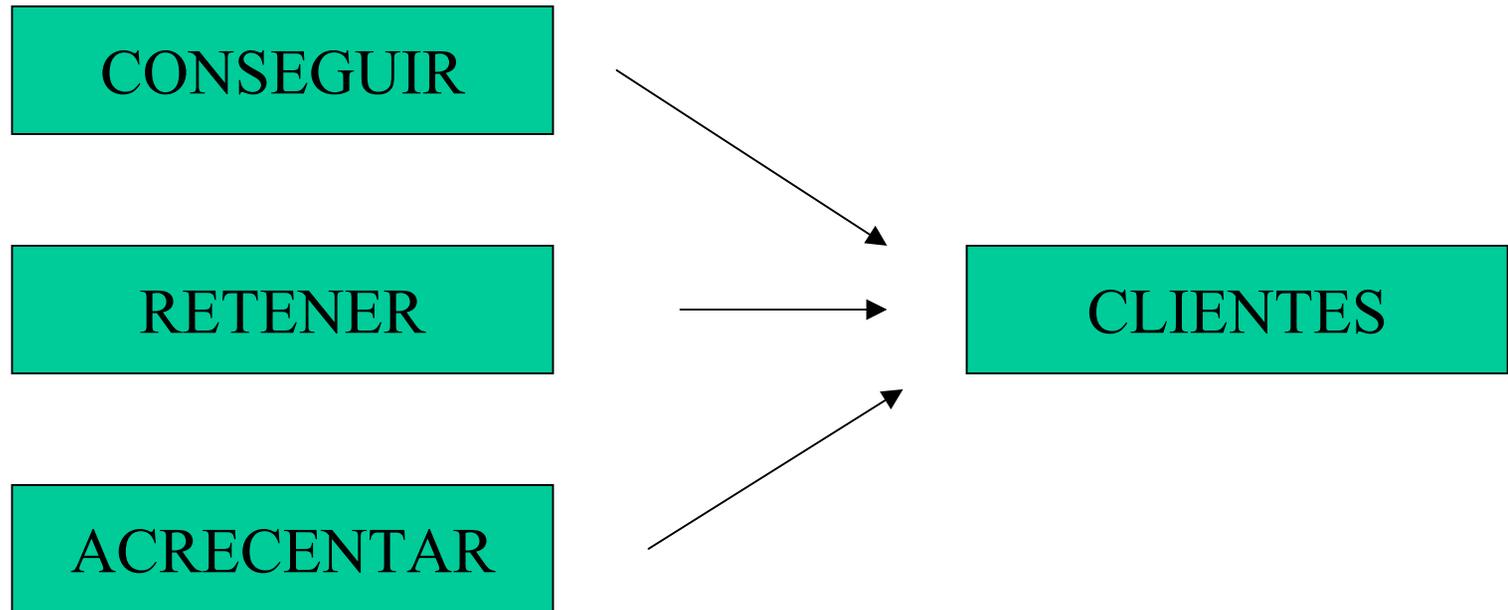
Consideraciones

1. Las expectativas del cliente son DINAMICAS y cada vez exigen más. La competencia es cada vez mayor debido a la entrada de nuevas empresas con una **AMPLIAS Y NOVEDOSAS VARIEDADES DE SERVICIOS Y CRECIENTE CALIDAD DE LOS MISMOS.**
2. La práctica demuestra que en cuestión de tecnología se puede avanzar fácilmente y CUALQUIER COMPAÑÍA puede tener acceso estas nuevas tecnologías, por lo cual lo realmente **DIFERENCIADOR** es el “**SERVICIO AL CLIENTE**” .
3. *La tecnología se consigue a la vuelta de la esquina el talento humano, No.*

Estrategia

- Generar lealtad del cliente = la clave de la competitividad.
- Como lo logramos?
- *A traves de la creaciòn de valores agregados para el cliente.*

Objetivos



La batalla en el mercado es : De productos? o De Servicios ?

