

# Cómo elegir el mejor **CRM** móvil para disparar tus ventas



**inaCátalog**  
mobility sales

## 00 | Índice

- 01 | ¿Qué es un CRM? (3)
- 02 | ¿Cómo influye un CRM en la toma de decisiones? (5)
- 03 | ¿Qué funcionalidades debe incluir un CRM móvil? (7)
- 04 | Beneficios de implantar un CRM con movilidad en la empresa (10)
- 05 | Seguimiento de clientes y ventas con inaCátalog (13)
- 06 | ¿Por qué inaCátalog? (15)
- 07 | Nuestros clientes opinan (17)

## 01 | ¿Qué es un CRM?

El término **CRM** responde a las siglas “**Customer Relationship Management**”, que integra distintos conceptos:

**C** – Customer: Clientes

**R** – Relationship: Relaciones, interacciones

**M** – Management: Manejo, administración, gestión, gerencia

Además, el propio término CRM tiene varios significados. Por un lado se puede decir que el CRM responde a una **estrategia empresarial centrada en los consumidores**, basada en el conocimiento de los usuarios y sus experiencias. Su fin es entender, anticipar y responder a las necesidades de los clientes y los potenciales clientes, con una metodología que aumente el valor del vínculo entre cliente y empresa.

La segunda de sus acepciones se relaciona con el **software CRM**, que son los sistemas informáticos creados para ayudar a organizar y describir las relaciones con los consumidores.

Sin embargo, ambos significados están estrechamente ligados. De este modo, el CRM se podría entender como una **estrategia que afecta a todos los niveles de la empresa, cuyo objetivo es ayudar a mejorar la atención al cliente** y su relación con la organización, gestionando todos los inputs de entrada y salida de datos a través de plataformas o software CRM de distinta índole integrados con los sistemas de marketing y de gestión de la empresa.



Entre las variables de sistemas de Customer Relationship Management, el **CRM móvil es el que mayor peso ha adquirido** entre las empresas en los últimos años, ya que añade estas mejoras de la relación con los clientes a cada interacción y visita comercial, su implantación es relativamente sencilla y su uso tiene todas las ventajas del CRM tradicional y muchas más:

- ✓ **Rápida implementación:** es simple y moderno y de fácil utilización. En el caso de inaCátalog, es su propio equipo quien realiza la implementación de la herramienta para que la empresa no tenga que realizar mayores esfuerzos. Además, se ubica en dispositivos a los que los equipos están acostumbrados, por lo que rápidamente se adaptan a ellos. También forman al equipo técnico del cliente para que lo pueda manejar y al equipo comercial para que lo aproveche al máximo.
- ✓ **Mejora de la productividad:** la productividad de la fuerza de ventas aumenta hasta un 15%, y más del 65% de los comerciales que trabajan con un CRM móvil superan sus cuotas de ventas.
- ✓ **Reducción de costes:** al disponer de una implantación tan sencilla y que necesita pocos recursos, la cantidad de inversión inicial se reduce frente a un CRM tradicional. Además, los resultados comienzan a mejorar desde el primer año.
- ✓ **Acceso permanente:** las herramientas de CRM Tablet como inaCátalog permiten gestionar la información desde cualquier lugar, de manera online y offline.
- ✓ **Innovación:** las soluciones de gestión de clientes móviles están en constante proceso de evolución y adaptación tanto a las empresas como a sus clientes.

*“El CRM de inaCátalog permite manejar 3 variables de información fundamentales: la información histórica de ventas, reportes (cualquier tipo de información o estadística que la empresa sea capaz de generar) y archivos multimedia adjuntos, que brinda una inmensa capacidad de ofrecer información a clientes y agentes”.*

**José Antonio Enguix**  
Director de Producto inaCátalog

## 02 | ¿Cómo influye un CRM en la toma de decisiones?

La **implementación y manejo de un buen CRM móvil** es muy importante, ya que el vínculo que tiene una empresa con sus clientes marca la diferencia. Tanto para crear nuevas relaciones como para reforzar las ya existentes, las herramientas CRM han ido evolucionando con el paso del tiempo.

