



HUMAN  
CONNECTIONS  
MEDIA

# CRM

UNA HERRAMIENTA QUE SE  
HA HECHO INCUESTIONABLE

▶ **Trends Connections**  
Noviembre 2023

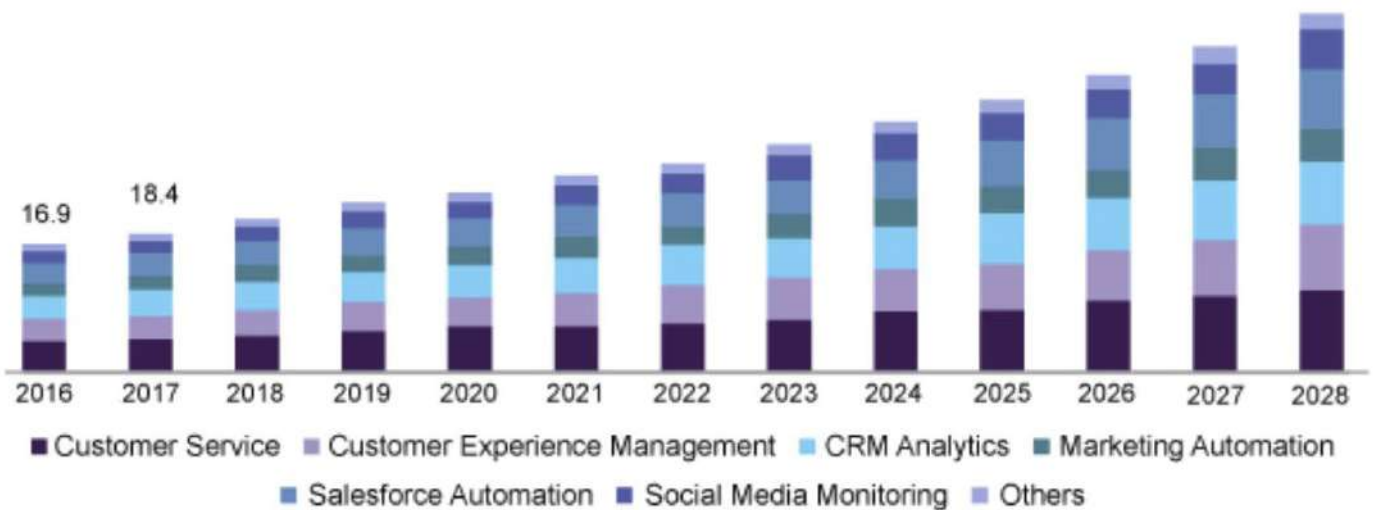


El uso de sistemas CRM (Customer Relationship Management) es una tendencia al alza. Cada vez son más las compañías que confían en estos sistemas para crear sus estrategias de crecimiento centradas en el cliente. Los clientes esperan que las comunicaciones que recibe de una marca estén personalizadas y esto pasa inexorablemente por herramientas de CRM.

Sus principales beneficios se pueden agrupar en: Priorización de actividades, agilidad en la toma de decisiones, análisis de datos, atención personalizada y automatización de mensajes. Por otra parte, un CRM permite visualizar todo el Customer Journey: Awareness, Consideración, Compra, Servicio, Postventa y Lealtad.

Lo anterior explica por qué cada vez más compañías apuestan por la implementación de sistemas CRM y han provocando un crecimiento asombroso de la industria en los últimos años. Los datos de 2019 muestran que el uso general de CRM aumentó del 56% al 75% y que el 91% de las empresas con más de 11 empleados utiliza esta herramienta. Así, los expertos esperan una tasa de crecimiento anual del mercado del 12% hasta, por lo menos, 2025.

