|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Software Empresarial* | *Definición* | *Características* | *Etapas* | *Clasificación* | *Metodología de Desarrollo de Software Recomendada* | *Ejemplo* |
| ERP | ERP es un sistema de software que lo ayuda a gestionar todo su negocio, incluyendo los procesos de finanzas, recursos humanos, fabricación, cadena de suministro, servicios, compras, y más.  A veces descrito como "el sistema nervioso central de una empresa", un sistema de ERP brinda la automatización, integración e inteligencia esenciales para ejecutar eficientemente todas las operaciones diarias del negocio La mayoría o todos los datos de una organización deben residir en el sistema de ERP para brindar una única fuente de verdad en todo el negocio. | Acceso a una base de datos centralizada.  Captura datos automáticamente.  Estructura del trabajo según módulos.  Son configurables.  Permite configurar cada parte desarrollando el código del software.  Interacción entre los componentes del ERP.  Requiere un trabajo de sincronización entre departamentos y conocimiento de la herramienta. | -Organización  -Análisis  -Implantación  -Puesta en marcha  -Capacitación  -Liberación del proyecto | Al **ERP personalizado** se le conoce como **ERP vertical**, ya que es un **software de gestión especializado para cada negocio.** Desde **OnERP** recomendamos escoger un **sistema de gestión personalizado** según las necesidades de la empresa siempre que sea posible, ya que así se trabaja sobre necesidades concretas y específicas según lo que requiere la compañía. **ERP Online** es un software de gestión alojado en la nube. A las ventajas del ERP le añadimos las ventajas de estar alojado en la nube.  Pero no siempre es necesario un **ERP a medida** puesto que implica más horas de trabajo y organización tanto para la empresa que lo desarrolla como para el cliente, además de que el coste de un ERP a medida suele ser superior a toda la dedicación que comporta. Otra opción es el llamado **ERP horizontal**; se trata de un **software para la administración de empresas** standard que permite configurar cada parte, de modo que es posible personalizar la solución para cada caso en particular. La opción del ERP horizontal es perfecta para Pymes. | **ASAP:** Su nombre responde al acrónimo de Accelerated SAP. Se trata de una metodología desarrollada por SAP para sus productos de software. Su roadmap es el siguiente:      Preparación del proyecto: definición de objetivos, selección de los recursos humanos, definición de roles y responsabilidades, etc.  **Blueprint:** se realiza un proceso de documentación, se elabora el diseño de la solución a nivel técnico, se definen requisitos, QADB (Questions and Answers Data Base), etc.  **Realización:** se elaboran los ajustes básicos para adaptar el software a los procesos de negocio, se procede a su validación, migración de datos, informes...  ***Preparación final:*** en esta fase se llevan a cabo pruebas y se testea la integración del software con los procesos. Se elaboran planes de transición, se planifica el arranque del sistema, etc.  **Soporte go-live:** se proporciona el apoyo necesario al personal durante la fase de arranque del sistema, especialmente en los primeros días, aunque la fase de soporte se puede dilatar en el tiempo.  **Ejecución:** una vez en funcionamiento, se realiza un mantenimiento de la operatividad del sistema. | **Empresas grandes:** los más comunes son SAP y Microsoft Dynamics. **PYMES:** Microsoft Navision, SAGE X3, SAP Business One, A3 ERP. **Para empresas pequeñas y medianas, existen muchas posibilidades para crear un ERP en la nube o a través de software libre como por ejemplo Open ERP.** |
| CRM | Un CRM es una solución de gestión de las relaciones con clientes, orientada normalmente a gestionar tres áreas básicas: la gestión comercial, el marketing y el servicio postventa o de atención al cliente. | -Calificación de los clientes o lead.  -Omnicanalidad.  -Gestión de documentos.  -Gestión del embudo de ventas.  -Automatización del flujo de trabajo.  -Gestión de redes sociales.  -Movilidad.  -Integración con otras plataformas. | -Conocer tu proceso de ventas.  -Establecer objetivos.  -Asignar responsables.  -Formar al personal. | **El CRM Operativo** es el CRM más sencillo, centrado en el proceso de negocio de la empresa. Se trata de un CRM que responde a la pregunta de cómo crear un sistema de ventas.  El **CRM Analítico** es el CRM está más centrado en la toma de decisiones respecto a productos y servicios de la empresa. Recoge y evalúa los datos de la compañía y su relación con los clientes.  El **CRM Colaborativo** es el CRM más centrado en el aspecto de comunicación el cliente y dentro de la propia empresa. Su aspecto principal es la interacción a través de distintos canales como un chat online, el teléfono o el email. | 1. Definición de objetivos y visión del proyecto CMR. 2. Definición de la estrategia CRM 3. Cambios organizacionales en los procesos y en las personas. | Amazon es un gran ejemplo de cómo un CRM puede ser utilizado como parte de un modelo de negocio. Su CRM es imprescindible para aumentar la satisfacción y la retención de los clientes. Usando un CRM proporcionado por Oracle, Amazon: Envía correos electrónicos a los clientes con compras recomendadas. |
