

Lenguaje de Marcas

ERPNEXT



Implementación ERP

Pedro Sandoval Martínez

Tabla de contenido

[1. Selección del ERP 2](#_Toc187833346)

[2. Configuración inicial. 2](#_Toc187833347)

[Configuración de usuarios 4](#_Toc187833348)

[3. Gestión de datos. 6](#_Toc187833349)

[Crear oportunidades 7](#_Toc187833350)

[4. Administración y configuración avanzada. 9](#_Toc187833351)

[Productos 10](#_Toc187833352)

[5. Anexo I: análisis de rendimientos 12](#_Toc187833353)

[Factura 13](#_Toc187833354)

[6. Documentación 14](#_Toc187833355)

[Gestión de ventas 14](#_Toc187833356)

[Gestión de clientes 15](#_Toc187833357)

# 1. Selección del ERP

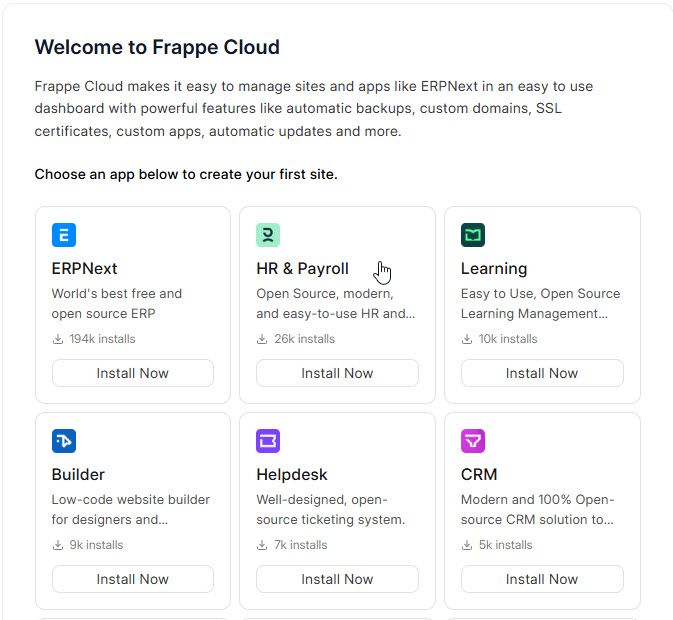
Para llevar a cabo este trabajo he optado por utilizar el software de **ERPNEXT**, más concretamente la versión online que ofrecen en *frappe.cloud.*

La elección de esta tecnología se debe principalmente a las reseñas que he encontrado acerca de este producto y la facilidad de uso que confirmaban. Además de la prueba online, también existe la posibilidad de lanzar el proyecto en tu propio servidor descargando el repositorio de *GitHub,* por lo que es de **código abierto**.

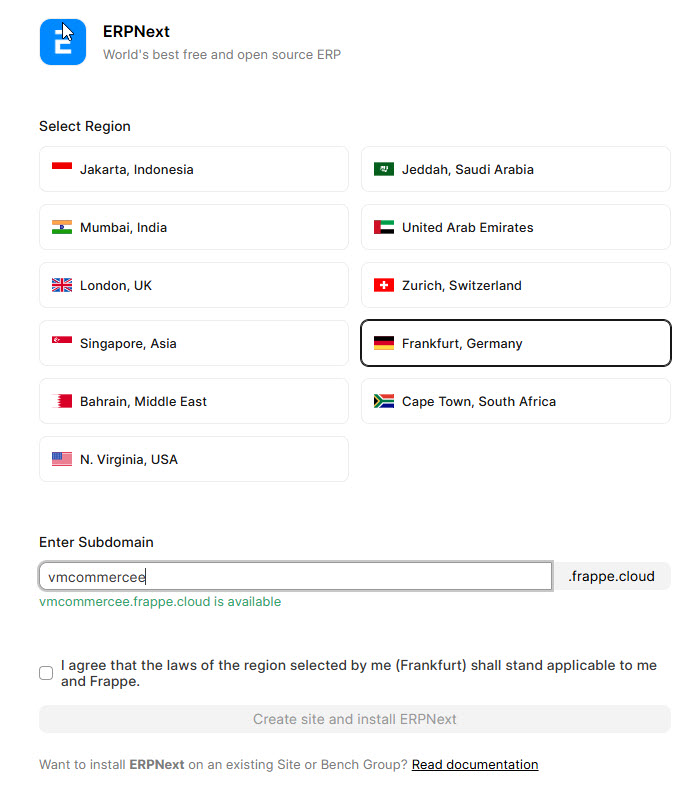
La segunda razón para decantarme por este sistema fue la interfaz, me resultó más llamativa y amigable para personas que desconocen esta tecnología, además de tener un diseño atractivo y moderno, con el que para mí han acertado.

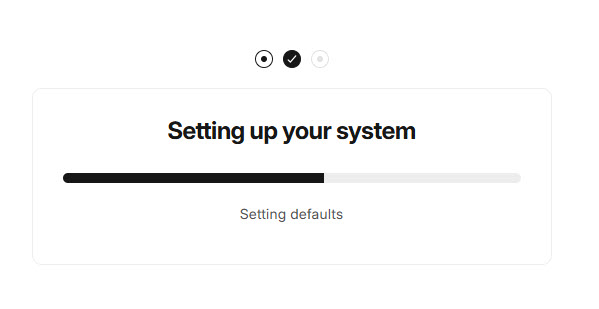
Por último, tras buscar artículos y comparativas entre las dos, elegí ERPNEXT al ser más adecuada para pequeñas y medianas empresas, tiene una rápida configuración y una curva de aprendizaje más corta.

