



ALIADOS

DE CLANPYME

REVISTA MENSUAL

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

¿TE PREGUNTAS SI NECESITAS UN CRM?

LA IMPORTANCIA DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN CON TUS FUTUROS CLIENTES Y CLIENTES ACTIVOS

IMPORTANCIA DE LA INDUCCIÓN DE PERSONAL EN EL BUEN FUNCIONAMIENTO DE LAS PYMES

¡NO DEJES QUE LA PROFECO TE MULTÉ!

EL PODER VISUAL

Y MUCHO MÁS...



CLAN PYME

En la unión, está nuestro éxito

**NUNCA MÁS
CAMINAREMOS
SOLOS**

**AFILIATE
999 572 3066**

WWW.CLANPYME.COM.MX



El mes de septiembre es muy especial para todos los mexicanos, es un mes que exalta el patriotismo y provoca tradiciones y reuniones con familiares y amigos para celebrar el ser mexicano.

Este mes representa de alguna forma también la grandeza de nuestro pueblo, y en el ámbito empresarial de igual forma se genera patriotismo, en las oficinas y negocios en donde vemos banderas y decoración tricolor.

Este mes también rememora la altura de nuestro pueblo en temas de apoyo y solidaridad.

Sigamos siendo patriotas, sigamos siendo solidarios y festejemos apoyando a empresarios de nuestro país, estos valientes que generan 7 de cada 10 empleos y que da un gran aporte a la economía nacional. En esta edición encontraran a algunos de ellos.

Unámonos nuevamente al grito de Viva México, Viva su Gente, y Vivan sus Héroes.

NUNCA MAS CAMINAREMOS SOLOS



TRANSFORMACIÓN DIGITAL

POR NEX2CLOUD

QUE NO ES LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

EMPRESARIAL:



NO SE TRATA DE RECOLECTAR Y ALMACENAR DATOS SIN UN OBJETIVO



DIGITALIZAR DOCUMENTOS NO ES PARTE DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL



ABRIR UNA CUENTA EN UNA RED SOCIAL, TAMPOCO ES TRANSFORMACIÓN DIGITAL



ADQUIRIR TECNOLOGÍA PORQUE PARECE NOVEDOSA ES UN ERROR GRAVÍSIMO



ADQUIRIR PRODUCTOS COMO COMPUTADORAS, CELULARES O DISPOSITIVOS QUE VUELAN, NO ES TRANSFORMACIÓN DIGITAL.



ENTONCES...
¿QUÉ ES?



ES LA INTEGRACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN TODAS LAS ÁREAS DE UN NEGOCIO, SU RAZÓN DE SER ES TRANSFORMAR LA FORMA EN LA QUE SE ENTREGA VALOR A LOS CLIENTES.





PAKTE INICIES



~~DE \$875 MXN A~~

DESDE *\$750 MXN AL MES

- **PAGINA WEB INFORMATIVA.**
- **CORREO CORPORATIVO.**
- **CRM, REGISTRA OPORTUNIDADES, CONVIERTELAS, COTIZA.**
- **CONMUTADOR TELEFONICO CON WHATSAPP BUSSINES**



+52

5553513400

**CONOCE LOS DETALLES
CONTACTANOS:**

**PARA MIEMBROS CLAN PYME
*MÁS IMPUESTOS, PAGO ANUALIZADO**



Emprendimiento, Emprendedor y algo mas

Pareciere que los temimos emprendimiento y emprendedor son palabras o conceptos de moda y es utilizado en la actualidad de manera muy recurrente en todo el mundo. El emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, ya que el hombre se caracteriza por asumir riesgos con el objeto de generar oportunidades de crecimiento económico que le puede brindar una mejor calidad de vida. Pero también hay que entender que este concepto se ha vuelto últimamente de suma importancia pues es derivado de la necesidad de superar principalmente problemas económicos y así ayudar a la economía de la persona, de la familia, del país o la región donde nos encontremos.

La palabra emprendimiento es de origen francés " entrepreneur " que significa pionero. El economista Joseph Shumpeter en el siglo XX ubica el emprendedor como el centro de un sistema económico.

El emprendimiento es importante en el desarrollo de las sociedades, dado que permite, por ejemplo, a las empresas buscar innovaciones y poder también transformar sus productos o servicios actuales. Existen en la actualidad cursos a nivel universitario que tiene como objetivo formar individuos calificados para innovar y modificar organizaciones, aportando así al mejoramiento de la economía.

Ahora el emprendedor es el adjetivo que utilizamos para hacer referencia de la persona que emprende acciones o proyectos con un alto grado de dificultad.

