



Actividad [2] – [Gestión Externa - Sistemas **CRM**]

[Tecnologías de Información para los **Negocios**]

Ingeniería en Desarrollo de Software

Tutor: Humberto Jesús Ortega Vázquez

Alumno: Héctor Hamed Beltrán Salcido

Fecha: 16/10/2023

Índice

Introducción	3
Descripción	4
Justificación	5
Conclusión	10

Introducción

La gestión de las relaciones con los clientes (CRM) se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito de cualquier empresa. La comprensión y aplicación efectiva de las estrategias y tecnologías relacionadas con CRM son cruciales para alcanzar y mantener relaciones sólidas y rentables con los clientes. Este enfoque no solo se trata de utilizar herramientas tecnológicas, sino de una transformación profunda en la forma en que una empresa aborda la satisfacción del cliente.

La presente actividad se enfoca en la aplicación práctica de estos conceptos y conocimientos en un negocio. Se trata de diseñar un proceso de ventas utilizando la herramienta HubSpot CRM, implementar un flujo de chat automatizado y generar solicitudes de servicios. Estas acciones encarnan la importancia de la gestión de relaciones con los clientes en la vida cotidiana de cualquier empresa, ya que una estrategia de CRM eficaz contribuye no solo a la eficiencia operativa y la retención de clientes, sino también al crecimiento y el éxito sostenible en un mercado altamente competitivo. En esta introducción, exploraremos en detalle la relevancia de estos conceptos y su aplicación en esta actividad.

Descripción

El CRM es una estrategia que abarca aspectos técnicos, organizativos y de procesos para comprender y atender las necesidades de los clientes de manera más efectiva. En el contexto de un proceso de ventas, como se menciona en la actividad propuesta, el CRM se traduce en un enfoque sistemático para guiar a los vendedores a través de las etapas del ciclo de ventas. Esto implica la identificación de prospectos, la creación de conexiones significativas, la programación de reuniones, y la entrega de propuestas personalizadas.

La herramienta HubSpot CRM se presenta como una solución integral para diseñar y automatizar estos procesos. Permite a las empresas crear un flujo de trabajo automatizado que facilita la interacción con los clientes a lo largo del ciclo de ventas y la gestión de solicitudes de servicios. Esta plataforma consolida datos valiosos sobre los clientes y sus interacciones con la empresa, lo que a su vez contribuye a mejorar la personalización de las ofertas y a mantener la satisfacción y lealtad del cliente.

Justificación

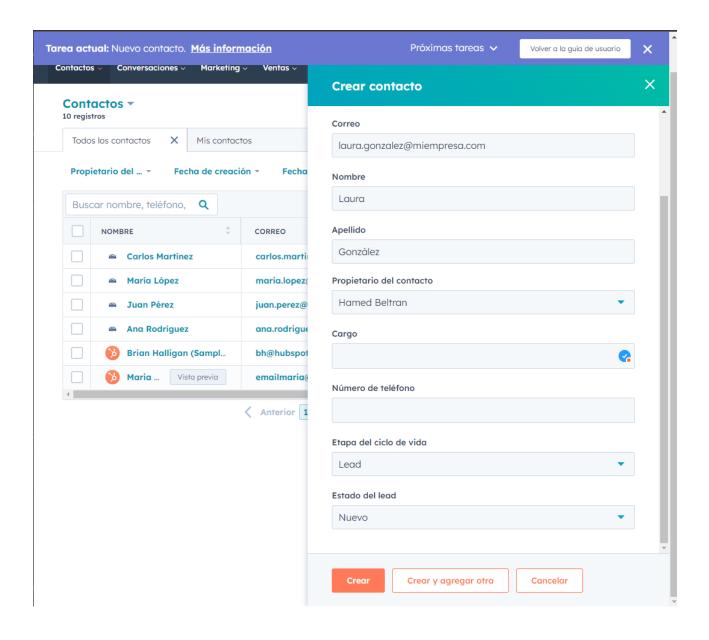
La razón por la que deberíamos emplear una solución como HubSpot CRM en esta actividad es simple: la gestión de relaciones con los clientes es esencial en cualquier negocio. Con la creciente competencia y la creciente demanda de los clientes en cuanto a experiencias personalizadas, la automatización y la sistematización de los procesos de ventas son imperativas. HubSpot CRM simplifica este proceso, permitiendo que las empresas se enfoquen en lo más importante: construir relaciones sólidas y duraderas con sus clientes.

Esta solución ofrece una serie de ventajas, como la optimización del tiempo de los vendedores, el seguimiento efectivo de las interacciones con los clientes, la mejora de la segmentación y la personalización de las ofertas, y una visión global de la salud de las relaciones con los clientes. Todo esto se traduce en una mayor eficiencia, mayores tasas de conversión y, en última instancia, un aumento en los ingresos.