# 2. Configuración inicial.

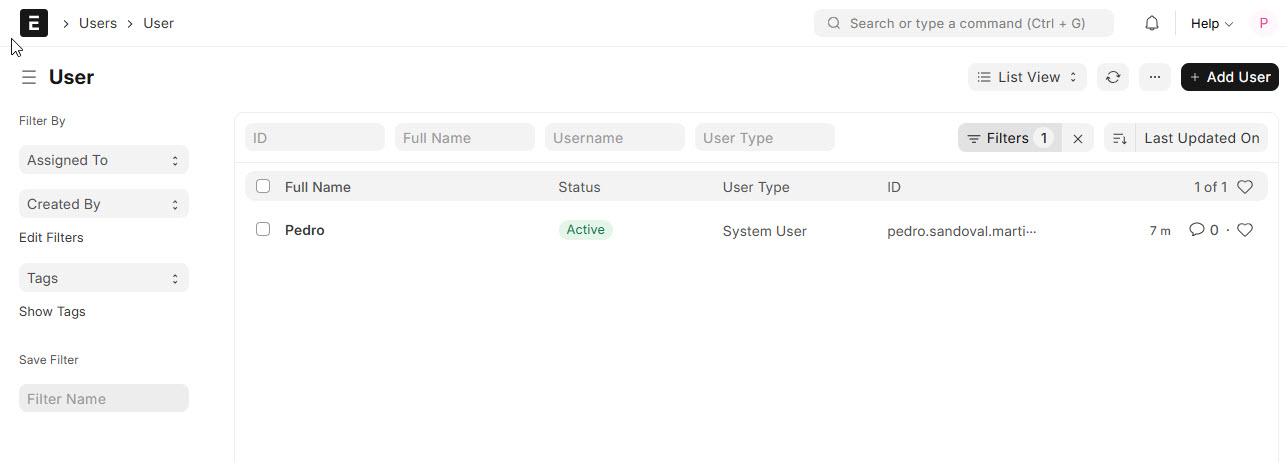
Tras acceder a la prueba gratuita en [erpnext.com](https://koledigital.erpnext.com/demo) , nos llevará a la página **Frappe Cloud,** donde aparecen los distintos servicios y apps que ofrecen, elegimos ERPNext.

Tras ello elegimos una región o servidor cerca, y más abajo rellenamos el subdominio que le daremos al sitio web dentro de *Frappe Cloud*.

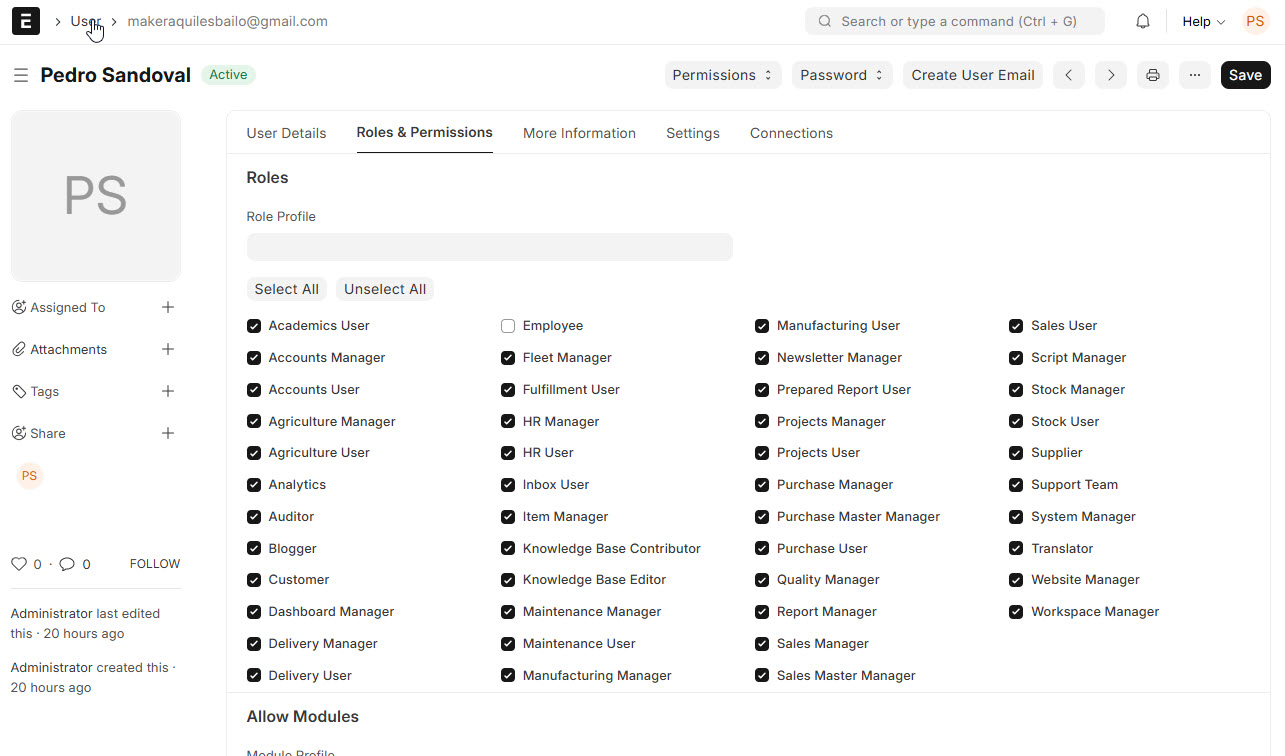


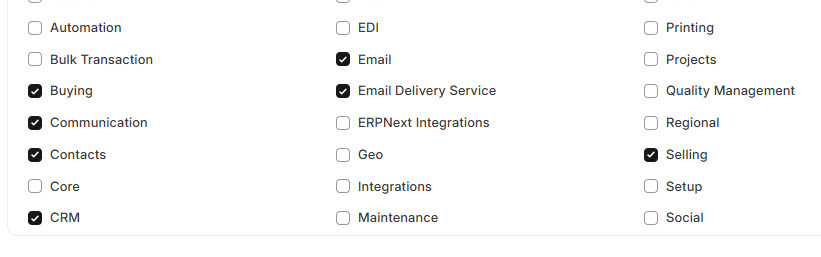
El resto de configuración viene por defecto. Esta aplicación incluye el módulo de *CRM* y el apartado de ventas. Además, puedes elegir la opción de crear ejemplos (productos y clientes ficticios).