Es importante mencionar y destacar, que en tiempos de crisis económica ya sea de manera personal, familiar, en el país o en la región surgen los emprendedores, y esto es derivado de la crisis que la misma desencadena en el ámbito económico, social y medio ambiental. Específicamente los altos niveles de desempleo "empujan" a los individuos a transformarse en emprendedores por necesidad, para generar un ingreso propio y no necesariamente para generar un negocio, sino para generar un autoempleo.

Es claro que podemos encontrar diferentes definiciones de emprendimiento y emprendedores, pero lo que recomendamos es tener por lo menos en mente muy claro los siguientes con conceptos, ideas o palabras que están involucrados con el ámbito de emprendiendo:



The image shows a logo for 'AS EMPRESAS' with the letters 'EF', 'GC', 'OP', and 'EE' arranged in a semi-circle above the 'AS'. Below the logo is a horizontal line with a double-headed arrow. To the right of the logo is a list of contact information:

- ✉ asc.empresasfamiliares@gmail.com
- 📞 22.25. 87.07.66
- 📱 22.25. 87.07.66
- ASC Gobierno Corporativo
- ASC Empresas Familiares
- ASC Optimizacion de Procesos
- ASC Eficiencia Energética
- ASC Empresas
- 📷 Asc_empresas
- 🌐 ascempresasfamiliares.com/ascempresas

- Innovación.** Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado.
 - Reto.** Desafío que implica sortear dificultades para ser concretado.
 - Creatividad.** Capacidad de creación.
 - Persistencia.** Acción de mantenerse firme o constante en algo.
 - Resistencia.** Acción de tolerar, aguantar o sufrir.
 - Organización.** Establecer o reformar algo para lograr un fin, coordinando las personas y los medios adecuados.
 - Planificación.** La planificación es el proceso y efecto de organizar con método y estructurar los objetivos trazados en un tiempo y espacio
 - Automotivación.** Automotivación es dar las razones, el impulso, el entusiasmo y el interés que provocan una acción específica o un determinado comportamiento positivo.
 - Altibajos.** Alternancia o cambio brusco del estado de ánimo.
 - Enfoque.** Plantear, analizar o examinar un tema o un asunto de forma tal que se consiga resolverlo de manera acertada.
- Pensamiento positivo.** Proceso de buscar los mejores resultados de las

Entendiendo que no todos los conceptos, ideas o palabras mostradas pueden formar parte de tu manera de ser y actuar, te recomendamos para ser emprendedor exitoso identificar los conceptos, ideas, habilidades y aptitudes que tienes y potencializarlas además de dejarte acompañar o asesorar por personas que te puedan complementar los elementos faltantes de tal forma que integres la mayoría de estos elementos, habilidades y aptitudes que permitan asegurar el éxito de tu emprendimiento, negocio o empresa

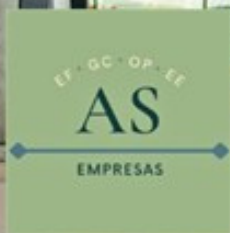
Como reflexión final, si entendemos que como emprendedores, dueños de negocio o empresas que podemos ayudar a generar un mejor nivel de vida en nuestro país, entre otras cosas, sigamos en este camino acompañados de los mejores grupos de apoyos, de los mejores asesores, de los mejores clientes, de los mejores proveedores que juntos podremos hacer una mejor vida para todos.

David Arciniega Soriano
AS Empresas

Nota: por favor mandamos tus comentarios, inquietudes o solicitud de asesoría



**Diseña
 Planea
 Ejecuta
 Supervisa**



Te apoyamos en tu gran emprendimiento

EF · GC · OP · EE

AS

EMPRESAS



CONOCE ALGUNOS DE NUESTROS SERVICIOS



CHECK UP EMPRESARIAL

- ✓ Identificamos áreas de mejora
- ✓ Establecemos plan de acción
- ✓ Ejecutamos plan de acción
- ✓ Monitorea resultados

PLAN DE NEGOCIOS

- ✓ Diseñamos tu plan de negocios
- ✓ Cronograma de actividades
- ✓ Te acompañamos en la ejecución
- ✓ Revisiones periódicas



DESARROLLO DE INDICADORES (KPI'S)



- ✓ Identificación de indicadores
- ✓ Creación de indicadores
- ✓ Diseño de tablero de control
- ✓ Análisis de indicadores
- ✓ Auto evaluables
- ✓ Auto gestionables

EVENTOS



Integrate a la mejor red empresarial
En la unión está nuestro éxito



**PRODUCTORA DE CINE
Y AUDIOVISUAL**



2225211565

El Poder Visual

CÓMO EL CONTENIDO AUDIOVISUAL DE CALIDAD TRANSFORMA LA CONEXIÓN CON EL CLIENTE

El contenido audiovisual ha dejado de ser simplemente una tendencia para convertirse en un pilar fundamental en la era digital en la que vivimos. Hoy, más que nunca, vivimos en un mundo saturado de información. Pero, ¿qué es lo que realmente capta nuestra atención y nos hace detenernos en medio de la avalancha de contenidos? Aquel video, animación o infografía que destila calidad en cada fotograma.