.....de Percepciones

- HOY , nuestros clientes desean más un matrimonio que una noche de amor “ No es el dinero y adios.
- De que depende?
- De la habilidad para construir y fomentar relaciones.
- **Cientes Ocasión vs Cientes de Relación**

.....Relaciones

- Crear relaciones perpetuas con el cliente, para eso:
- Que es valor para el cliente?
 - Es lo que recibe a cambio del precio que paga ò
 - Es el beneficio con relación al precio que paga

↓ **Valor Percibido vs Precio** ↑

Balanza “ si el valor percibido es mayor el precio es mayor “

Y en PROUNIX

- Como podemos diferenciarnos?
- Varios caminos:

I

Generación de demanda de nuestro portafolio de productos explotando en principio la base instalada RM.

Como sería veamos un ejemplo

LIANT



Quantum.

Sun Cobalt™



LIANT

El Cliente RM tiene varias características:

1. En un alto % lo conocemos bien
2. Quien usa RM necesita todo nuestro portafolio
3. Cliente de muchos años
5. Es fácil llevarlo de la mano
6. Existen de todos los tamaños
7. Prounix tiene esta Base de Datos

Como lograr este objetivo ?

- El equipo de ventas debe conocer como prioridad el portafolio de productos de ProUnix.
- Debe ser capaz de identificar en la relación con estos clientes cual producto, soluciona una necesidad.

DOMINAR NUESTRAS SOLUCIONES

A la Reconquista del Cliente....

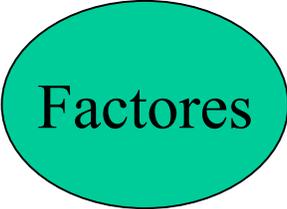
- Con base en el objetivo anterior debemos considerar:
 - Que es el valor patrimonial del cliente?
 - Valor de las compras de un servicio o producto durante el tiempo que tenga relación el cliente con nosotros.

Consideraciones

- El valor patrimonial del cliente esta relacionado con su **permanencia** con nosotros
- **El valor de la marca no es condición** suficiente para exista un alto patrimonio de clientes
- Un mayor patrimonio proviene de clientes leales

Valores.....

- Valor de un cliente ocasión
- Valor de un cliente relación
- Valor de un cliente satisfecho
- Valor de un cliente insatisfecho
- Factores multiplicadores entre clientes



Factores

Por eso... A la Reconquista del Cliente....

- En Prounix como?
 - Calificación de la base de datos de cliente relación.
 - Inversión en actividades de reconquista:
 - Desayunos a clientes relación
 - Charlas a integradores de sistemas
 - Encuentros (desayuno/almuerzo) distribuidores
 - Mailing dirigido
 - Conferencias mensuales
 - **Y otras.... Es solo creatividad**

