Publicado en el 23/02/2017

# [3 graves errores que comenten los bancos al utilizar un CRM](http://www.notasdeprensa.es)

 Sentada en mi escritorio dispuesta a escribir mi columna de esta semana suena mi celular y para mi sorpresa cinco llamadas perdidas del mismo número telefónico; contesto la sexta llamada y es de la misma institución bancaria que me ha estado llamando para ofrecerme un crédito pre aprobado ¡mágico e inigualable! que ya con anterioridad me habían ofrecido por tercera ocasión en menos de una semana; mismo que les había dicho que no me interesaba. Empecemos por entender que el CRM por sus siglas en inglés es Customer Relationship Management "Gestión de la relación con los clientes". A continuación, dos definiciones que me resultaron muy acertadas para abordar este tema: "La administración de la interacción de los clientes y las empresas, a través del soporte de las personas y los procesos involucrados, a lo largo de todo el ciclo de vida del cliente." Croxatto, H. L. (2005). Creando Valor En La Relación Con Sus Clientes. Editorial Dunken. "Toda estrategia empresarial que implica un cambio de modelo de negocio centrado en la gestión automatizada de todos los puntos de contacto con el cliente, cuyo objetivo es captar, ?delizar y rentabilizar al cliente ofreciéndole una misma cara mediante el análisis centralizado de sus datos." Valcárcel, I. G. (2001). CRM: Gestión de la relación con los clientes. Fundación Confemetal. Esta última definición la subrayo porque precisamente es lo hoy en día no están haciendo de manera correcta: captar, fidelizar y rentabilizar al cliente ¡ofreciéndole una misma cara mediante el análisis centralizado de sus datos! Porque razón recibimos tres o cuatro llamadas el mismo día de la misma institución bancaria ofreciéndonos el mismo servicio o producto; ¿No se supone que el CRM tiene un historial del cliente, las llamadas que se le han hecho y los productos que se le han ofrecido? Sabemos que la presión de generar oportunidades de negocio hoy en día es muy fuerte y esto puede llevar a utilizar de manera incorrecta un CRM y más cuando contratas a terceros en este caso call center´s que lo único que hacen es generar la llamada sin tener todo el historial del cliente al que están llamando. Por lo tanto, me permito mencionar tres errores que cometen las instituciones bancarias con un cliente en la administración y operación de un CRM: 1.- Por más potente que sea el CRM que utilicemos debemos tener claro que el sistema por sí sólo no funciona es fundamental capacitar al 100 por ciento a todas aquellas personas que están en contacto con el sistema y lo utilizan de manera cotidiana. Parece sencillo; pero no lo es y justo es uno de los graves problemas que las instituciones bancarias enfrentan. 2.- No delegar a terceros las bases de datos de nuestro CRM para promover ciertos servicios ya que con sólo enviarles las BDD y capacitarlos para que se aprendan la oferta de memoria sin saber específicamente el historial del cliente. 3.- Invertir los suficientes recursos económicos para las personas que están a cargo de la alimentación de la información del CRM. Esto es clave ya que el CRM depende en un 99 por ciento de cómo lo alimentamos, qué datos le estamos integrando en las bases de datos, para lograr tener completos los perfiles de los clientes y poder cumplir con la promesa de la razón de tener un CRM que es: "captar, ?delizar y rentabilizar al cliente ofreciéndole una misma cara mediante el análisis centralizado de sus datos." Si no es así; sólo se tiene de adorno. ¿Te ha pasado? ¿Qué otras áreas de oportunidad percibes que tienen los bancos en la operación de su CRM? The post 3 graves errores que comenten los bancos al utilizar un CRM appeared first on Revista Merca2.0.

**Datos de contacto:**

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/3-graves-errores-que-comenten-los-bancos-al](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Comunicación



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)