Imagínate por un momento navegando por la web. Las páginas con videos te retienen más tiempo, no porque sí, sino porque el ser humano es visual por naturaleza. Nos conectamos, entendemos y empatizamos más a través de imágenes y sonidos. Si a esto le sumas información compleja, un video bien hecho puede transformar algo complicado en una pieza comprensible y atractiva.

Además, en el mundo empresarial, la calidad se traduce en imagen. Una empresa que se preocupa por producir contenido audiovisual de alta calidad está enviando un mensaje claro: valora a sus clientes, se preocupa por la presentación y busca la excelencia en su comunicación. Y no es solo una cuestión de imagen, los buscadores web, esos grandes guardianes del contenido en línea, premian a quienes ofrezcan materiales frescos y relevantes, y los videos están en la cima de sus preferencias.

Pero hay algo aún más profundo en juego. El contenido audiovisual tiene el poder de conectar emocionalmente. Las historias contadas a través de este medio pueden resonar en nuestro interior, generando sentimientos y construyendo lazos. Una marca que logra conectarse emocionalmente tiene, sin duda, una ventaja competitiva.

Y si a todo esto le añadimos la cereza del pastel: la posibilidad de que un contenido se vuelva viral. Un video, una animación, cualquier pieza audiovisual que impacte puede ser compartida una y otra vez, dando una exposición masiva a la marca sin los enormes costos de una campaña publicitaria tradicional.

En resumen, en un mundo donde lo visual rige, el contenido audiovisual de calidad no es un lujo, sino una necesidad. Las empresas que lo entienden y lo adoptan no solo están mejorando su visibilidad, sino que están construyendo puentes sólidos con sus clientes



Jorge Patiño
HACER CINE



¡No dejes que la Profeco te multe!

¡Atención a todos los comerciantes que ofrecen productos y servicios en línea!

Es importante que sepas que en tus plataformas digitales, además de mostrar un aviso de privacidad, debes incluir una sección donde expliques los términos y condiciones bajo los cuales ofreces tus productos. Esto es necesario según la ley federal de protección al consumidor.

El comercio electrónico ha hecho que comprar y vender por internet sea más fácil que nunca. Pero como vendedor, tienes que asegurarte de cumplir con las reglas para proteger los derechos de los consumidores. Un aspecto vital es tener términos y condiciones que sean claros, completos y que sigan las reglas de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Los artículos 76 y 76 Bis establecen los datos mínimos que debes proporcionar en tus transacciones en línea. Si no los incluyes, podrías enfrentar multas fuertes de hasta \$1.5 millones de pesos por parte de la Profeco. También podrían cerrar tu negocio o cancelar tus licencias.

Algunos de los datos que debes incluir son:

1. **Detalles del producto:** cómo es, qué tiene, cómo funciona.
2. **Precio total:** desglose de costos, impuestos y envío para que todo esté claro.
3. **Métodos de pago aceptados:** efectivo, transferencia, tarjetas de crédito/débito.
4. **Información del vendedor:** nombre, dirección, teléfono.
5. **Entrega:** cómo y cuándo se entregará.
6. **Devoluciones y cancelaciones:** qué hacer si algo sale mal.
7. **Datos de contacto:** teléfono, correo, chat para preguntas.

Por ejemplo, la tienda "RopaMX" cumple con esto en sus términos y condiciones, detallando todo lo necesario. Pero "ComidaRápidaYA" no muestra los términos antes de la compra, lo cual es un error grave y puede resultar en multas.

Antes de comprar, asegúrate de ver los términos claros. Puedes usar herramientas legales para mejorarlos. También es buena idea entrenar a tu equipo en estas reglas. Tener términos justos y completos crea confianza y buenas relaciones. Además, te hace más competitivo y evita problemas costosos.

Es nuestra responsabilidad ética informar bien antes de una compra en línea. Pero también es un deber legal que todos los vendedores deben cumplir. Asegúrate de seguir los artículos 76 y 76 Bis. La Profeco se asegura de que se apliquen para proteger a los consumidores.