En ese sentido, el CRM responde a la necesidad de integrar estrategias tecnológicas que permitan a la empresa **automatizar ciertos procesos organizacionales** y aporten una imagen amplia y precisa de las actividades que afectan a la comercialización.

El manejo de esta información se extiende a todos los ámbitos y niveles de la empresa, facilitando, por un lado, la actividad de los comerciales, que **conocen mejor a sus prospectos y pueden personalizar sus visitas** y mejorar las pre-visitas; por otra parte, los sistemas de gestión de clientes móviles influyen positivamente en la toma de decisiones por varios motivos:

- ✓ Ofrecen **una información completa y detallada de cada uno de los consumidores**, sus gustos y necesidades. Gracias a ello podremos brindarles los servicios que valoran y ofrecerles productos que desean comprar.
- ✓ Incluyen datos sobre el **valor actual y potencial del cliente**, lo que permite desarrollar planes de fidelización personalizados y desarrollar ventas cruzadas.
- ✓ Permiten crear un **perfil integral de los diferentes prospectos**, facilitando la segmentación de consumidores.
- ✓ **Centralizan la información** en un mismo sistema, evitando que se pierdan datos de especial interés y minimizando errores.
- ✓ En el histórico de cada usuario podemos **conocer su comportamiento de compra** detallado, para programar piezas de marketing personalizadas y segmentadas para aumentar la conversión y el número de clientes.
- ✓ Asimismo, facilitan **predecir las probabilidades de éxito** de una campaña en cada segmento, anticipando comportamientos.
- ✓ Gracias a ellos podemos **pronosticar el volumen de ventas**, medir el servicio al cliente y hacer un seguimiento del rendimiento del negocio.

*“Los reportes permiten capturar información de forma ordenada para que su posterior tratamiento en estadísticas sea posible de forma fácil y ágil. Por ejemplo: analizando las estadísticas de no venta puedo saber los principales motivos por los que determinados productos no se están vendiendo y tomar decisiones acertadas que ayuden a cambiar esta situación.”*

**Clara Vidal**

Marketing Manager inaCátalog

En definitiva, un **CRM mejora la toma de decisiones permitiendo evaluar distintas variables** clave, ayudando a llevar un control y realizar estrategias predictivas. El resultado es la definición de una estrategia comercial mucho más efectiva y un marketing más enfocado a las ventas: dos equipos que trabajan unidos, hablando el mismo lenguaje, incrementando la eficacia, mejorando la atención al cliente y ahorrando recursos.



## 03 | ¿Qué funcionalidades debe incluir un CRM móvil?

El **CRM móvil es el mejor aliado para un departamento comercial**. Sin embargo, hay que saber cuál es el que mejor se adapta a nuestras necesidades y las funcionalidades que este debe incluir.

Un buen **software de gestión de clientes** para comerciales debe disponer de una buena interfaz de usuario, ser adaptable y ofrecer un manejo sencillo e intuitivo, para ayudar de la manera más eficaz posible en las tareas de ventas y comercialización diaria. Entre las características que debe incluir un buen CRM móvil están:

### 3.1 Fácil adaptación con el ERP e integración de dispositivos

Con un **software de gestión de clientes integrado con el ERP** o sistema de planificación de recursos, la información relevante se comparte y se puede aprovechar en la toma de decisiones antes de crear una nueva acción promocional o lanzar una nueva campaña. Gracias a ello también se pueden ahorrar recursos, pues la integración automática permite sincronizar la información entre el ERP y el dispositivo y viceversa.

*“En inaCátalog prácticamente trabajamos con integración a medida y no depende del ERP, solo de las facilidades que este tenga para permitir el intercambio de información.”*

**José Antonio Enguix**  
Director de Producto inaCátalog

Asimismo, debe ser **multicanal y compatible** con los dispositivos móviles utilizados por el equipo de ventas.

### 3.2 Capacidad de evolucionar e integrar nuevas funcionalidades

El CRM móvil debe incorporar una serie de módulos básicos de serie, útiles para todo tipo de empresas. Además, **debe ser personalizable e incluir otros módulos** que la organización pueda ir incluyendo según sus necesidades y desarrollo. El software debe ser capaz de crecer junto al negocio.