## Configuración de usuarios

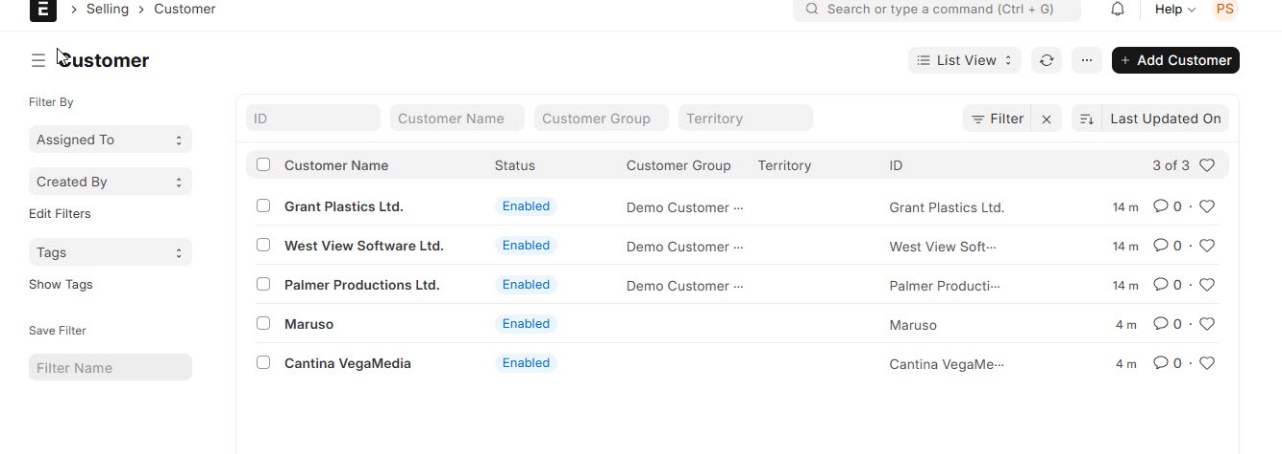
En el apartado de usuarios encontramos el menú donde nos aparece el listado de los mismos y las opciones para añadir y modificar las cuentas.

Si accedemos a la cuenta nos aparecerá la visual con los permisos y roles, debemos asegurarnos que tenga acceso al CRM y al apartado de ventas (sales):

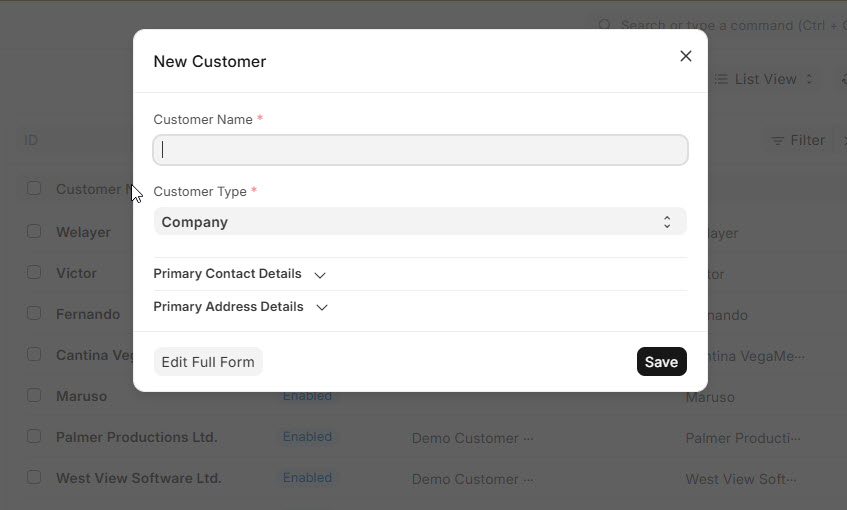


Por defecto el usuario que creemos tendrá todos los permisos, por lo tanto, elegimos lo que nos interese para mantener el acceso seguro a la información.

# 3. Gestión de datos.

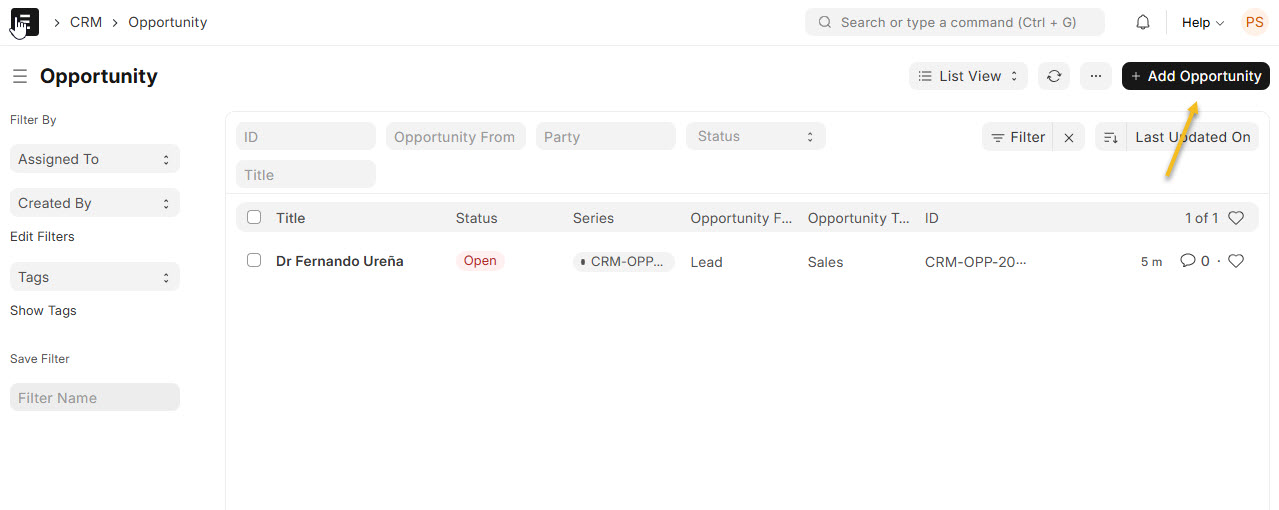
El menú de clientes tiene la misma interfaz que la de usuarios. Nos aparece el listado y las distintas opciones para acceder a la información y añadir nuevos clientes.

El registro de los clientes contiene un formulario extenso donde almacenar la información respectiva del cliente, pudiendo agruparlos en distintas secciones o añadir etiquetas.