El comercio en línea seguirá creciendo, y nosotros debemos crecer con él, de manera legal y justa. Con términos responsables, todos ganamos: clientes contentos y negocios exitosos. Valora la confianza de tus clientes con transparencia en cada transacción.



FL



FACULTAD LATINOAMERICANA
UNIPOL

DIPLOMADO: EN FINTECH

**DIPLOMADO:
PROTECCIÓN DE DATOS
PERSONALES**

**DIPLOMADO EN:
DERECHO EMPRESARIAL
PARA EMPRENDEDORES:**

DIRIGIDO A
ABOGADOS,
EMPRESARIOS,
MERCADÓLOGOS,
CONTADORES,
PÚBLICO GENERAL

INICIO EN LÍNEA
23 DE SEPTIEMBRE DE 2023

IMPARTE:
MTRO . GERARDO SALAZAR
MAYORES INFORMES AL
WHATSAPP:

5564420130

5513674961



<https://facultadlatinoamericanaunipo.l.edu.mx/diplomado-en-fintech/>



CLAN PYME
En la unión, está nuestro éxito

TE INVITAMOS A FORMAR
PARTE DE NUESTRA COMUNIDAD
LLAMA AL 9995 72 3066
lescalante@clanpyme.com
www.clanpyme.com.mx



¿Que es hacer networking y para que me sirve?

Una de las mejores formas de obtener clientes calificados es cuando provienen de una recomendación directa, esto es porque casi siempre quien te recomienda conoce por lo menos superficialmente cuál es tu actividad, tu calidad, tus servicios y demás temas que tienen que ver con tu empresa; estos referidores hacen muchas veces una pequeña consulta de las necesidades del cliente que te están compartiendo, por lo que en la mayoría de las veces tienen información previa que te ayudara a poder preparar una presentación más dirigida y personalizada, ejemplo, como es el cliente, que está buscando, cuál es su presupuesto, quien es su proveedor actual, cuanto le pagan, cuáles son sus problemáticas específicas, como es su sistema o psicología de compra, aficiones, etc. Es por esto que a través de los años la obtención de clientes a través de la referencia suele ser la más efectiva, aún más que el marketing o la publicidad, más que las ventas en frio etc.

Sabiendo esto es que debemos tomar en cuenta el gran potencial que existe de esta dinámica comercial, hoy en día una gran alternativa para crecer de esta forma es el networking, esto no es nuevo, nosotros hemos hecho networking por muchos años y tal vez tú lo has realizado toda tu vida.

Esta dinámica es muy efectiva, pero como todo en la vida necesita trabajo, ejercicio, dedicación, pero cuando caes en cuenta de su potencial es cuando abres la puerta a esos contactos que te darán esos próximos clientes que impulsarán el crecimiento de tu empresa.

Vamos a detallar primero porque si debo hacer networking.

1.- El factor económico deja de ser el más importante; esto es porque tu aparición en la ecuación comercial es fruto de una referencia de alguna persona que ya conozco, que me da confianza, y por ende esa confianza fue compartida contigo en el momento de ser recomendado; les daré un ejemplo muy básico; llegas a una reunión y conversas con un amigo que te dice que tiene problemas mecánicos con su coche, te explica que le pasa y cuales han sido sus problemas y entonces aparece el comercial estrella que dice: yo conozco a un excelente mecánico, me ha tratado muy bien, es honesto y siempre es muy bien hecho y cuidadoso, cobra un poquito más caro que otros pero es excelente, te da garantía, si quieres te lo recomiendo.

Generalmente la respuesta será SI, todos queremos tener esa confianza que te da el saber que es bueno, aquí ya no importa tanto el precio por que quien te recomendó se encargó de darle valor a tu servicio, la puerta está abierta, ya todo lo restante es cumplir con la expectativa.



2.- El factor confianza está superado; muchas de las veces la razón por la cual no te compran es por desconfianza, es más, la mayoría de las objeciones de compra son por desconfianza, en esta negociación la persona que te refirió hizo el trabajo de abrir esta brecha, claro está que aun debes trabajar para reforzar esta confianza, esto siempre ha estado en tu chancha, pero la realidad es que no comienzas en la entrada de la casa, ya estás en la cocina, así que debería ser mucho más sencillo lograrlo.

3.- El ticket promedio se eleva; esto es porque el factor precio dejo de ser el más importante, porque hay más confianza y por ende el cliente estará mucho más receptivo para saber más, y para comprar más en caso de que lo necesite.