*“inaCátalog es un software comercial estándar que ofrece un completo paquete de funcionalidades comunes a muchos sectores y que además, si el cliente lo necesita, se le pueden ajustar parámetros (características) de la configuración para que la aplicación se adapte a lo que necesita. Por otra parte, hemos ido desarrollando soluciones que responden a necesidades concretas de determinados sectores de actividad, por ejemplo: el módulo de Pedidos Transfer especial para el sector farmacia o el módulo de Cálculo de Portes por Agencia especial para el sector industrial.”*

**Clara Vidal**

Marketing Manager inaCátalog

### 3.3 Facilitar la importación y exportación de datos

La información debe poder importarse y exportarse a otros sistemas para manejarla desde otras plataformas y softwares. De este modo, un buen CRM **permitirá las sinergias entre departamentos** y la coordinación de ventas, atención al cliente y marketing.

### 3.4 Incorporar un buen sistema de reportes

¿Cómo debe ser este sistema de reportes? Debe **incluir una serie de plantillas personalizables** según las necesidades de cada empresa. Además, si se dispone de un sistema de reportes in situ y automatizado, se evitará perder información relevante tanto a la hora de realizar



el propio informe como de centralizar/subir los datos. Los reportes deben registrar datos como lugar, hora, cliente o tipo de acción de forma automática.

### 3.5 Disponer de un centro avanzado de estadísticas

El software no solo debe facilitar el conocimiento de los clientes, sino también de la propia **actividad comercial y el seguimiento de la fuerza de ventas**. Para ello, es imprescindible contar con un centro avanzado y personalizable de estadísticas, donde se midan datos como los KPI de ventas, tops de ventas, gráfico agrupado de ventas, evolución de ventas, comparativas y comunicaciones optimizadas, etc.

### 3.6 Cuidar la seguridad y la resolución de incidencias

El CRM encierra una gran cantidad de información relevante, valiosa y sensible de la empresa y sus clientes. Por ello, **la seguridad debe ser una de las máximas de cualquier proveedor**. La información de la aplicación debe prever caídas de servidor, estar encriptada, con acceso custodiado por contraseña y disponer de inhabilitación y supervisión remota, entre otras funcionalidades.

*“Cuando un cliente nos busca interesado más por la parte de CRM que de ventas, normalmente está buscando un sistema de reporting comercial que le permita a sus agentes reportar sus visitas, llamadas, acciones, competencia, etc. De esta forma el vendedor puede consultar antes de la visita el histórico de reportes, recordar todo lo hablado con anterioridad y tener toda la información fresca y a mano. También son muy demandados los históricos de pedidos, actividad, la gestión de cobros, así como una ficha de cliente completa con datos de contacto, información comercial, financiera, de cobro, etc.”*

**Clara Vidal**

Marketing Manager inaCátalog

## 04 | Beneficios de implantar un CRM con movilidad en la empresa

Al decidir implantar un CRM con movilidad en la empresa, esta debe realizar una serie de **inversiones iniciales** (adquisición del producto y soportes técnicos...). Sin embargo, estos sistemas amortizan rápidamente su rentabilidad.

**Los resultados de una herramienta para comerciales de estas características comienzan a ser plausibles desde el primer año**, y a medida que transcurre el tiempo y la compañía gana experiencia con sus clientes y el manejo del CRM, este aumenta la eficiencia y la eficacia de servicio al cliente y de gestión comercial. Los consumidores se sentirán satisfechos con la empresa, ya que recibirán una atención completa y personalizada.

La **fidelización de los clientes**, si se aprovechan estas plataformas y se realiza la actividad comercial correctamente, **irá en aumento**: los prospectos tendrán la confianza de ser bien atendidos, por lo que seguirán comprando tus productos y servicios, se convertirán en prescriptores de tu empresa, darán buenas referencias su círculo de influencia y siempre estará dispuestos a pagar un poco más a cambio del servicio que reciben.