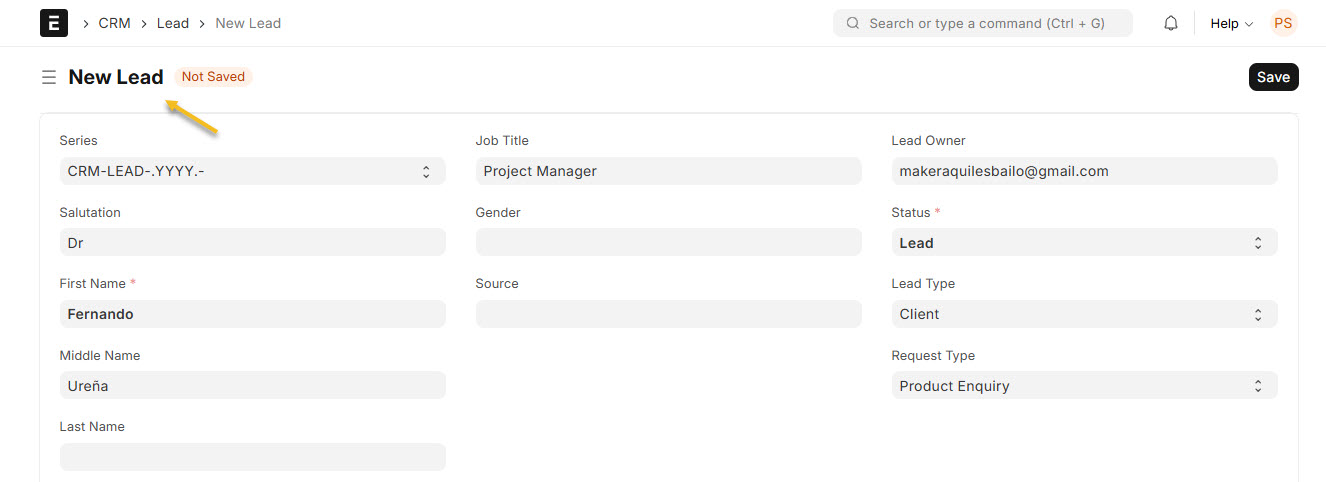
Sin ampliar es el siguiente:

## Crear oportunidades

La parte del CRM que nos permite hacer el seguimiento y gestión de los procesos de venta es la sección del **Embudo de ventas**. Los clientes a los que van asociadas deben ser creados anteriormente en el apartado que ya hemos mostrado.



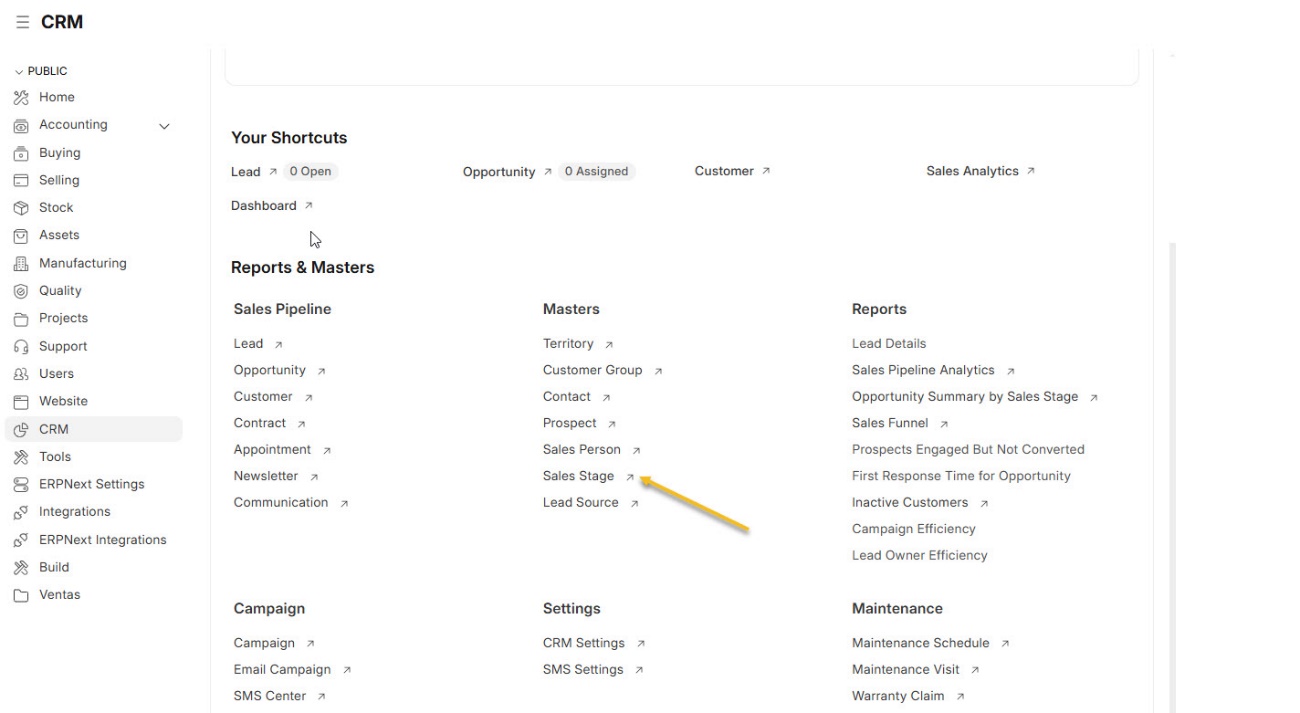
Para la creación de la misma podemos hacerlo desde ese botón o creando un *lead* (iniciativa) que posteriormente se convertirá en oportunidad.

