



## **CRM – TERMINOLOGIA**

*Información extraída de la documentación de la AeMR*

### **DEFINICIÓN DE TÉRMINOS**

CRM (Customer Relationship Management) es un término que sin duda está de moda. Actualmente hay frecuentes conferencias y publicaciones, que tratan el tema desde diversos puntos de vista. Desde la Asociación Española de Marketing Relacional hemos observado esta diversidad de opiniones sobre qué es CRM y qué abarca. Por ello, la **AeMR** quiere ofrecer una definición de CRM, que sirva como referente para los profesionales del sector.

## **CRM o Gestión de Relaciones con el Cliente.**

Es el conjunto de estrategias de negocio, marketing, comunicación e infraestructuras tecnológicas, diseñadas con el objetivo de construir una relación duradera con los clientes, identificando, comprendiendo y satisfaciendo sus necesidades.

CRM va más allá del marketing de relación, es un concepto más amplio, es una actitud ante los clientes y ante la propia organización, que se apoya en procesos multicanal (teléfono, internet, correo, fuerza de ventas,...) para crear y añadir valor a la empresa y a sus clientes.

Seguidamente se definen los principales términos que se utilizan relacionados con el marketing relacional y /o CRM

### ***Call Center :***

Centro de atención de llamadas.

### ***Contact Center :***

Centro de atención multicanal (llamadas, mails,...)

### ***Data Mining :***

Proceso de análisis de la información disponible en el Data Warehousing.

### ***Data Warehousing :***

Almacén de la información de la compañía sobre clientes, productos, competencia,...para permitir el análisis y acceso a la misma desde los distintos ámbitos de una actividad de negocio (ventas , producción, marketing...etc.).

### ***e-CRM:***

Gestión de las relaciones con los clientes utilizando el canal de Internet.

***Fuerza de Ventas :***

Equipo comercial (vendedores) de una empresa.

***Gestión del conocimiento :***

La gestión y análisis de la información, experiencias, mejoras, prácticas,... que existe en una empresa.

***Mailing :***

Envío de diversos tipos de comunicaciones a través del correo a un público previamente definido e identificado.

***Marketing Relacional :***

Acciones de conquista y programas de fidelización que basan su estrategia en el análisis de los datos del cliente y en una comunicación one-to-one.

***Medios Tradicionales :***

Canales de comunicación usados por los anunciantes para difundir sus mensajes publicitarios como son la prensa, la radio, la televisión, el vídeo o el cine.

***Outsourcing :***

Es la externalización de actividades de la empresa como la informática.

***Planificación Integral de Recursos en CRM :***

Modelo organizativo de gestión empresarial que integra las funciones administrativas/financieras, logística, producción y gestión de los recursos humanos, situando al cliente en la posición central de forma que los procesos de la empresa se orientan a él.