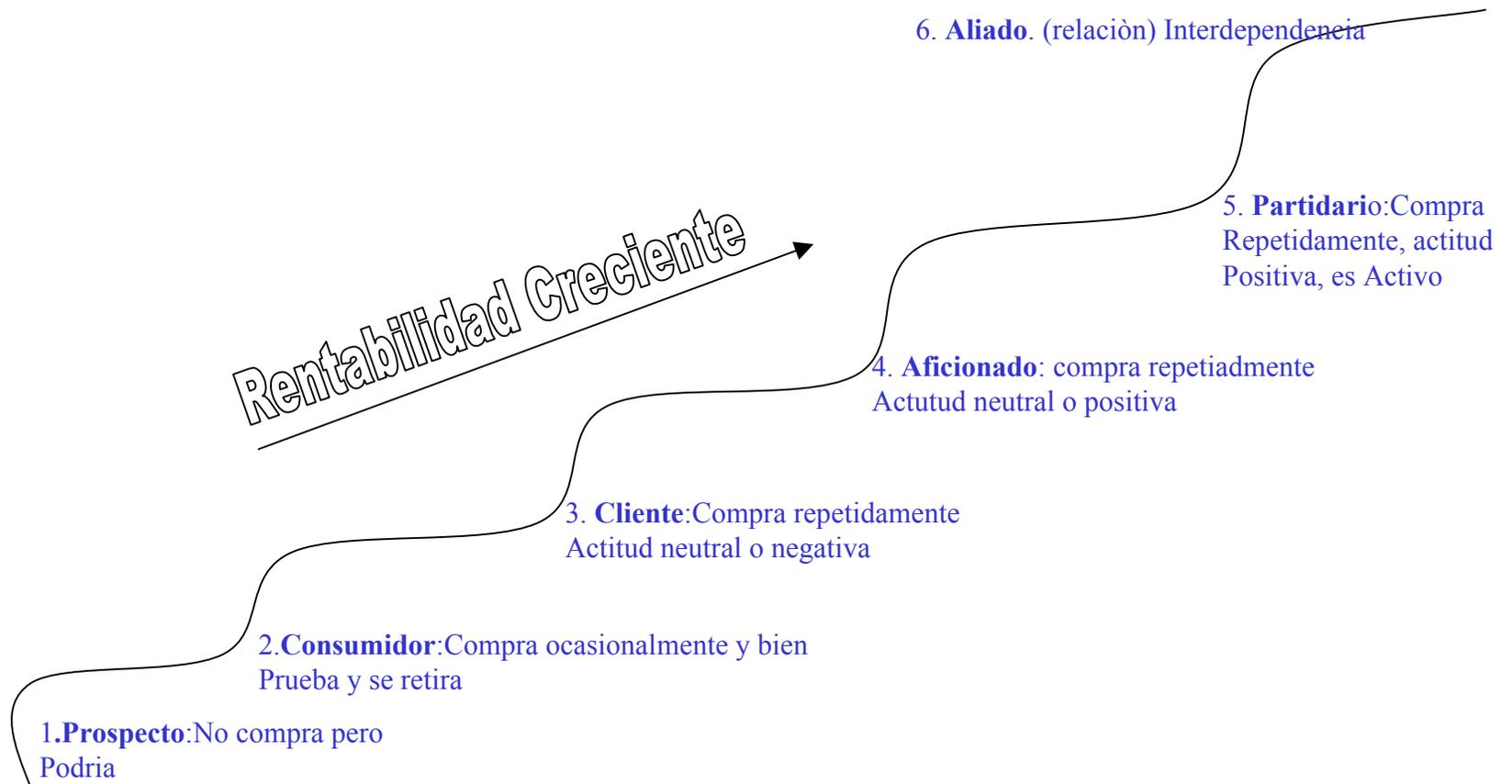
La reconquista aumenta el patrimonio de clientes de Prounix, veamos:

- Los clientes repetitivos representan el **65%** de las ventas en la empresa promedio.
- Adquirir cada cliente nuevo cuesta **5 veces** más que atender un cliente ya existente.
- El **91%** de los clientes descontentos no volverán a comprar en la empresa que no los satisface totalmente.
- Los clientes descontentos comentan su insatisfacción al menos con **9** más y en promedio con **22**.

No màs por hoy....

- No olvide...
- Adquirir cada cliente nuevo cuesta **5 veces** màs que atender un cliente ya existente

La escalera de lealtad...



Cinco Principios de Lealtad

1. Algunos clientes pueden ser leales a las empresas en ciertas categorías de producto, pero en otras no.
2. La lealtad no puede ser solamente el resultado de precios bajos.
3. La lealtad requiere no solamente de la satisfacción del cliente sino también de su participación positiva.
4. La lealtad es la experiencia total de la marca.
5. La lealtad del personal de la empresa es el factor principal en el desarrollo de lealtad de los clientes.

Bases para dar calidad....

- APARIENCIA:
 - De las instalaciones físicas, los equipos, el personal y los materiales de comunicación
- CONFIABILIDAD:
 - La habilidad para ejecutar LO PROMETIDO en forma eficaz y eficiente
- CAPACIDAD DE RESPUESTA:
 - La voluntad de asistir a los clientes y de proveer SOLUCIONES oportunas
- SEGURIDAD:
 - Los conocimientos llevados a habilidades del día a día, que permiten generar CONFIANZA en el cliente
- EMPATIA:
 - La empresa suministra a sus clientes una atención esmerada e individualizada

Deleite a los clientes excediendo sus expectativas...