### U.S Customer Relationship Management Market, By Solution, 2016 - 2028 (Usd Billion)



Source: [www.grandviewresearch.com](http://www.grandviewresearch.com)





## LAS ASOMBROSAS ESTADÍSTICAS SOBRE CRM 2023

- 1 El 79% de los compradores dicen que es crucial interactuar con un vendedor, que consideran un asesor de confianza, al realizar una compra.
- 2 Se dice que 91% de los datos en los sistemas CRM estarán incompletos, obsoletos o duplicados cada año.
- 3 El 74% de las empresas dice que convertir clientes potenciales en sus clientes es su máxima prioridad.
- 4 Salesforce, Microsoft y Oracle tienen algunas de las cuotas más altas del mercado de CRM.
- 5 El 74% de personas encuestadas dicen que las soluciones CRM les brindan un mejor acceso a los datos de los clientes, lo que les permite un servicio más personalizado.
- 6 El 65% de las empresas adoptan la tecnología CRM durante los primeros 5 años de su lanzamiento.
- 7 En 2028, la tecnología CRM tendrá un valor de 129 mil millones de dólares a nivel global.
- 8 El 91% de las empresas con más de 10 empleados emplean algún software de CRM.
- 9 Por cada dólar invertido en CRM en 2021 se reporta un retorno de 30 dólares.
- 10 El 68% de los líderes de Marketing dicen que su empresa compite por la CX (Experiencia de cliente por sus siglas en inglés) y el CRM es indispensable para proveer una buena experiencia.
- 11 Salesforce cree que la inteligencia artificial y la automatización serán dos de los principales factores que acelerarán el crecimiento de CRM en el futuro.
- 12 Según Hubspot alrededor del 22% de los vendedores dicen que no saben qué es un CRM y el 40% de las empresas no usan un CRM en absoluto.
- 13 Salesforce indica que un software de CRM puede aumentar las ventas hasta en un 29% mientras mejora la precisión de la previsión de ventas hasta en un 32% y mejora la productividad de las ventas en un 39%.



Las características más solicitadas entre las soluciones de software de CRM son la gestión de contactos, el seguimiento de interacciones, la programación de las funciones de recordatorio, y el seguimiento de la canalización. Los clientes también mencionan características como bases de datos centrales, automatización de ventas e integraciones de marketing por correo electrónico.





## QUÉ TENER EN CUENTA A LA HORA DE ADQUIRIR TECNOLOGÍA CRM

**1. Abordar el proyecto por etapas:** ser muy ambiciosos al principio puede complicar el arranque del proyecto o dificultar la obtención del impacto deseado. Es mejor trabajar por períodos, áreas, departamentos, etc.

**2. Fijar objetivos claros y medirlos:** la mejor forma de saber si la herramienta está ofreciendo los resultados es establecer KPIs (Key Performance Indicators) y hacer un seguimiento.

**3. Alinear la tecnología con la estrategia de la empresa:** el uso de la tecnología no será efectivo si no está alineado con la estrategia de la empresa, es decir, debe atender a los intereses generales y no sólo a los de un área concreta.

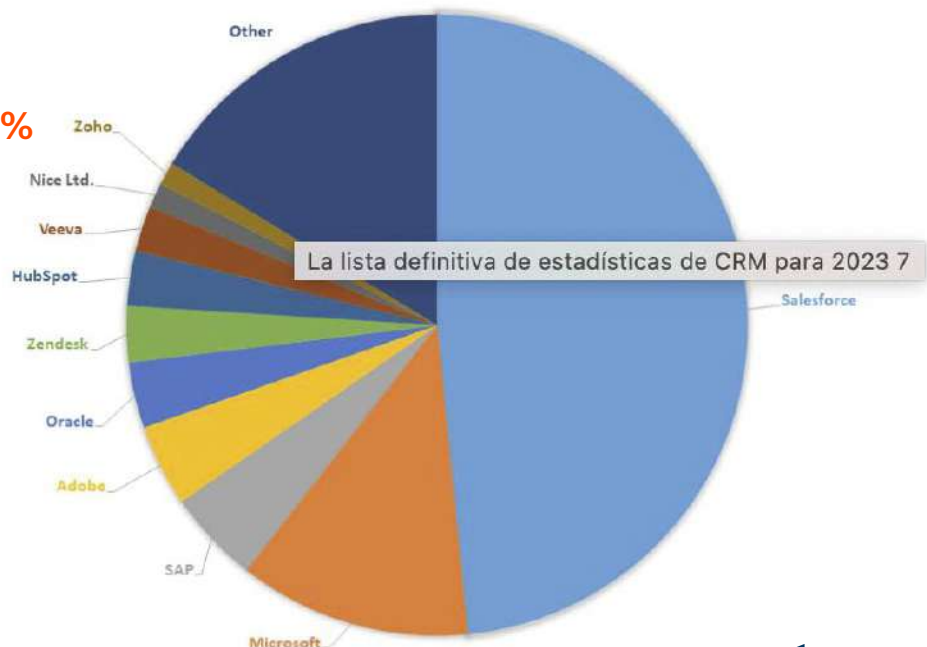
**4. Involucrar al personal:** los profesionales que forman la empresa son clave para que cualquier proyecto de CRM funcione. Es importante que estén convencidos de sus beneficios, conozcan su funcionamiento y acepten los procesos establecidos. Tienen que verlo como un aliado, no como una carga.