4.- Generalmente la acción de recomendarte se replicará; muchas veces esta persona aun y cuando no haya tomado o comprado tu servicio sigue con la idea que le dejo en la mente el primer referidor, y lo más chistoso es que es posible que te recomiende solo por la confianza que le dio ese conocido.

5.- Los clientes que llegan a ti a través de la referencia generalmente serán leales; lógicamente esto ya depende de tu calidad y tus prácticas, recordemos que la calidad y las practicas éticas tambien son poderosos argumentos para tu éxito, pero como la entrada de este cliente contigo fue más sencilla y mas cálida, seguramente seguirá siendo tu cliente mucho tiempo.

Ahora pongámonos el traje de un gran networker. Recuerda siempre que el hacer networking contrario a lo que se piensa en primera instancia no se trata de vender, lo primero que debemos hacer es conectar, abrir la puerta del dialogo, ser sujetos a que quieran conversar con nosotros, como recomendación una de las primeras fallas al hacer networking es mostrar los afilados dientes de tiburón, el acto de querer vender aleja a las personas; te diría que en un buen networking primero preocúpate por conocer a las demás personas, que hacen, desde cuándo y da esas luces de que tú los podrás recomendar con conocidos, esto generará reciprocidad.

En efecto, si ya te diste cuenta el networking significa dar, y no creas que nos olvidamos que el verdadero objetivo es vender, pero no desesperes, esto se dará, pero como lo dije en un principio debemos trabajar estas relaciones; seguramente cualquiera te compartirá un contacto en el primer encuentro o platica, pero te pregunto; ¿crees que te pasaran a su mejor cliente o a sus mejores referencias en ese momento?

La respuesta es generalmente NO, aunque se puede dar el caso debido a que hubo mucha química, pero en realidad es muy difícil, el camino a seguir es trabajar las relaciones, referir, dar y por consecuencia comenzaran a llegarte los mejores prospectos e inclusive se generaran alianzas que no imaginabas.



Siendo así, te recomiendo que practiques tu conexión.

Elabora y perfecciona tu pitch de elevador, que es la plática corta, de menos de un minuto, ahí recuerda que no queremos vender, quiero que sepas que hago, pero no quiero venderte, quiero abrir el canal de comunicación, quiero conocerte y quiero ayudar a tu empresa.

Trabaja mucho en tu marca personal, se memorable, esto te servirá para que siempre encuentres el canal de comunicación abierto.

Se honesto, el interés fingido por alguna persona se huele, apesta y puede ocasionar el efecto contrario al que buscas, así que realmente siempre ten en cuenta que la persona con la que hablas es posiblemente tu próximo mejor cliente o quien te va a presentar a tu próximo mejor cliente.

Por último, **se persistente y paciente**, ya estás en la difícil carrera de emprender así que no corras, practica, habla y relaciónate, estoy seguro que como si fuera un milagro el no tener prospectos será tu menor preocupación.

Espero que esto te pueda servir y recuerda que las puertas de CLAN PYME están siempre abiertas.

Nunca más caminaremos solos.

En la unión está nuestro éxito

Leo Escalante



Importancia de la inducción de personal en el buen funcionamiento de las Pymes

Actualmente es común notar que la mayoría de las empresas dentro del sector comercial poseen una estructura que responde a la categoría de pequeñas y medianas empresas, lo que bien puede indicar que en México cada día se está experimentando un aumento en el establecimiento de dichos negocios como resultado de la evidente demanda de nuevas fuentes de trabajo.

Ahora bien, considerando que las Pymes poseen una presencia relevante dentro del comercio, es necesario enfocar la atención en los elementos que hacen que su desarrollo sea productivo, ya que como bien se conoce, las Pymes inician como negocios familiares, o en su defecto, con poco personal debido a sus limitaciones económicas, lo que influyen en la desvalorización del recurso humano puesto que - en su mayoría - no consideran que dicho recurso determine los índices de productividad.

Es por ello, que en el país, la mayoría de las pequeñas empresas le confieren más valor a la maquinaria con que se trabaja y al estado de la situación financiera, que al recurso humano que la compone; aunado a ello, podemos decir que: Al ser la inducción la primera impresión que el empleado tiene de la empresa, se considera que la misma influirá en la forma en que el colaborador desempeñe sus labores y logre alcanzar sus metas.

Por ello, se requiere que toda empresa sin importar su tamaño ni giro al que va dirigido, ofrezca al empleado la inducción necesaria antes de empezar a laborar, en la que se ofrezca información relevante de la organización, se detallen sus derechos, deberes, normas, políticas, y demás que concierna.