| BUSSINESS INTELLIGENT (BI) | **Business Intelligence** es la habilidad para transformar los datos en información, y la información en conocimiento, de forma que se pueda optimizar el proceso de toma de decisiones en los negocios.  Desde un punto de vista más pragmático, y asociándolo directamente con las tecnologías de la información, podemos definir Business Intelligence como el **conjunto de metodologías, aplicaciones y tecnologías que permiten reunir, depurar y transformar datos de los sistemas transaccionales e información desestructurada (interna y externa a la compañía) en información estructurada, para su explotación directa (reporting, análisis OLTP / OLAP, alertas...) o para su análisis y conversión en conocimiento, dando así soporte a la toma de decisiones sobre el negocio.** | Arquitectura abierta.  Amplitud de bases de datos soportadas.  Suministro de datos en tiempo real.  Compatibilidad con las estructuras de almacenamiento de datos (Data-Warehouse) y Data-Mart.  Capacidades de autoservicio.  Fácil importación de datos desde otras aplicaciones.  Versión Móvil. | **Identificación de las necesidades y definición de los objetivos.**  Definición del modelo de datos.  Implantación de la infraestructura.  **Presentación.**  Arranque, formación y soporte. | * ETL * Reporting * Análisis multidimensional * Dashboards * Data science | La Inteligencia de Negocios se puede definir como el cúmulo de modelos matemáticos y metodologías de análisis que explotan los datos disponibles para generar información y conocimientos útiles para los complejos procesos de toma de decisiones | ***Informes de marketing digital centralizado en HelloFresh para aumentar las conversiones*** |
| TERMINAL DE PUNTO DE VENTA (TPV) | Es la tecnología o sistema informático que nos permite gestionar todo el proceso de venta (los tickets, las facturas, las ventas, etc.). Nosotros introducimos los productos con un número o código de referencia, y esto es lo que nos servirá para hacer las operaciones de gestión. | **Venta de artículos con selección y consulta por código, descripción y código de barras.**  Impresión de presupuestos, tickets contado, tickets con desglose o facturas según selección en el momento.  **Selección de clientes y opción a poder registrarlos desde las tiendas.**  Repetición del último artículo impreso.  **Selección de parada en unidades, precio y descuentos (según definición de la tienda).** | El TPV es el sistema que permite gestionar de forma unificada las ventas de un establecimiento, es decir, desde cobrar hasta imprimir el ticket para el cliente pasando por controlar el stock de la tienda. | **TPV tradicional:** Se compone de un software y un hardware para que los clientes hagan su compra por medio de un canal físico en la misma tienda offline. El dependiente pasa el código de barras por el lector, sale el producto, imprime un ticket y la compra queda registrada.  **TPV virtual:** Es el que suelen utilizar las entidades financieras para hacer operaciones comerciales online.  **TPV móvil:** Cuando eres un autónomo que se desplaza al domicilio de los clientes y debe cobrar allí mismo, te hace falta un datáfono o TPV GPRS, o bien un lector de tarjetas en el móvil. Esto te permite disponer del hardware móvil necesario para hacer operaciones de compra-venta con pago con tarjeta, o simplemente registrar la comprar en el software TPV. | Una TPV se dedica para realizar gestiones comerciales de muy diferente tipo. Es importante que entendamos que hay una parte hardware y otra es software. Para hacer algunas operaciones, no basta con descargarse un programa de gestión TPV de libre uso por Internet; si tienes una tienda física, hacen falta componentes físicos. | ***Terminal de Punto de Venta de Oxxo*** |
| CALL CENTER | Es un centro de llamadas, que cuenta con el personal capacitado para vender, dar soporte y asistencia, realizar sondeos y de una manera general, interactuar con los clientes actuales y potenciales de la empresa. El objetivo de un call center es ofrecer una atención de calidad y generar experiencias positivas del cliente con la empresa. | **-Provee a las empresas el servicio centralizado de una vía telefónica.**  -Establece relaciones de mutuo beneficio para el usuario y la empresa.  **-Maneja grandes volúmenes de llamadas entrantes y salientes, que van desde y hacia los clientes.**  -Brinda soporte a las operaciones cotidianas de la entidad.  **-Son un sistema integrado de telefonía.**  -El personal encargado de contestar las llamadas recibe el nombre de operador o teleoperador.  **-Se utiliza para reducir costos al utilizarlo como principal vía de soporte para los usuarios.** | **Ventas de sus productos financieros, -documentos Valor-**  Atención de quejas y sugerencias.  **Recepción de pedidos.**  Realización de encuestas de satisfacción.  **Concertación telefónica de citas.**  Emisión de llamadas de cortesía.  **Actualización de bases de datos.** | **-Entrantes:**  También conocido como in-bound, es el tipo de atención al cliente **más popular del mercado**. A través de este sistema, **es el cliente quien realiza la llamada.**  Este call center brinda soporte que ayuda a las empresas a asistir a sus clientes, para despejar sus inquietudes sobre un servicio o producto. Al mismo tiempo, ayuda a generar clientes nuevos.  **-Salientes:**  También conocido como out-bound, es el tipo de atención al cliente donde la empresa es quien realiza la llamada desde un call-center.  Las empresas suelen utilizarlo para **efectuar encuestas, realizar publicidad, ventas**, programación de reuniones o para comunicar alguna información al cliente.  **Virtuales:**  Este tipo de call center es uno de los más innovadores del mercado, ya que se encuentra a tono con la llegada del internet. **Se trata de un chat en tiempo real desde el sitio web de las empresas** o mediante correo electrónico. También se lo conoce como contact center. | Existen diferentes tipos de software para call center. La elección de uno u otro depende del tipo de servicio que necesites o de la inversión que estés dispuesto a realizar. Incluso existe software de virtualización para instalar los programas en una máquina virtual. | ***Atención a Clientes del AT&T*** |