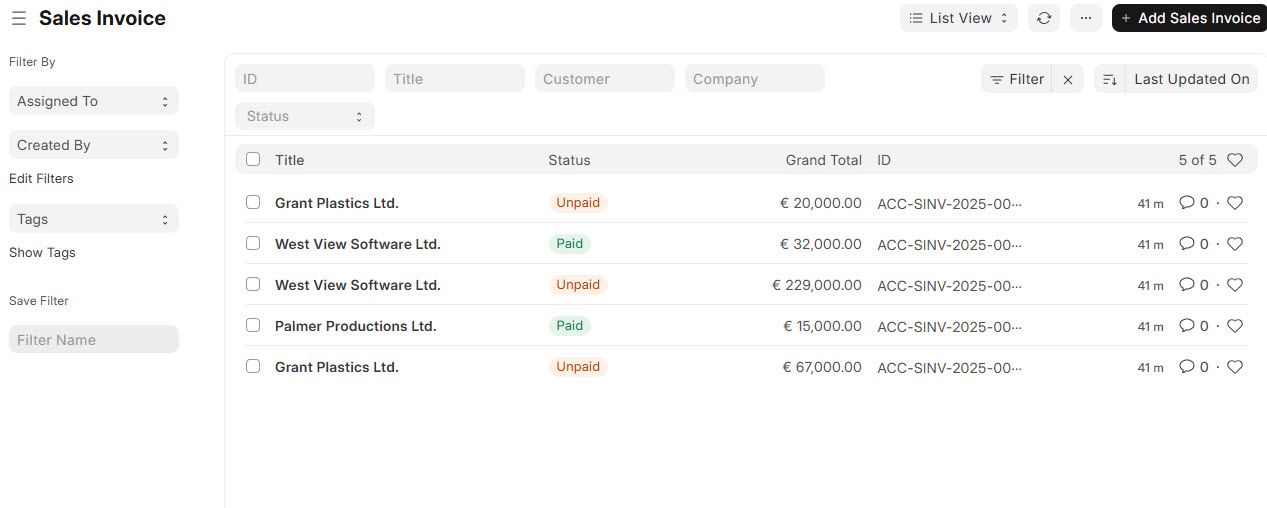


Estas son las primeras etapas del *embudo de ventas* previa a la misma. Aquí elegiríamos un modo de contacto para iniciar la conversación con el cliente y llegar hasta el final del proceso cerrando una venta.

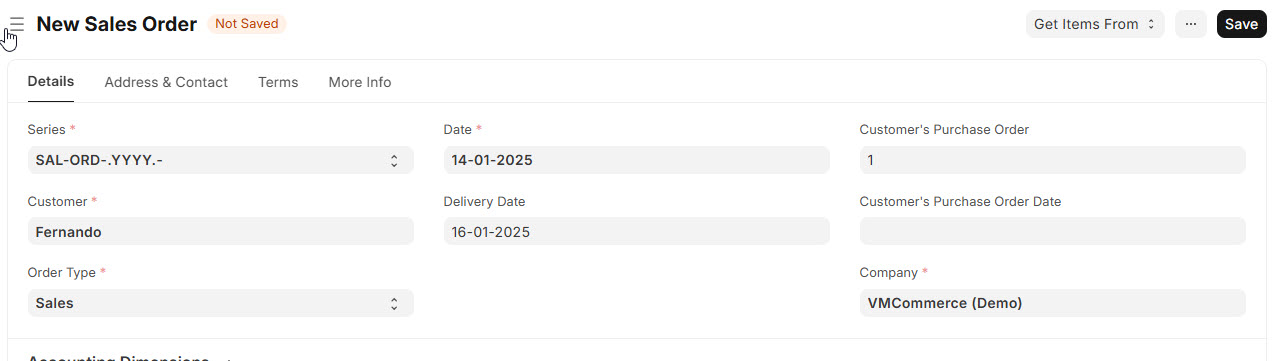
Desde el apartado de CRM tenemos accesos directos hacia cada una de las secciones, lo que facilita el trabajo para llevar a cabo estas tareas.

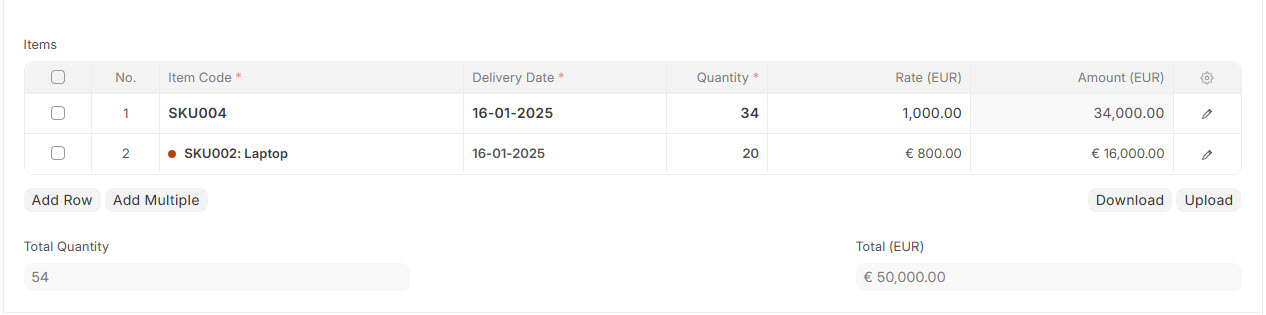
Tras ser creada la oportunidad y conversación con el cliente, nos interesaría acceder al área de ventas.



Esto nos llevaría al menú con las distintas ventas ya cerradas y donde nos interesaría tramitar la oportunidad.

Rellenaríamos entonces los datos de la venta eligiendo el cliente de la oportunidad y fijaríamos fecha y total de productos más abajo.



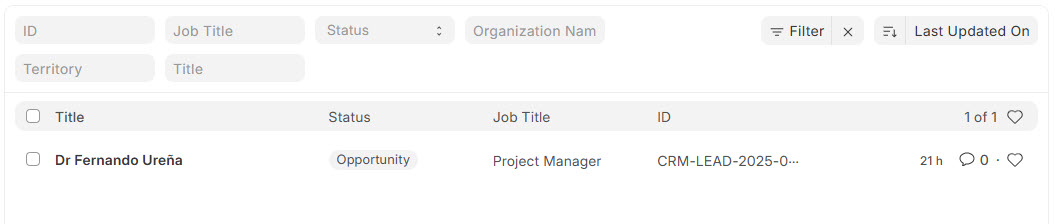
En forma de factura, añadimos los productos (que previamente hemos añadido) a la tabla, acumulando el total y generando la propia factura de la venta. Más abajo aparece la opción de impuestos y descuentos.