Todos estos avances permitirán una **diferenciación de las empresas**. Pero no hay que caer en la idea errónea de que el software hace todo esto por sí solo. Debemos tener en siempre presente que para lograr los objetivos de negocio hay que **utilizar y gestionar los datos de los que disponemos de manera productiva**, combinándolos con datos operacionales, analíticos y de soporte que doten a nuestro equipo de las herramientas necesarias para ofrecer a los consumidores la mejor experiencia posible.

*“inaCátalog nació como herramienta para llevar el catálogo comercial y tomar pedidos, pero ha ido evolucionando a un sistema que da información a los agentes para preparar visitas más exitosas y recoger información que permita a las empresas mejorar en el enfoque de sus productos y sus ventas.”*

**José Antonio Enguix**  
Director de Producto inaCátalog

Bien aprovechadas, las herramientas móviles de gestión de clientes dotarán a los equipos comerciales y los negocios de una serie de **ventajas competitivas** que les harán destacar y les ayudarán a hacer mucho más eficaces sus labores y necesidades de su día a día. Las principales son:

- ✓ **Gestión de pedidos optimizada:** los representantes de ventas disponen en todo momento del catálogo completo de productos, así como información relevante actualizada (stock automatizado, promociones, tallas, productos relacionados...) a un solo un clic.
- ✓ **Enriquecimiento de la experiencia del cliente:** los usuarios demandan información y respuestas inmediatas. Por ello, el hecho de poder responder a todas sus cuestiones gracias a una herramienta que proporcione todos los datos de forma automática permite a los vendedores cubrir las necesidades del cliente durante la visita. Además, el hecho de disponer de la información histórica del cliente ayudará a mejorar la pre-visita y su vínculo con el agente.
- ✓ **Ventas efectivas y avanzadas:** la tecnología permite realizar las ventas de forma más rápida y complementarlas con técnicas de venta compleja, así como ofrecer promociones o precios especiales.
- ✓ **Sistema de reportes efectivo y completo:** los agentes realizan los reportes desde cualquier momento y lugar gracias a los sistemas móviles. Asimismo, los informes se centralizan de forma automática, eliminando tareas administrativas y aportando mayor tiempo para dedicarlo a las visitas.
- ✓ **Eficiencia, productividad y motivación:** todas estas facilidades y posibilidades que brinda el software de gestión de clientes móvil se traducirán en un incremento de la eficiencia y la productividad del equipo, además de una mayor motivación para vendedores.

Además, un sistema de gestión de pedidos aporta una serie beneficios en todas las áreas de la empresa:

#### 4.1 Alineación de las acciones de ventas y marketing

- ✓ Facilita la identificación de **oportunidades** y áreas de mejora.
- ✓ Aporta una **visión completa de cada uno de los clientes**, ya que toda la información se almacena en su histórico y se puede complementar con archivos multimedia.
- ✓ La información del cliente se **completa y actualiza** en cada visita.
- ✓ La integración de las bases de datos y la centralización de la información permite **personalizar mucho más el servicio**, mejorando en gran medida la pre-visita.

- ✓ Permite **segmentar las campañas de marketing** y hacerlas mucho más efectivas. Asimismo, se puede conocer qué piezas están utilizando los comerciales durante sus visitas y cuáles están resultando más atractivas.

### 4.3 Favorecimiento de la realización de ofertas personalizadas

- ✓ La existencia de una base de datos actualizada e integrada permite conocer mejor el mercado y **ofertar productos que se ajusten** exactamente a los diferentes segmentos.
- ✓ Ayuda a detectar **nuevas necesidades y a tratar con las objeciones** generando nuevas oportunidades de negocios.
- ✓ Permite a marketing segmentar los productos para que el comercial pueda crear in situ **catálogos personalizados** a partir del catálogo general. También **aprovechar las técnicas de venta** cruzada y complementaria, así como acortar el ciclo de venta de productos complejos.

### 4.4 Rentabilización de la inversión

- ✓ Permite **perfeccionar y diferenciar los servicios** y procesos, optimizando los recursos y por tanto aumentando los ingresos y márgenes de beneficio.
- ✓ Facilita la **toma de decisiones estratégicas** gracias a una explotación de datos eficaz, las estadísticas y los indicadores comerciales del cuadro de mando.
- ✓ El CRM móvil es de **rápida implementación** y fácil actualización.