Por su parte, debemos indicar que la eficacia de un Programa de Inducción lo podemos medir en la satisfacción laboral de los empleados de primer ingreso y al omitirla, puede traer como consecuencia la desilusión, falta de motivación, malos entendidos desencadenando en la renuncia del empleado, perdiendo empleados potenciales, así como, el tiempo que se invierte en el proceso de selección y contratación.

Teniendo en cuenta lo anterior, es evidente que las Pymes no están exentas de dichos resultados, ya que aun cuando la empresa es pequeña o mediana, el recurso humano posee las mismas aspiraciones laborales, demandan la atención y el conocimiento necesario para desempeñar de forma efectiva sus funciones. Si bien la maquinaria, la estructura o espacios de trabajo, y la capacidad financiera son fundamentales para el crecimiento del negocio, es el recurso humano quien dará buen uso y manejo de dichos elementos, y es allí donde los empresarios junto con los Administradores de Recursos Humanos deben notar la importancia que tiene el proceso de inducción en todo tipo de organizaciones o negocios.

De tal modo, que existen altas probabilidades de que los nuevos colaboradores tengan un panorama amplio de la organización y de sus funciones siempre y cuando las Pymes reconozcan la importancia que reviste la inducción de personal en el fortalecimiento interno del negocio; para ello, es necesario que el responsable de la inducción del personal le cree sentido de pertenencia

al colaborador, y tenga como objetivo principal, generar una primera impresión positiva de la empresa mediante una notable bienvenida, destacando que las capacidades del colaborador aportaran beneficios a la empresa, lo que permitirá que el colaborador se sienta a gusto en la empresa y se comprometa a generar resultados que demuestren sus habilidades. Por tal razón, Bermúdez (2011) destaca los argumentos realizados por los académicos de la gestión humana y los consultores especializados en temas sobre el manejo del recurso humano, sobre “la importancia de llevar a cabo el recibimiento de los nuevos trabajadores, a través de procesos diseñados, ejecutados y evaluados a la medida de sus empresas. Este proceso recibe los nombres de «inducción general» o «socialización organizacional»”. De tal manera, que el proceso de inducción no solo responde a suministrar la información básica para que el colaborador inicie sus funciones, sino que previamente se debe considerar que tipo de proceso inductivo se adapta mejor a la empresa, ya que la inducción realizada por las grandes empresas no será la misma inducción que requieren las Pymes, debido a que el proceso productivo es menos extenso; sin embargo, esto no indica que se invierta menos tiempo en el proceso inductivo, ya que se debe garantizar los siguientes acciones:

- a) Conocer la información de la empresa (organigrama, misión, visión, objetivos, valores, normativa, entre otros).
- b) Conocer al equipo de trabajo.
- c) Resolver las dudas que se generen en el transcurso del proceso
- d) Hacer seguimiento al personal que participa en el proceso.
- e) Evaluación final que permitirá verificar los resultados del proceso y los puntos a reforzar posteriormente.

En este sentido, el proceso de inducción en las Pymes puede determinar la rapidez con la que el nuevo ingreso se conecta con la empresa y por ende, alcanza su pleno potencial dentro del negocio; el hecho de que las Pymes sean los principales negocios generadores de empleo indica la imperiosa necesidad de otorgarle la importancia que reviste la inducción de personal, ya que de nada sirve que sean generadoras de empleo, y al mismo tiempo, tengan un alto riesgo de que los colaboradores deserten durante el primer periodo o menos de labor. Es por ello que la inducción de personal es importante para el buen funcionamiento de todas aquellas Pymes que deseen lograr el crecimiento productivo.

En On Talent Asesores en Capital Humano, te ayudamos a elaborar un On Boarding o plan de Inducción a la medida de las necesidades de tu organización.

¡Contáctanos!

Maribel Carranco, Director de R.H., On Talen





SERVICIOS DE CAPITAL HUMANO PARA TU EMPRESA

¿Buscas una
mejor gestión del
Talento Humano?

Somos la solución

Te ofrecemos una variedad de servicios digitales e In Site que se adaptan a tu empresa o emprendimiento y mejoran en gran medida tu área de atención al personal.

CONTÁCTANOS HOY MISMO:

| 811800-7818

| ontalentmtty@gmail.com



Monterrey, NL.



Reclutamiento y Selección de Personal

Te ayudamos a conseguir el mejor talento humano para tu empresa.



Análisis Organizacional

Compilamos los datos y te ayudamos a estructurar tu organización.



