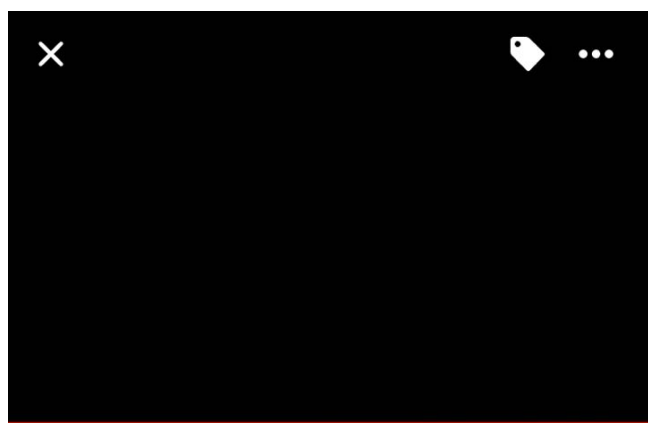
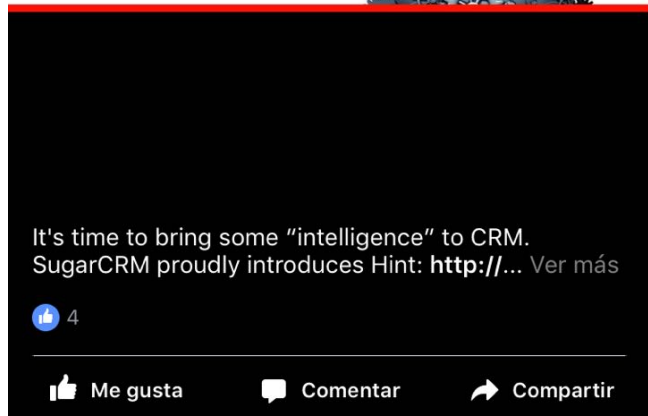


Hint, de SugarCRM, aprovecha las redes sociales para conocer al cliente

SugarCRM ha anunciado el lanzamiento de **"Hint"**, un nuevo servicio de inteligencia de relacionamiento y que, explican desde la empresa, "con un clic, entregará perfiles precisos e inmediatos que integren inteligencia total del cliente" integrando datos actualizados y en tiempo real de Facebook, LinkedIn y otras redes sociales.



México y la región de América Latina en general serán grandes beneficiarios del uso de "Hint", por el alto consumo de redes sociales, según espera SugarCRM.



Explica un comunicado de prensa que con el ingreso de información básica de una persona o empresa (nombre, email y empresa en que labora), **Hint rastreará toda la información pública disponible en redes sociales y bases de datos en internet** y, de manera inmediata, creará perfiles completos y precisos de una persona o empresa, con la más rica inteligencia sobre cada cliente potencial, de manera que los empleados se convertirán prácticamente en "expertos del cliente" al tener en sus manos dicha información en cada caso individual.

Enrique Perezysa, presidente de SugarCRM para América Latina y el Caribe, destacó el **"enorme**

potencial para las empresas mexicanas y latinoamericanas de contar con Hint y SugarCRM, ya que México es el tercer usuario de redes sociales en el mundo y tiene una penetración de más del 90% de los internautas, una cifra que llegará a 80 millones en el año 2018, de acuerdo a las proyecciones de la Estrategia Digital Nacional, mientras que América Latina es el líder global en número de visitas a redes sociales, con casi 3 mil 500 millones, y con el mayor tiempo promedio de uso por mes, de 6 horas, arriba del resto del mundo. Esta riqueza de datos puede potenciar enormemente los negocios en la región”, subrayó Perezyera.

Por su parte, Richard Green, director de Producto de SugarCRM destacó el valor que implica este giro en la concepción de las aplicaciones empresariales, las cuales hasta ahora han dependido de la información que los usuarios capturan en ellas. Hint da la voltereta y pone al alcance de las empresas la vasta riqueza informativa de internet, lo que le permite tener instantáneamente la mayor información posible a partir de una cantidad de bases de datos públicas y redes sociales respecto a cada cliente potencial.

“Hint” hace el trabajo de los usuarios del CRM al recopilar y analizar la inteligencia del cliente de una cantidad de fuentes de datos sociales para que los usuarios puedan saber, de manera rápida y eficiente, la mayor cantidad de información relevante acerca de sus prospectos y así, establecer relaciones productivas.