Beneficios derivados de un SERVICIO de alta calidad

- Mayores Utilidades derivadas de precios más altos (5-6%)
- Mayor participación del mercado
- Mayor diferenciación
- Construir una ventaja competitiva sostenible

Y para terminar hoy....

- Los clientes se desviarán de su ruta para comprar un producto **superior**

Y usted puede cobrarles un peaje por el viaje....

Frank Perdue

La base del Servicio de Alta Calidad

Trabajo en Equipo

Como crear Patrimonio de Clientes?

- A traves de la relación con el cliente:
 - **LOS MOMENTOS DE VERDAD**
- La interacción con una Compañía no existe;
!! LA INTERACCION SE HACE CON LOS COLABORADORES !!
- Momentos de Verdad: **Las oportunidades que tiene su CLIENTE para evaluar el VALOR y la CALIDAD de los servicios de ProUnix Ltda.**

Visión

“Es una imagen COMPARTIDA de lo que queremos que nuestras empresas sean o lleguen a ser.”

Para que una Visión?

- Da sentido a los cambios
- Evoca una imagen mental clara de un estado futuro (puente entre presente y futuro)
- Crea orgullo y sentido de cumplimiento
- Anima el compromiso
- Atrae y concentra la atención

Misiòn ●

- Razòn de ser de un **EQUIPO** u organizaciòn
- Conexiòn pràctica entre la visiòn y las tareas de **LOS INTEGRANTES** de la Compañìa
- Parte de partida para el establecimiento de objetivos o planes
- Define a grandes rasgos, que queremos hacer, pero tambien incluye los còmo fundamentales

Ahora Si, entonces por que el Equipo
?

Un buen Servicio no basta !

1. Cada ganso crea con su aleteo un plano de sustentación para las aves que vuelan detrás. La formación en V permite aumentar la autonomía de vuelo en un 71% para toda la bandada, con respecto a lo que lograría si volara sola.

Las personas que tienen un derrotero común y un sentido de comunidad pueden llegar a su destino más pronto y con mayor facilidad porque viajan ayudados por el impulso de los demás

Un buen Servicio no basta !

2. Cuando un ganso se sale de la formación, inmediatamente siente el arrastre y la resistencia al aire. Entonces regresa rápidamente a la formación para aprovechar el poder de sustentación generado por el ave que está inmediatamente adelante.

Si tenemos tanto sentido común como los gansos, nos mantendremos en formación con las personas que van hacia donde nosotros queremos ir. Estaremos dispuestos a aceptar su ayuda y a ayudar con los demás.

Un buen Servicio no basta !

3. Cuando el lider de la bandada se cansa, pasa a la parte de atrás de la formaciòn y otro lo reemplaza en la punta.

Vale la pena turnarse para hacer las tareas dificiles y asumir el liderazgo. Las personas, lo mismo que los gansos, dependen de sus mutuas destrezas y capacidades, y de su conjunto de dones, talentos y recursos.

Un buen Servicio no basta !

4. Los gansos que vuelan en la formación gritan para alentar a los que van adelante a mantener la velocidad.

Debemos cerciorarnos de que nuestras voces sean de aliento . En los grupos que hay estimulo, la produccion es mucho mejor. El poder del estimulo, es la clase de voz de aliento que buscamos.

Y eso es todo.....

RMP

PROUNIX LTDA

* Consolidarnos como proveedor de Soluciones informáticas de Alto Valor Agregado, buscando para sus clientes excelentes niveles de productividad con tiempos óptimos de puesta en marcha

* Estamos convencidos, que ofrecemos soluciones con relaciones costo / beneficio óptimas para nuestros clientes, dado que nos apoyamos en representaciones directas de los fabricantes de la tecnología informática de punta a nivel mundial

* Creemos en el desarrollo tecnológico de la Informática en Colombia y del potencial del recurso humano como factor decisivo para mejorar nuestro país y por ende el beneficio de nuestros colaboradores.