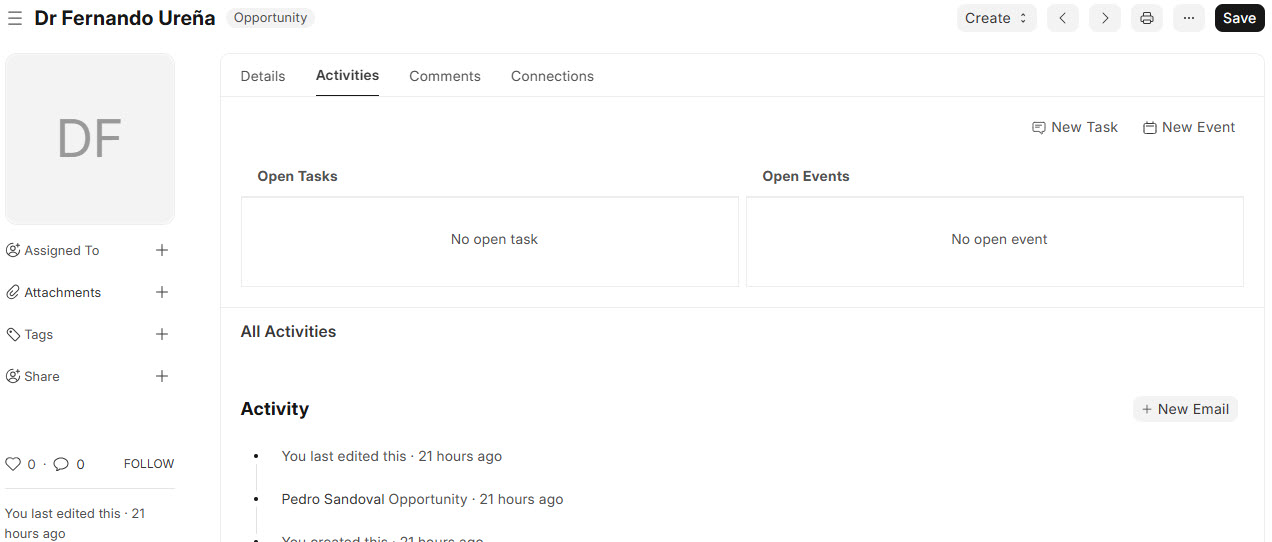
Finalmente generaría un resguardo o factura que podemos descargar en *pdf* donde aparecen los detalles de la venta.

# 4. Administración y configuración avanzada.

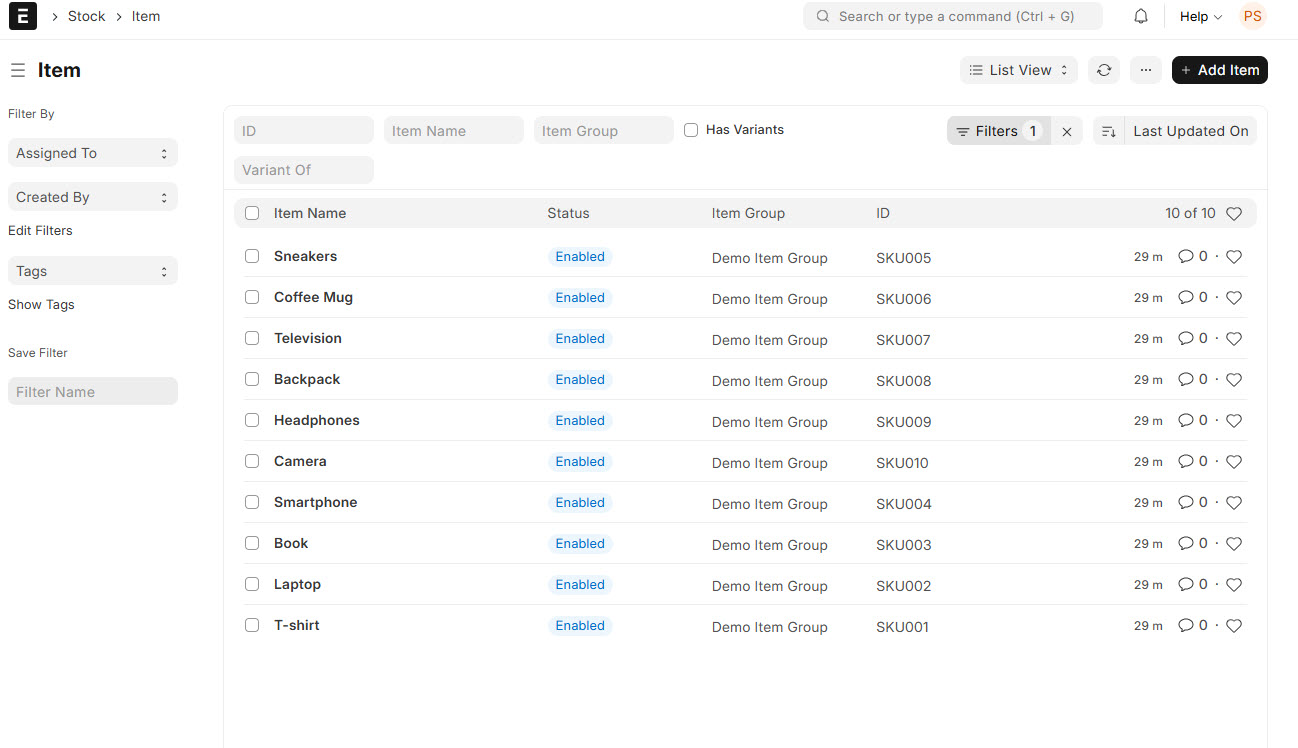
En las capturas anteriores ya hemos mostrado el proceso inicial del **embudo de ventas**. Como vemos se puede personalizar cada uno de los detalles referentes a la información del cliente potencial, desde la creación de la iniciativa como en la oportunidad.