Capacitación y Desarrollo

Somos expertos en elaboración de planes de carrera, 9 Box, Plan de Capacitación, DNC y más.



MIÉRCOLES

DE EMPRESARIOS

7:00
P.M

ZOOM
SIN COSTO

Participa en nuestra próxima
sesión de networking
mandanos un whatsapp al
999 572 3066

¿Te preguntas si necesitas un CRM?

Estas 5 situaciones te darán la respuesta

Un CRM es una herramienta esencial para cualquier negocio que desee gestionar eficazmente su relación con los clientes. Sin embargo, muchas veces no sabemos si es el momento adecuado para utilizar este tipo de sistema. A continuación, te presentamos cinco situaciones en las que todo negocio necesita un CRM para organizarse: Desde problemas con el manejo de información hasta la cadena de aprobación de descuentos. Además, te explicaremos como solucionar las situaciones que planteamos a través de Pipedrive.

1. Reestructuración de la información

Si buscas un nuevo método para almacenar y gestionar la información de tu negocio necesitas un CRM; También puede ocurrir que los contactos de tu empresa se manejen individualmente según los vínculos de cada vendedor con su cliente. En este caso, los contactos pertenecen a la empresa, pero la relación personal y los datos de los servicios que presta los maneja el vendedor, si este faltase lo más probable es que el cliente utilice los servicios de otra persona.

Con un CRM, no es necesario que el mismo vendedor gestione la información porque la comunicación que ha mantenido, sus requerimientos, entre otros se guardan en el CRM para que otro pueda utilizar la información oportunamente.

Desde Pipedrive podemos manejar todas las fases de nuestros clientes, desde que son prospectos hasta que llevan una larga relación con nuestro negocio. Por lo que, tendremos claro todo el proceso de comunicación y los servicios que requiere ese cliente en específico.

2. Última versión de la presentación

Si tu negocio aún no usa un CRM lo más probable es que la gestión interna entre los empleados se realice a través de correo electrónico, si bien este sistema fue útil e innovador en su momento, en la actualidad existen métodos más prácticos.

Por ejemplo, al crear presentaciones que explican las funcionalidades de un producto, la forma adecuada de brindar un servicio o los precios de estos, por lo general se realizan distintas versiones de la misma presentación de acuerdo a las reuniones con los distintos equipos. De esta manera, la información tiende a variar. Así que, puede que no todos los equipos manejen los mismos datos o que algún empleado confunda los correos electrónicos y ofrezca los servicios de forma diferente a lo acordado.

En Pipedrive podemos subir las presentaciones, precios e información a un único repositorio, donde todo el equipo de ventas puede acceder a ello directamente, pero sin la posibilidad de modificar nada. A su vez podemos actualizar o eliminar los documentos antiguos para evitar crear confusión.

3. Cadena de aprobación de precios y descuentos

Para los equipos de trabajo con un gran número de miembros es particularmente necesario usar un CRM para gestionar la aprobación de precios y descuentos, incluso los que no se han acordado. Si de momento no dispones de este sistema, lo más probable es que gestiones los acuerdos en descuentos especiales para los clientes por correo electrónico o por teléfono, WhatsApp o llamadas. No obstante, esta técnica nos llena de notificaciones innecesarias que debemos contestar obligatoriamente, en lugar de enfocarnos en crear valor a nuestro negocio.

Gracias a Pipedrive este proceso es más fácil, el vendedor sólo debe hacer el requerimiento en línea, incluyendo el nuevo precio. El sistema conocerá de antemano la cadena de mando por lo que enviará la solicitud a la persona correcta y a través de una notificación sencilla podrá decidir si aprobar el descuento o no en cuestión de segundos.

Otra ventaja de Pipedrive, es que permite registrar todo el proceso, un paso de suma importancia cuando se trata de descuentos no convenidos previamente.

4. Conocer el trabajo de nuestro equipo

Depende del tipo de negocio, en el caso de las ventas en terreno, donde los vendedores deben estar fuera de la oficina sin manera de poder conocer el lugar donde estén o si las reuniones que dicen tener en realidad ocurren. Si bien, es una cuestión de la confianza con el equipo de trabajo, no viene de más tener pruebas concretas.

Un CRM como Pipedrive permite visualizar una hoja de ruta con las actividades de los distintos empleados, incluso si no se trata de ventas en terreno sino homeoffice. Además, podremos ver las interacciones, los correos, llamadas, negociaciones y todo el historial de la comunicación vendedores-cliente.