## TENDENCIAS

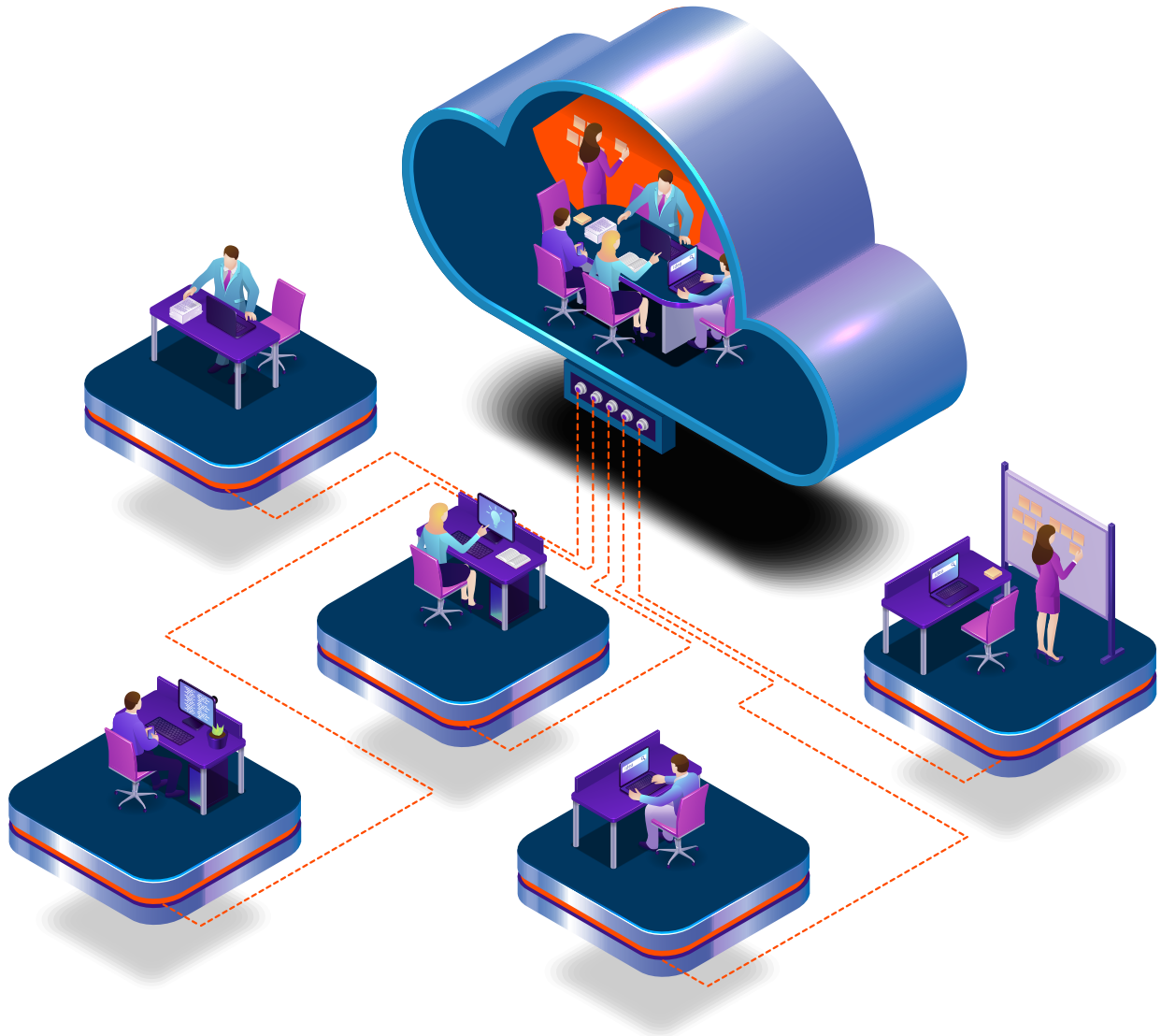
Para 2025, se espera que el tamaño del mercado de CRM en la nube alcance un valor de alrededor de 34.5 mil millones de dólares, con Salesforce, Microsoft, Adobe, SAP y Oracle liderando el camino como los principales proveedores de la industria. El mismo informe sugiere que Salesforce ya posee alrededor del 50% del espacio de CRM en la nube.

