



Microsoft Dynamics CRM Caso de éxito



Síntesis

País: Argentina

Industria: Desarrollos Inmobiliarios

Acerca del cliente

Desde 1998 KAS lleva construidos más de 150.000 m2 de emprendimientos residenciales, de oficinas, o mixtos, con alrededor de 500 clientes, especialmente en la zona de Palermo Nuevo (Buenos Aires).

Situación

La empresa necesitaba automatizar y sistematizar la administración de clientes, dado que manejaba más de 2500 contactos en forma manual.

Solución

Implementación de Microsoft Dynamics CRM, como único repositorio de datos, de acceso sencillo y actualizado a la información para el seguimiento de casos, con posibilidad de segmentación para acciones de marketing y ventas.

Beneficios

- Seguimiento exhaustivo del historial de cada cliente.
- Menor tiempo para la preparación de ofertas y presupuestos.
- Mayor especificidad para la planificación de estrategias de marketing.

La desarrolladora de emprendimientos inmobiliarios, KAS S.A., logró optimizar la gestión de seguimiento de clientes y la confección de ofertas a medida con Microsoft Dynamics CRM.

“Con Microsoft Dynamics CRM, todo eso se encuentra automatizado. Podemos armar segmentaciones y campañas con mayor flexibilidad.”

Afirma Fabián Di Salvo, responsable IT de KAS S.A.

KAS S.A utiliza Microsoft Dynamics CRM para manejar, en forma automatizada, un gran volumen de información, incluyendo el historial de cada cliente; ahora puede planificar mejor sus estrategias de marketing y responder con mayor eficiencia y precisión a consultas y reclamos.

“Armar un mailing, algo que antes nos podía haber llevado dos o tres días, ahora lo resolvemos en una hora y media con Microsoft Dynamics CRM”.

Fabián Di Salvo, responsable IT de KAS S.A.

Situación

Avocada al desarrollo de proyectos inmobiliarios, desde 1998 KAS lleva construidos más de 150.000 m2 de emprendimientos residenciales, oficinas o mixtos, con alrededor de 500 clientes, fundamentalmente en la zona de Palermo Nuevo (Buenos Aires). Para llevar adelante el negocio, analiza permanentemente la información de la demanda para orientar la búsqueda de terrenos con la localización más adecuada y para determinar el tipo de producto a construir para lograr la más eficiente relación zona - producto y precio. Asimismo, cuenta con una división de post-venta que incluye la administración de los edificios y un área de customer service para llevar adelante la atención de los compradores. *“Nos encontrábamos utilizando planillas de Excel y el Outlook para seguir el historial de cada cliente y administrar los contactos; a la hora de armar una oferta había que coordinar toda esa información manualmente”*, comenta Fabián Di Salvo, responsable de IT de KAS.

De esta forma las tareas fundamentales de la empresa se veían obstruidas al tener los datos de todos sus clientes en planillas de diferentes fuentes y cuya eficiente manipulación dependía del conocimiento cotidiano. Al mismo tiempo surgían complicaciones al momento de confeccionar campañas de marketing orientadas a un sector específico de todos sus clientes, dado que la selección de cada uno de ellos se realizaba revisando las planillas de las que disponían. Al respecto, Di Salvo afirma que *“eran planillas grandísimas, y resultaba poco flexible seleccionar la información necesaria”*.

Solución

Luego de un largo periodo de evaluación, KAS decidió adoptar Microsoft Dynamics CRM como su sistema de administración de clientes, único repositorio de datos que permitiera un acceso a la información sencillo y esté siempre actualizado. De esta manera puede realizar el seguimiento de los diferentes casos y cuenta además con posibilidad de segmentación.

“Evaluamos mucho la solución, queríamos conocer la herramienta, las posibilidades que ofrecía y determinar bien qué era lo que íbamos a incorporar, es decir, buscábamos

pisar sobre seguro”, afirma Fabián Di Salvo. El total del proceso sumó un período de 8 meses con sus respectivas etapas de asesoramiento, capacitación, análisis de propuestas, y adaptación de la herramienta a las necesidades específicas de KAS. Según cuenta el ejecutivo, *“buscábamos implementar algo que se ajuste a nuestra necesidad y para ello le hicimos hacer cambios para que la información sea más transparente a la persona que lo lee, como los metros cuadrados que un cliente tiene, o qué piso y qué torre”* y agrega que *“hicimos que le pongan todos esos datos a la solución para poder manejar mejor la segmentación”*.

De la misma forma, el proceso de capacitación se dio en torno a las áreas que cada parte del personal requería, intercalando distintas metodologías como la capacitación directa o el intercambio a través de usuarios clave. KAS veía que tareas básicas y cotidianas como el seguimiento de todos los antecedentes de cada cliente, qué zona le interesaba o cuál era su perfil económico para ver qué producto les podía ofrecer, llevaban mucho tiempo y se volvían poco eficientes a raíz de los casi 2500 contactos que la empresa maneja entre clientes y proveedores. *“Con Microsoft Dynamics CRM, todo eso se encuentra automatizado”*, afirma Di Salvo.

Beneficios

Luego de implementar la solución, la empresa ve cómo al cargar cada una de las ordenes de compra como casos, hitos y actividades, puede realizar un seguimiento exhaustivo de procesos de negocios básicos que se están llevando a cabo y los que no, a fin de tener alarmas en el momento oportuno y balances de todo el circuito de compras y ventas.

La preparación de una oferta específica para un determinado sector de clientes es algo que hoy KAS elabora en menos de la mitad del tiempo que le insumía antes. Como comenta Di Salvo, *“armar un mailing, algo que antes nos podía haber llevado dos o tres días, ahora lo resolvemos en una hora y media. Por otra parte, no es lo mismo customizar y sectorizar una base de datos que leer una gran planilla de cálculo”*.

Al mismo tiempo la solución ayudó a la empresa a optimizar sus campañas de

Para más información

Para obtener más información acerca de los productos y servicios Microsoft, llame al Servicio de Atención al Cliente:
0-800-999-4617
O visite: www.microsoft.com/argentina

Para más información acerca de KAS S.A visite:
www.kas-sa.com.ar

marketing y a mantener una relación más fluida con sus clientes. Fabián Di Salvo comenta que *“ahora estamos por inaugurar un ShowRoom para mucha gente, para invitar a los nuestros clientes a comprar nuevos departamentos, con lo cual el CRM nos va a facilitar las cosas”*.