

Cómo empezar con CMM Marketing en 2 Minutos



Aquí aprenderá cómo empezar a manejar y aprovechar CMM Marketing en apenas un par de minutos, mostrándole las pautas básicas de su funcionamiento y uso.

1.- Tarea previa al uso de CMM Marketing

- Como se comenta en el Manual y el propio software lo primero que debemos hacer antes de comenzar con el software CMM es **definir claramente qué estrategias de Marketing estamos usando en nuestra empresa.**
- Tendremos completada esta tarea cuando tengamos una **lista concreta de estrategias** de Marketing que estamos usando.



Si no tenemos muy claro este tema no está de más echar un vistazo a los puntos de ayuda de la sección Estrategias del programa, o bien a la sección correspondiente del manual.

2.- Introducir nuestras Estrategias en el software CMM Marketing

- Si ya tenemos nuestra lista clara y concreta de Estrategias ahora la tarea es introducirlas una a una en el software CMM de Marketing, dentro de la **Sección Estrategias** y mediante la opción **Introducir Nueva Estrategia**
- Tendremos completada esta tarea cuando nuestra lista de estrategias esté introducida dentro del software CMM Marketing.



El software CMM Marketing y su funcionamiento gira alrededor de las Estrategias, que las tengamos claras y bien definidas es fundamental para un buen uso.

3.- Familiarizarse con los datos a recoger para utilizar CMM

- CMM funciona introduciendo periódicamente ciertos datos muy sencillos sobre su negocio como son:
 - Las **Acciones** de Marketing y promoción que realiza.
 - Los **Contactos** que va consiguiendo.
 - Las **Ventas** que obtiene.
 - Las **“Preventas”** que suceden.
- La tarea aquí es saber que tendremos que obtener esos datos, familiarizarnos con ellos, ver qué son y cómo los obtendremos.



Los datos son muy sencillos de entender y recoger, el más novedoso puede ser el de las Preventas y el más crítico el de Contactos, es recomendable visitar esas secciones de CMM y leer los puntos de ayuda (o bien dicha parte del Manual)

4.- Determinar cómo sabremos por qué Estrategia viene cada contacto

- Cuando se dice que el dato más “crítico” es el de Contactos, es porque cuando introduzcamos uno, deberemos especificar a través de qué estrategia de Marketing ha llegado hasta nosotros.
- Por ello **habremos de establecer mecanismos a través de los cuales conocer este dato**. Cuando pongamos en marcha una estrategia o una acción de Marketing habremos de hacerlo con un modo de controlar y saber qué contactos o clientes vienen motivados por esa estrategia o acción. Si no podemos hacer eso nuestra acción o estrategia será un disparo a ciegas.



En el manual y las instrucciones de CMM se amplía este tema con ejemplos y modos de hacerlo (conviene echar un vistazo a la sección de Contactos). La táctica más sencilla y efectiva de saber por qué estrategia ha venido un cliente **es PREGUNTARLE** cómo nos ha conocido.

5.- Establecer una rutina de recogida periódica de los datos

- CMM funciona analizando los datos que hemos visto que se deben recoger, por lo que es necesario **establecer un hábito de recogida e introducción periódica de dichos datos.**
- Como cualquier herramienta de software, CMM es tan valioso como el uso que se le dé, por eso establecer claramente cada cuánto tiempo se van a recoger los datos e introducirlos en CMM es un paso importante para sacar todo el provecho a la herramienta.



Estime cada cuanto tiempo lo hará dependiendo de su actividad y la cantidad de datos, pero lo ideal es formar un hábito y hacer de él algo periódico como, por ejemplo, facturar o contabilizar.

6.- Familiarizarse con los Indicadores de CMM y lo que significan

- CMM le irá diciendo lo que funciona mejor o peor dentro de sus estrategias de Marketing mediante unos indicadores fundamentales, es prioritario **conocer lo que significan y familiarizarse con ellos.**
- Para ello la tarea es **visitar la sección de Cuadro de Mando**, e ir pinchando en los puntos de ayuda, el significado de los distintos indicadores viene comentado allí de una manera sencilla de entender.



Lo ideal es que, con el tiempo, adquiramos un conocimiento íntimo de los indicadores, de modo que, de un solo vistazo, sepamos claramente lo que nos quieren decir.

7.- Comenzar a utilizar CMM con algunos datos pasados

- Una vez que tiene sus estrategias de Marketing bien definidas, conoce qué datos tiene que introducir y sabe lo que quieren decir los indicadores **puede empezar ya mismo a utilizar CMM.**
- Para ello la tarea es **recoger e introducir en CMM algunos datos pasados**, habrá quien quiera introducir los mayores posibles para ver cómo lo ha hecho y quien quiera recoger sólo los del mes anterior (por ejemplo), eso depende de uno mismo.



Es importante recoger todos los datos de manera completa, si sólo recogemos los de ventas y contactos pero no los de acciones de Marketing los indicadores saldrán distorsionados.