*“Junto a la parte CRM, inaCátalog ofrece un completo sistema de ventas enfocado a resultados. De esta forma, no solo contribuye a hacer más eficaz el trabajo de los comerciales, también a asentar una metodología que ayuda a vender más, a identificar oportunidades y mejorar cada visita. Todo en una sola herramienta.”*

**Clara Vidal**

Marketing Manager inaCátalog

## 05 | Seguimiento de clientes y ventas con inaCátalog

La herramienta de movilidad comercial inaCátalog ofrece todas las **ventajas de un CRM móvil y facilita un control** más completo de la actividad comercial y las relaciones con los usuarios. El seguimiento de clientes y ventas con inaCátalog se perfecciona en todos sus aspectos:

### 5.1 Optimización de las rutas comerciales

La posibilidad de utilizar el **sistema de geolocalización** en los dispositivos permite **encontrar clientes fácilmente** y establecer la ruta del vendedor antes del comienzo de su jornada.

### 5.2 Ágil acceso a la información y mayor autonomía de la fuerza de ventas

Con el CRM Tablet los comerciales tienen **acceso a toda la información sobre el lead** a solo un clic. De este modo, se pueden preparar mejor las visitas y disponer de cualquier dato que le pueda ayudar a encauzar el proceso de ventas.

Por otro lado, durante la visita no serán necesarios folletos o catálogos adicionales. Tus comerciales tendrán todos los productos, sus características, su material de apoyo gráfico y la información del stock a un solo clic, **sin depender de la central** para una actualización del stock a tiempo real, **aumentando su autonomía** y permitiéndoles cerrar y reportar ventas in situ.

### 5.3 Sincronización de datos y análisis en tiempo real

Los reportes son esenciales para conseguir un seguimiento comercial riguroso, efectivo y organizado. Como hemos comentado, las herramientas de gestión de clientes móviles permiten realizar reportes desde cualquier sitio y en cualquier momento, consiguiendo así un **feedback de mayor calidad**.

Además, la sincronización de datos permite a la central consultar y analizar la información, ahorrando tiempo y recursos y facilitando la toma de decisiones.

## 5.4 Simplificación del proceso de ventas

El uso de las tecnologías móviles y las herramientas de automatización servirán para **dinamizar las ventas**, simplificar el proceso de ventas de un producto complejo y obtener una mayor rentabilidad y crecimiento de tu negocio.

## 5.5 Refuerzo de las relaciones con los clientes

La **estrategia empresarial de hoy en día está basada en las relaciones con los clientes**. Para ello, las aplicaciones de Customer Relationship Manager móviles nos ayudan a mejorar la experiencia de nuestros consumidores, ofreciendo información detallada sobre sus necesidades y permitiendo análisis completos que optimizan la toma de decisiones.



## 06 | ¿Por qué inaCátalog?

inaCátalog es una app y CRM para vendedores basado en la movilidad que optimiza la ruta comercial gracias a la geolocalización y la gestión de la agenda comercial. **El sistema, utilizado en tabletas móviles, y su modo offline** permiten a los agentes trabajar y acceder a la herramienta sin necesidad de conectarse a Internet, lo que evitará pérdidas de información importante o de datos clave para cerrar un pedido con éxito.

Características del CRM Tablet de inaCátalog que garantizan vender de forma más eficiente:

- ✓ **Rapidez:** todas las transacciones e informes se pueden realizar desde el dispositivo del agente, sin necesidad de llamadas a central. Gestionando el stock y otros datos en tiempo real podemos mejorar nuestra estrategia de venta, actuando en el momento oportuno sin necesidad de apoyo. Así, **el comercial adquiere autonomía** para centrarse en lo que realmente importa: vender.
- ✓ **Facilidad de uso:** inaCátalog es intuitivo, sencillo, atractivo y manejable, con un diseño *mobile first & user friendly* y basado en la movilidad.
- ✓ **Gestión y automatización de tareas:** reporta in situ cualquier interacción, aportando de forma automática información relevante gracias a la **geolocalización e integrando los reportes** en el sistema de forma inmediata, ahorrando tiempo y automatizando tareas administrativas.
- ✓ **Información relevante y medible:** muestra todas las interacciones y las **analiza con gráficos inteligentes** para poder detectar a tiempo los problemas, conocer las tendencias de los clientes, conocer cuáles son las prácticas comerciales más efectivas y coordinar a los equipos de ventas.
- ✓ **Conexión permanente y fiable:** se trata de un **sistema encriptado**, seguro y bien diseñado técnicamente, siempre disponible tanto online como offline y con asistencia técnica permanente. En inaCátalog llevamos más de 28 años ayudándote a vender más y mejor.
- ✓ **Innovación y especialización:** inaCátalog está preparado para acompañar a las empresas en su evolución, puesto que las **innovaciones de la app están alineadas con el cumplimiento de los objetivos** y necesidades de negocio.