### TOP 10 CLOUD CRM APPLICATIONS VENDORS, \$M, AND 2020 MARKET SHARE, %





El CRM de redes sociales está creciendo. GWI (Global Web Index) dice que aproximadamente 1 de cada 4 clientes interactúan con sus marcas favoritas en las redes sociales. Estos clientes quieren tener acceso a más soporte, ventas y servicios en sus canales sociales preferidos, allanando el camino hacia más CRM con tecnología social. Plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest y Twitter ofrecen herramientas específicas que facilitan las ventas directas y las transacciones de servicios. Los principales sistemas de CRM irán más allá de la simple integración de los canales de redes sociales y se transformarán en CRM sociales. Esto significa que los procesos de ventas y servicios en redes sociales desempeñarán un papel integral en cada paso de los procesos de compra y venta, en la creación de relaciones y en el servicio de atención al cliente.



El uso de la AI (Inteligencia Artificial por sus siglas en inglés) será un estándar y un diferenciador del software de CRM. En 2023 el CRM empezará a ser un requisito; las empresas a la vanguardia en su adopción son Alibaba, Amazon y Netflix. Muchos proveedores de CRM ya ofrecen varias aplicaciones basadas en AI que ayudan a mejorar la analítica, el marketing, las ventas y el servicio de atención al cliente, por lo que el alcance e impacto de la AI en los CRM no dejará de crecer.

El auge de las tecnologías de voz también llegará al CRM. El procesamiento del lenguaje natural (NLP por sus siglas en inglés), la tecnología de voz y las interfaces de usuario (UI por sus siglas en inglés) conversacionales forman el próximo conjunto de herramientas de CRM que despuntarán en uno o dos años. Statista calcula que en 2024 habrá en el mercado 8,400 millones de dispositivos con asistentes de voz digitales.





## EL CRM EN MÉXICO

La situación de mercado de software de CRM en México no es diferente del mercado global.

Un informe de Zendesk sobre ventas y tecnología destaca que el 72% de los líderes empresariales están de acuerdo en que los departamentos comerciales deben integrar este tipo de software a las herramientas de ventas para no perder negocios.

El CRM de México se usa ampliamente en equipos de ventas, para realizar un seguimiento del inicio hasta el cierre de una venta, es decir analizar el Customer's Journey. Las empresas que usan herramientas de CRM de ventas ven una disminución del 20% en los costos de operación, aumentan su productividad. Además, se utiliza para optimizar las tareas administrativas, como: Correos electrónicos de seguimiento, registro de conversaciones, crear listas de posibles clientes y seguimiento o búsqueda de oportunidades.