Desarrollo

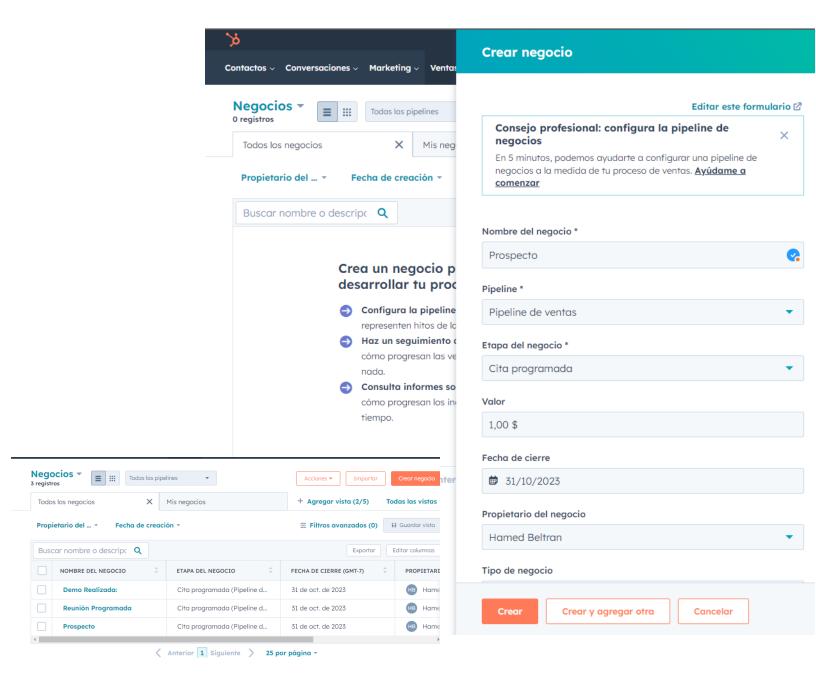
Contactos

Ingresamo a la opción de crear contacto y generamos 5 contactos nuevos.



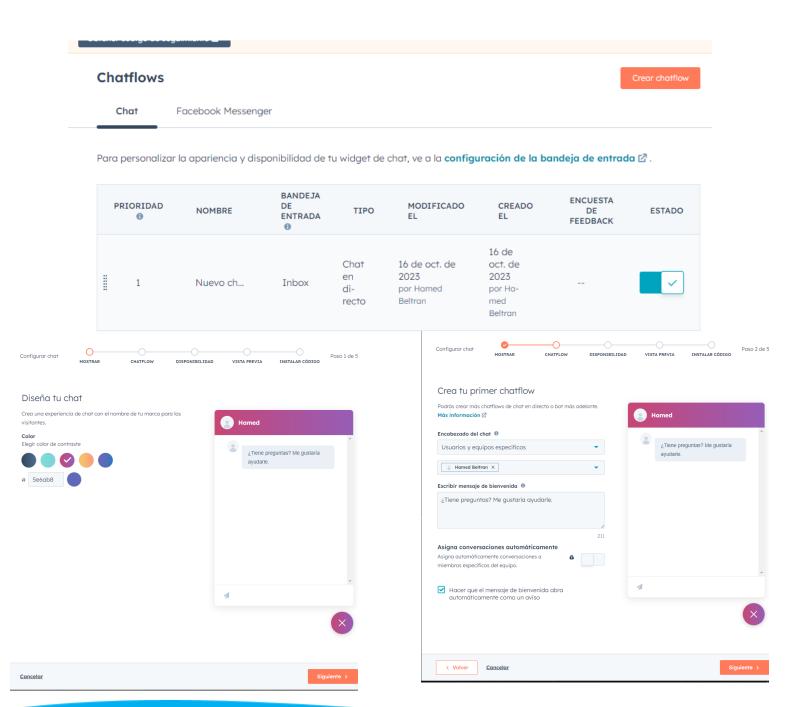
Proceso de negocio

En este paso Agregar generar un proceso de ventas en Hubspot.



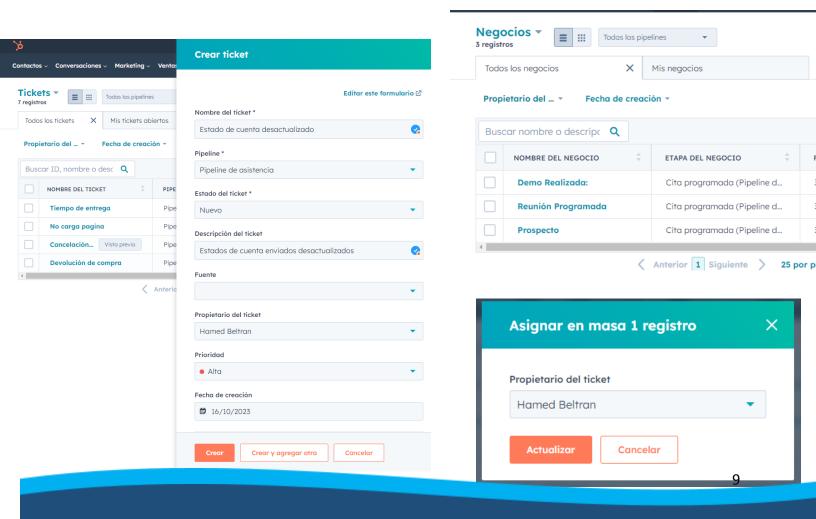
Flujo de chat

Ingresamos a chatflow para configurar el chat, configuramos los parámetros de tiempo y agregar a los usuarios correspondientes y comprobar que se pueda visualizar el chat.



Servicio

Seleccionar la opción Crear ticket para realizar nuevos tickets. Agregamos 5 nuevos. Una vez creados, identificamos la opción Asignar para proceder a asignar a los integrantes del equipo.



Conclusión

La actividad propuesta que implica la utilización de HubSpot CRM para diseñar un proceso de ventas y automatizar flujos de chat, refleja la importancia del CRM en el entorno empresarial actual. La gestión efectiva de las relaciones con los clientes no es solo un enfoque estratégico, sino una necesidad para sobresalir en un mercado competitivo. La solución de HubSpot CRM proporciona una base sólida para construir y mantener relaciones comerciales exitosas, lo que beneficia tanto al negocio como a los clientes. En la vida cotidiana laboral, esta actividad no solo simplifica la gestión de ventas, sino que también contribuye a una experiencia del cliente más satisfactoria y duradera. El CRM se convierte así en un activo invaluable para cualquier empresa que busque crecer y prosperar en el mercado actual.

