

*"Solución paquetizada"*

## RDS for SAP CRM

- Escenarios de fuerza de ventas y marketing
- Incluye alcance preconfigurado, servicios de implantación, formación y 5 licencias de usuario
- Implementación rápida y rentable, con precio y plazo fijos
- Reducción de riesgos y mantenimiento post-arranque
- Posibilidad de movilidad (on line y off line)
- Posibilidad de pago en cuota mensual

# RDS for SAP CRM

## CARACTERÍSTICAS

- Solución paquetizada: incluye alcance preconfigurado, servicios de implantación, formación y 5 licencias de usuario.
- Contempla los escenarios de fuerza de ventas y marketing.
- Implementación rápida y rentable, con precio y plazo fijos, y con posibilidad de pago en cuota mensual.
- Basada en las mejores prácticas de negocio (BAIO), proporcionando una mejoría en la gestión de las relaciones con los clientes.
- Funcionalidad específica para soportar los procesos de compra-venta en empresas de cualquier sector.
- Instaaura flujos de información ágiles y fundamentales para el equipo directivo, marketing, y ventas.
- Posibilidad de movilidad (on line y off line): toda la información de los clientes en cualquier lugar.

## BENEFICIOS

- Gestión 360° de los clientes: unificación de los datos de los prospectos, cuentas, leads, oportunidades, ventas y servicios postventa.
- Maximiza la productividad y la rentabilidad tanto de la inversión como del esfuerzo comercial.
- Escalable a las necesidades de cada empresa, para promocionar el crecimiento de los beneficios económicos.
- Información de los clientes siempre actualizada: seguimiento en tiempo real para advertir las oportunidades.
- Incrementa los beneficios porque es una herramienta que potencia la fuerza de ventas y la gestión del pipeline.
- Útil para los imprevistos de la demanda, las dinámicas del mercado y los procesos de comercialización.

*“Solución paquetizada”*

*“La compañía puede ahora administrar la información de los contactos, tratar su actividad, planificar y llevar a cabo un plan de marketing, segmentar, calificar y gestionar a los clientes, así como administrar e integrar toda la información de ventas para que los clientes potenciales más prometedores acaben convirtiéndose en los clientes reales más rentables.”*

Director de marketing  
Fidelity

