

PROMOTORA PROBARTI / UNITY TIJUANA

Ciudad de México a 1 de enero del 2025

Políticas para Atención y Seguimiento en CRM

Objetivo: Establecer lineamientos claros para garantizar el seguimiento efectivo de prospectos y clientes en el sistema CRM. Su objetivo principal es asegurarse de que las interacciones con los clientes sean siempre excepcionales y que se satisfagan sus necesidades y expectativas.

1. Uso Obligatorio del CRM:

- 1.1 Todos los integrantes del equipo de ventas deben registrar y actualizar en el CRM cada interacción con prospectos y clientes en tiempo real o dentro de un plazo máximo de 24 horas.
- 1.2 Los campos obligatorios deben estar completos, incluyendo datos personales del cliente, puntaje de perfilamiento, historial de contacto en bitácora y calendario, tareas completadas, semáforos en verde y naranjas, detalle de oportunidad correspondiente al estatus del cliente y visitas registradas.

2. Frecuencia de Seguimiento:

- 2.1 Los prospectos activos deben tener un seguimiento mínimo de:
 - **Leads calientes:** Cada 48 horas.
 - **Leads tibios:** Cada 5 días.
 - **Leads fríos:** Cada 15 días.

3. Los clientes actuales deben recibir atención personalizada según lo establecido en su plan de seguimiento de postventa.

4. Reasignación de Leads:

- 4.1 Todos los leads que se encuentren cancelados en CRM y por alguna razón vuelvan a pedir informes por cualquier medio, serán reasignados para nuevo seguimiento.
- 4.2 Todos los leads que se encuentren con más de 90 días sin seguimiento en CRM y vuelvan a pedir informes por cualquier medio, serán reasignados para nuevo seguimiento.
- 4.3 Leads sin seguimiento activo con actividades pendientes de más de 30 días (semáforo rojo) serán reasignados para nuevo seguimiento.

5. Calidad del Seguimiento:

- 5.1 Los registros deben incluir información relevante y detallada sobre las necesidades y preocupaciones del cliente.

5.2 Las acciones de seguimiento deben ser proactivas, con propuestas claras y personalizadas.

6. Evaluación del Cumplimiento:

6.1 Se realizará una auditoría semanal del CRM para revisar el nivel de cumplimiento de las políticas de cada asesor.

6.2 Cada asesor recibirá a través de su gerencia un reporte mensual con su desempeño, basado en indicadores clave como:

- Gestión de leads recibidos, acciones y seguimiento.
- Seguimientos realizados dentro de los tiempos establecidos, auditoria de bitácoras.
- Tasa de conversión de prospectos a clientes.

7. Incentivos:

7.1 Los asesores que cumplan con las políticas obtendrán un incremento en asignación de leads por mantener un porcentaje promedio de cumplimiento en todos los puntos siguientes superior al 90%:

- a) Por cumplimiento en la actualización del CRM con puntaje mayor al 90%.
- b) Por realizar los seguimientos según los tiempos establecidos en más del 90% de los casos.
- c) Por gestionar correctamente el ciclo, etapa, registros y visitas en más del 90% de los casos.
- d) Por tener bitácoras proactivas en más el 90% de los casos.

8. Sanciones:

8.1 Los asesores que no cumplan con las políticas recibirán menor cantidad de leads por no mantener un porcentaje promedio de cumplimiento en todos los puntos siguientes superior al 90%:

- a) Por incumplimiento en la actualización del CRM con puntaje menor al 90%.
- b) Por no realizar los seguimientos según los tiempos establecidos en más del 10% de los casos.
- c) Por no gestionar correctamente el ciclo, etapa y registros y visitas en más del 10% de los casos.
- d) Por no tener bitácoras proactivas en más el 10% de los casos.

8.2 Los reincidentes podrán ser sujetos a revisión de su permanencia en la asignación de leads en el equipo.

9. Capacitación Continua:

9.1 Se ofrecerá capacitación mensual en el uso del CRM y técnicas de seguimiento efectivo.

9.2 Los vendedores deben participar activamente en estas capacitaciones para mantenerse actualizados y mejorar su desempeño, se tomará lista de asistencia y participación.

10. Excepciones y Justificaciones:

- 10.1 Las excepciones a estas políticas serán revisadas caso por caso y deberán ser justificadas ante el gerente de ventas y coordinación comercial de la desarrolladora.
- 10.2 Situaciones como ausencias justificadas o problemas técnicos comprobados podrán ser consideradas.

11. Monitoreo y Retroalimentación:

- 11.1 El gerente de ventas realizará reuniones periódicas en el mes con su equipo de ventas para analizar los resultados del equipo y proporcionar retroalimentación.
- 11.2 Estas reuniones también servirán para identificar áreas de mejora, crecimiento y proponer soluciones.

Compromiso del Equipo:

Todos los integrantes del equipo de ventas deben firmar de conformidad estas políticas, comprometiéndose a cumplirlas de manera responsable y profesional.

Aprobación y Vigencia: Estas políticas entran en vigor el día 1 de enero del 2025 y estarán sujetas a revisión trimestral por la dirección comercial de ProArquitectura.