Existen varios ejemplos de empresas líderes que usan CRM de ventas: CEMEX, Grupo Bimbo, Telcel, BBVA México, Femsa, etc. Un caso de éxito de uso es el de iVoy, una empresa de logística de envío a tiendas de ecommerce que se lanzó y creció aceleradamente en México durante la pandemia. Gracias a la implementación del CRM de ventas logró competir en el mercado con gigantes como Amazon o Mercado Libre.

### Los siete mejores softwares de CRM en México para 2023 son:

1 **HubSpot**

2 **monday sales CRM**

3 **Upnify**

4 **DATA CRM**

5 **salesforce**

6 **Clientify**

7 **Bitrix24**



## | CONCLUSIONES

El CRM seguirá siendo una de las principales herramientas de negocios en 2023. Los desarrolladores de software seguirán innovando y ofreciendo nuevas funcionalidades para mejorar la experiencia del usuario. Se espera que el enfoque en el diseño y la facilidad de uso siga siendo una tendencia dominante.

Las tendencias CRM para 2023 girarán en torno a la mejora de la experiencia del cliente, la personalización y la inteligencia artificial. Los vendedores necesitarán proporcionar un servicio cada vez más personalizado a medida que los clientes se vuelven más exigentes. La inteligencia artificial se utilizará cada vez más para automatizar tareas repetitivas y simplificar el proceso de toma de decisiones.

La popularidad de los CRM está en aumento y se espera que continúe creciendo. A medida que más y más empresas buscan mejorar la forma en que interactúan con sus clientes, el CRM se convertirá en una herramienta indispensable para muchas organizaciones.







# AUTORES



**Armando Cordoba**

**Chief Strategy Officer LATAM**

---

Ha estado aprendiendo de la industria del marketing durante los últimos 20 años, tanto del lado del cliente como de agencia, adquiriendo una amplia experiencia liderando equipos en múltiples áreas trabajando en Kantar como investigador cuantitativo y cualitativo, en Mondelez y Danone como Consumer Insights & Strategy, y en Havas Media y GroupM como Strategic Planner y Director de Servicio al Cliente. Es un entusiasta de la toma de decisiones basada en data y de la comprensión del comportamiento de las personas. Ha trabajado para diversas industrias, principalmente bienes de consumo de alta rotación (FMCG), finanzas, artículos de lujo y retail.

Hoy es Chief Strategy Officer de Human Connections Media para Latinoamérica. Disfruta escuchar historias cautivadoras, asar a la parrilla y ver deportes.



**Mercedes Van Rompaey**

**Associate Content Developer**

---

Estratega de Marketing y Comunicación con más de 25 años de experiencia en marcas de Healthcare y Consumo Masivo. Es Doctora en Medicina Veterinaria y Tecnología de alimentos. También es especialista en Salud Pública.

Su obsesión es entender las conexiones entre los consumidores y las marcas.





**Human Connections Media** es una agencia de medios independiente, con oficinas en México, Argentina, Chile, Peru, Ecuador, Paraguay y EE.UU., experta en data y en la búsqueda permanente del entendimiento empático de la información para llegar a la mejor y más eficiente implementación, brindando así una solución integral a los problemas de negocios que tienen hoy las marcas, siempre teniendo en el centro a las personas y a las audiencias, que es con quien tenemos que conectar.

#### Especialidades

Communication Planning, Media Planning & Buying, Interactive, Research, Social Media, Digital, Mobile, Insights, Content, Activation, SEO, eCommerce, UX, Programmatic, Consulting, Data Modelling, Data Management y Search.

#### Para mayor información:

✉ [hgomez@humanconnectionsmedia.com](mailto:hgomez@humanconnectionsmedia.com)

🌐 [www.humanconnectionsmedia.com](http://www.humanconnectionsmedia.com)

📷 [@humanconnectionsmedia](https://www.instagram.com/humanconnectionsmedia)

