



[www. Soltwin.com.ar](http://www.Soltwin.com.ar)

Solución a sus necesidades

News nro 20: Social CRM y su relación con los inmuebles
08 de Febrero - 2015

CRM (*Customer Relationship Management* – **Gerenciamiento de la relación con los clientes**) tiene hoy un protagonismo para el mercado inmobiliario que pocos conocen, muy pocos se ocupan de desarrollar y lo que es peor aun muchos ignoran.

FACEBOOK, TWITTER, PINTEREST, GOOGLE+, nombres propios que escuchamos y leemos a diario pero que *debemos mirarlos con otra perspectiva*.

Monitorear y gestionar las relaciones sociales “unos minutos” al día es ingresar al poderoso mundo del Social CRM. *Es el puente entre la marca y las conversaciones que se producen en el mercado.* Y un negocio, sin importar el tamaño que tenga, necesita entender tres cosas fundamentales en relación con la gestión del contacto con los clientes¹:

1. Que el cliente decide cuando, como y por que canal interactuar con la empresa.
2. Que deben ofrecérseles a los clientes múltiples canales para acceder a la empresa, con un servicio consistente y coherente.
3. Que debe ponerse a disposición de todos los canales.

Actualmente hay que enfocarse en el Social CRM, por oposición al CRM tradicional en donde la conversación es controlada e iniciada por la empresa, el proceso es controlado por el vendedor y la información es estática, básica y simple. **En el Social CRM los procesos son dinámicos e *influenciables por el cliente***, la información es actualizada sin intervención del vendedor y la misma es robusta.

Nuestra planificación en la Social CRM abarca²:

- a) Designar a un responsable del área Social CRM. Persona o personas que serán parte del día a día una vez que el plan esté en marcha
- b) Prioridades y objetivos en concordancia con los objetivos generales. La alineación debe ser total. Los objetivos estratégicos de la empresa son mandatarios y el Social CRM es una herramienta más para alcanzar lo que se ha propuesto.
- c) Es primordial, dar la misma importancia al Social CRM que a metas concretas tales como:
 - Desarrollo de la marca
 - Desarrollo de nuevos productos y servicios
 - Atención “personalizada” al cliente

¹ MANAGEMENT Herlad. El poderoso alcance del Social CRM. Hugo Brunetta. Pag 85

² Base de la planificación : MANAGEMENT Herlad. El poderoso alcance del Social CRM. Hugo Brunetta. Pag 86



[www. Soltwin.com.ar](http://www.soltwin.com.ar)

Solución a sus necesidades

- Compromiso con los usuarios
 - Monitoreo de la competencia
 - Interacción en tiempo y forma con todos los consultantes e ínter nautas visitantes
 - Gestión de la reputación
 - Generación de clientes potenciales
 - Construcción de comunidades de recomendadores
 - Cumplimiento de objetivos y metas propuestos en pos de la visión aplicando valores preimpuestos. **+INFO**
<http://www.soltwin.com.ar/index.php?pag=so>
- d) Definición de la plataforma. Nos referimos a la plataforma de CRM específicamente. Al software que nos permitirá concentrar en un solo lugar todas las interacciones de los clientes, tanto fuera como dentro de la empresa, para luego convertir estos datos en acción. (*Atomic Hunter STUDIO entre ellos*)
- e) Definición de las redes sociales. Hay que diferenciar entre las redes sociales en la que queremos deliberadamente estar y en las que estaremos de todos modos.
- f) Procesos. Monitoreo de que y cuando responder, flujos de información, etc.
- g) Como nos vamos medir. Definición de indicadores de cómo vamos en función a los parámetros preimpuestos y realizar los ajustes que creamos necesarios.

En la actualidad nosotros creemos que la implementación del Social de CRM en el mercado inmobiliario es vital no sólo para un crecimiento sostenido y un desarrollo acorde a los objetivos sino obviamente para no desaparecer.

Los cambios cuestan y mucho más concretarlos, pero este nuevo paradigma es una oportunidad que beneficiará no solo a quienes lo implementen cuanto antes sino a quienes se anticipen a las necesidades de un mercado cada vez más ávido de rapidez en respuestas concretas de calidad.

ESTE ES NUESTRO ENFOQUE HOY
CONSULTANOS y comprobalo



<https://www.facebook.com/Soltwin.com.ar>



<https://twitter.com/EdifBrisamar>



<https://www.pinterest.com/EdifBRISAMAR/>



<https://ar.linkedin.com/pub/gustavo-ruben-company/10/49a/301>



<https://plus.google.com/u/0/b/105714624696540672537/105714624696540672537/posts>

Master en Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias (MDI)
de la Universidad Politécnica de Madrid (España)
y Contador Público Nacional de la UNMDP (Argentina)
COMPANY GUSTAVO RUBEN

Master en Administración de Empresas (MBA) de la UNMDP
Ing. Industrial y Mecánico de la UNMDP
COMPANY SERGIO ALEJANDRO