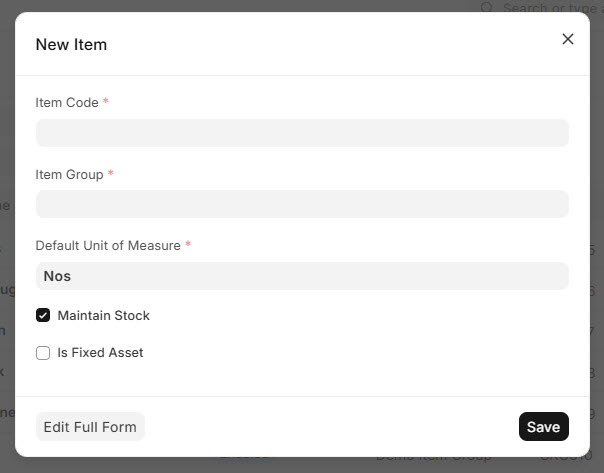
Si realizamos el seguimiento, observamos la lista de iniciativas en marcha, el estado en el que se encuentran y la última fecha de actualización.



Cuando pulsamos sobre una, se abre el perfil del cliente con los detalles e información sobre él. Lo que nos interesa también es el apartado de actividad, donde vemos reflejados eventos (reuniones o llamadas), *emails* y comentarios que podemos dejar sobre el mismo para facilitar el trabajo a nuestros compañeros.

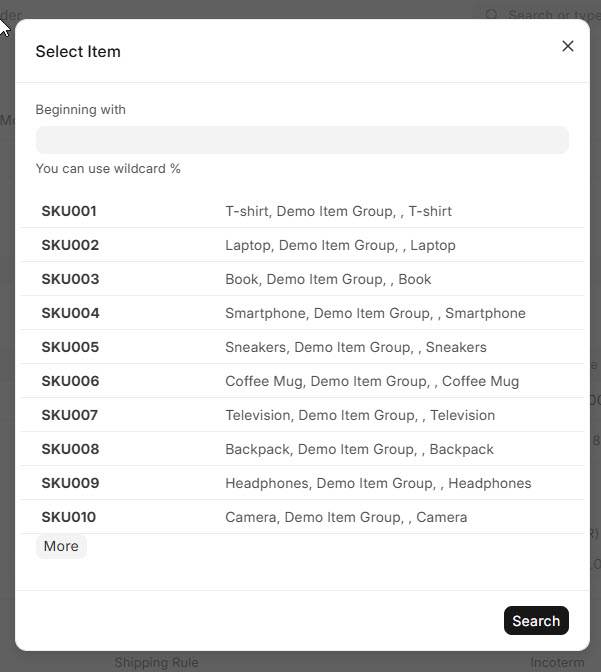
## Productos

En el apartado de productos nos aparece el listado con la información pertinente de cada uno. Podemos observar el estado para verificar que está disponible para la venta.

El formulario para añadir nuevos productos es muy sencillo, debemos dar un código para facilitar el tratamiento del producto, la unidad de medida, el stock actual y otros parámetros si accedemos al formulario completo.

Los productos que añadamos automáticamente estarán disponibles en el apartado de ventas para su uso y distribución. En las filas del orden de ventas nos aparecerá la opción de añadir los productos a través del listado.

Vemos reflejado en primer lugar el código que identifica al producto y a un lado la descripción y el grupo al que pertenece. Tras esto solo faltaría ajustar la cantidad de artículos dentro de la venta.



# 5. Anexo I: análisis de rendimientos

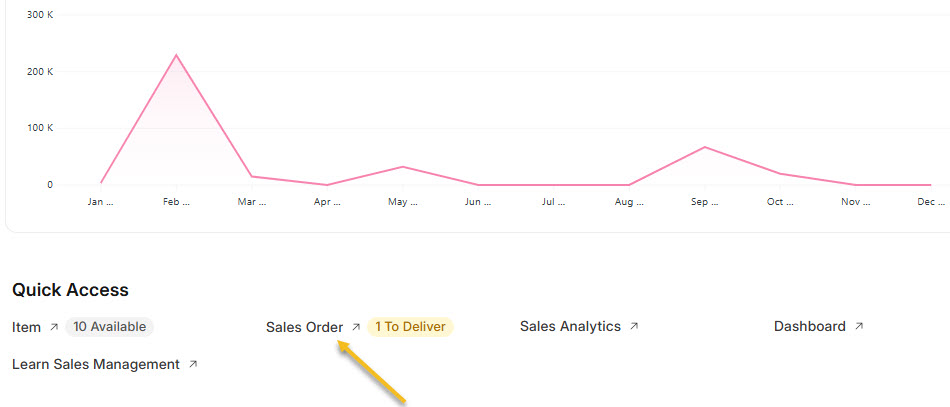
## Factura

# 6. Documentación

Breve manual de uso de las principales características del ERP. En primer lugar debemos asegurarnos que nos han otorgado acceso a las secciones en las que vamos a trabajar y previamente hemos completado nuestro perfil.

## Gestión de ventas

Situándonos en el menú principal nos interesa dirigirnos al apartado *selling* (ventas), donde nos aparecerá un gráfico a modo de análisis, además de un acceso rápido a algunas utilidades.

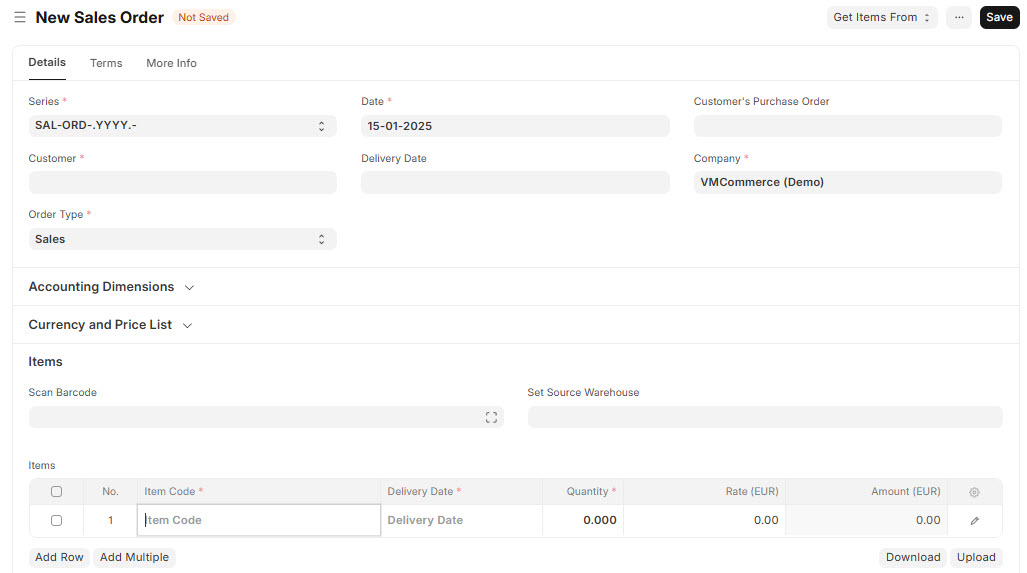


En *ítems* accedemos al apartado de gestión de productos donde añadimos y observamos su estado.