Debemos destacar que a través de Pipedrive también podemos asignar actividades a cada uno de los miembros del equipo y ellos a su vez deben marcarlas como completadas. De esta forma siempre estaremos al día sobre el trabajo que realiza cada persona.

5. Estar al día con la información de ventas

Se trata de que todos los empleados conozcan la cantidad de ventas de la empresa, no sólo de manera global sino individualmente, ya que incentiva la competencia sana y en consecuencia aumenta el nivel de ventas de nuestro negocio. Anteriormente, se solía hacer con tableros informativos en la oficina, pero gracias a los procesos automatizados de un CRM podemos digitalizar el proceso.

A través de Pipedrive podemos conocer la información de ventas de manera inmediata y el tablero digital se actualizará de la misma forma para que todo el equipo, incluyendo a los jefes y los vendedores puedan visualizarlo.

También, podemos dividir a los vendedores según sus áreas de trabajo, ya que no es el mismo volumen de ventas de uno con grandes clientes a otro con clientes pequeños. Además, podemos añadir elementos de gamificación, tales como premios para los mejores vendedores, con la idea de incentivar la sana competencia.

¿Necesito un CRM?



Israel Ortega
Consultor de Tecnología
iortega@insidecorp.net
800 611 002056



La importancia de los canales de comunicación con tus futuros clientes y clientes activos

Los canales de comunicación son muy importantes para cualquier empresa que quiera mantener una buena relación con sus clientes. Existen diversos canales de comunicación, muchos de ellos no nos generan una inversión monetaria, es muy recomendable aprovechar todos los canales de comunicación para posicionar nuestro negocio, por ejemplo en los programas de revista de la televisión abierta, pudiéramos organizar una charla sobre la especialidad que tiene nuestro negocio, imagina por ejemplo una clínica para bajar de peso, un tema relacionado a esto, queda perfecto para agendar una charla como experto en este tipo de programas, ¿Sabías que incluso no hay un cobro por exponer tu experiencia en la televisión abierta?.

Además, en la actualidad, tener presencia en la web es indispensable, siempre les comentamos a los empresarios, "Si tu negocio no está en la red, no existe", cada vez es más común que la competencia esté aprovechando este canal, la inversión pudiera no ser tan costosa y por lo general este medio lo desaprovechamos, igualmente las redes sociales se han convertido en uno de los medios más utilizados para establecer ese contacto, para generar confianza, para conectar con tus prospectos.

Las redes sociales permiten a las empresas tener una comunicación directa con sus clientes, ya sea para responder preguntas, solucionar problemas o simplemente para recibir comentarios y sugerencias. Además, estas plataformas también ofrecen la posibilidad de llegar a un público mucho más amplio, lo que puede ser muy beneficioso para el crecimiento de un negocio.

Otro medio de comunicación que es muy efectivo para negocios locales, son las revistas impresas que se entregan de casa en casa, si alguna vez deseas invertir en este tipo de estrategia, es importante agregar tu página web, teléfono de contacto, direcciones de tus redes sociales ya que hoy en día, antes de tomar una decisión de compra, hacemos una búsqueda en la web, a esto se le llama, "El momento cero de la verdad".

En resumen, los canales de comunicación con el cliente, son fundamentales para cualquier empresa que quiera mantener una buena relación con sus clientes y crecer en el mercado actual, además te ayuda a exponer tu marca para aumentar el posicionamiento, como lograr que tus futuros clientes te encuentren en alguna búsqueda si estás aprovechando los canales de comunicación digitales.

SS CONSULTORÍA Y PUBLICIDAD
CYNTHIA GARZA
EXPERTA EN MARKETING DIGITAL Y TRADICIONAL
AIDEÉ ARAGÓN
EXPERTA EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN



**CONSULTORÍA
Y PUBLICIDAD**



CONSULTORÍA Y PUBLICIDAD

Emprendedores y PYMEs

- ▶ DISEÑO DE PAGINAS WEB
- ▶ TIENDAS VIRTUALES
- ▶ DESARROLLO WEB
- ▶ HOSTING Y DOMINIOS
- ▶ ADMON CORREOS EMPRESARIALES
- ▶ CORREOS EN LA NUBE
- ▶ ADMON CORREOS GOOGLE
- ▶ VPS SERVER
- ▶ MARKETING DIGITAL
- ▶ CONTENIDO REDES SOCIALES



20%
DE DESCUENTO
EN TU PRIMERA
CONSULTORIA



www.consultoriaypublicidad.com



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



81 2218 9074 / 81 1176 9538
Marketing Sistemas



CLAN PYME

En la unión, está nuestro éxito