*“Nuestro equipo es lo que nos hace diferentes, nuestro compromiso e implicación en cada proyecto, en cada cliente.”*

**José Antonio Enguix**

Director de Producto inaCátalog

inaCátalog es una herramienta comercial y un software CRM diseñado para tabletas, pensado para ayudar a las empresas a multiplicar sus ventas y optimizar resultados con eficacia y agilidad. Está pensado tanto para cumplir con las expectativas de los vendedores como con las necesidades de los clientes, optimizando y sincronizando las necesidades de la organización y aportando valor en cada interacción con los clientes. De este modo se aporta valor añadido a la cadena de trabajo y se generan nuevas oportunidades de negocio.

*“Nuestro objetivo es ayudar a los equipos comerciales a vender más, a la vez que les ayudamos a ahorrar costes, tiempo y les facilitamos las tareas comerciales diarias. Buscamos superar las expectativas de nuestros clientes y para ello les ofrecemos una comunicación directa con nuestros técnicos, nos preocupamos por la calidad y la seguridad de la aplicación.”*

**Clara Vidal**

Marketing Manager inaCátalog



## 07 | Nuestros clientes opinan

*“El ciclo habitual de venta se ha reducido ya que los procesos de actualización de catálogos y gestión de pedidos son inmediatos”.*

**ZACARÍAS ROMÁN**

DIRECTOR COMERCIAL EN NAOS SKIN CARE SPAIN, SLU.

*“inaCátalog se ha convertido en una herramienta de trabajo indispensable para nuestro negocio”.*

**GIANCARLO VITA**

RESPONSABLE DPTO. MÁRKETING EN TREPAT DIET, S.L.

*“inaCátalog nos permite darle una herramienta a la fuerza comercial con la que ser más autónomos al mismo tiempo que damos una imagen innovadora”*

**MAR MIRAVALLS**

MARKETING MANAGER EN ANTONIO TARAZONA, S.L.

*“Las facetas en las que más nos ha ayudado inaCátalog son el control de la venta por cliente/comercial y la presentación del catálogo de productos.”*

**FRANCISCO SÁNCHEZ**

DIRECTOR GENERAL EN PAPELES ANOIA, S.A

**¿Buscas incrementar las ventas de tu red comercial?**

Solicita tu demo gratuita de inaCátalog y empieza a vender como nunca

**CONTACTO**



**inaCátalog**  
mobility sales

### **Sobre inaCátalog**

*Además de ayudar a impulsar las ventas o prescripciones de los clientes, a través de inaCátalog también cumplimos otros objetivos clave: ayudamos a mejorar la gestión de sus empresas y de sus equipos comerciales; a reducir costes y tiempos; a ser más eficaces y productivos. inaCátalog es la solución comercial más completa para empresas que les permite mostrar sus productos y servicios, tomar pedidos off-line, gestionar los equipos comerciales y clientes e integrar toda la información en el sistema de la empresa (ERP, CRM, BI, SAT...). **Todo con una sola herramienta.***

### **Contacto**

+34 96 238 83 31

+34 96 238 81 38

[www.inacatalog.com/](http://www.inacatalog.com/)  
[marketing@inacatalog.com](mailto:marketing@inacatalog.com)

#### **inaCátalog Mobility Sales**

Avda. Almansa, 84  
46870 Ontinyent (Valencia)

### **Síguenos**