*Sales order* nos llevará a la pestaña donde accedemos al listado de ventas y al botón de añadir una nueva.

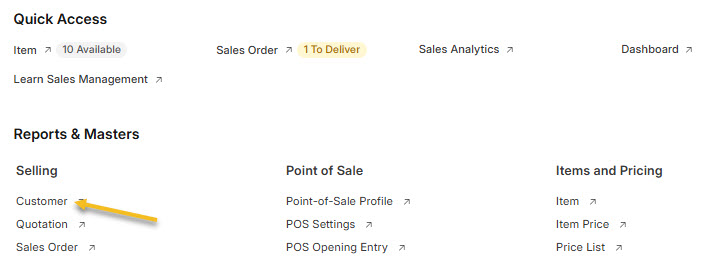
Más abajo, el menú contiene varios apartados que muestran otro tipo de tareas incluidas en esta sección, pero no son tan recurrentes.

Los listados y formularios suelen ser comunes respecto a la interfaz. Son claros y eficientes si sabemos interpretarlos.

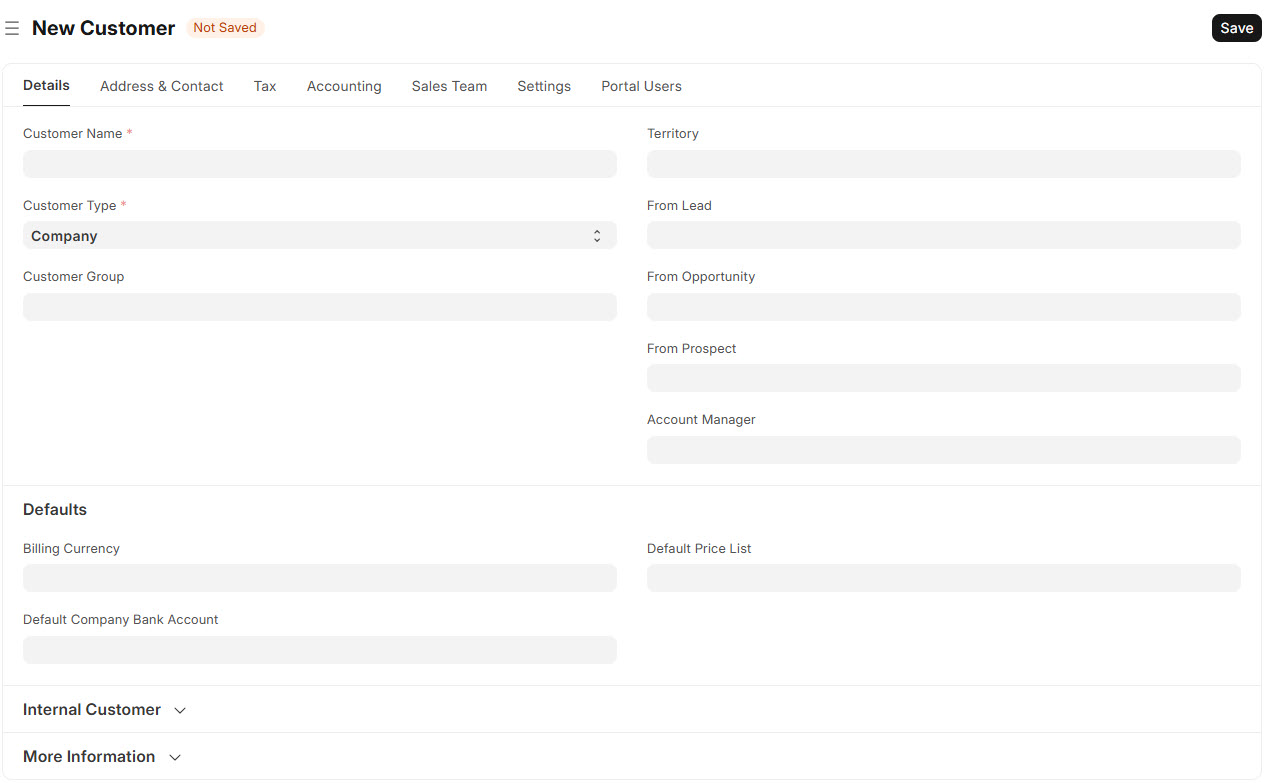
El formulario que lleva incluido es muy sencillo, debemos seleccionar uno de los clientes registrados y completar la información de la venta, seleccionando los productos y la cantidad facilitados desde un listado.

Tras esto nos aparecería en el listado, con el estado de los productos y la confirmación de la venta realizada.

## Gestión de clientes

Este apartado se incluye también en el menú *selling* sobre el que estamos tratando. Debajo del acceso rápido encontraremos el enlace a esta sección. Nos aparecerá un listado nuevamente con los clientes registrados.

Si quisiéramos añadir nuevos, debemos acceder al formulario de registro y rellenar cuidadosamente los datos:



Sobre el apartado del CRM, es muy similar a este y mantienen una estrecha relación. La creación de oportunidades e iniciativas es sencilla. Como ya hemos visto en los apartados anteriores, el menú y el listado es igual, y el formulario de creación también.

La interfaz de la oportunidad contiene información sobre el cliente y la venta a la que se quiere aspirar con él. El tratamiento es parecido a la venta, solo debemos tener en cuenta el proceso en el embudo de ventas y prestar atención a los atributos y apartados donde nos situamos.

Como recomendación principal para el uso de este ERP destacaría la importancia de investigar sobre la interfaz de cualquier sección, lo que nos va a servir para manejarnos en todas. Hay que recalcar también el uso de los comentarios y los datos que rellenamos sobre los distintos objetos en los que trabajamos, lo que nos va a facilitar las tareas tanto a nosotros como a los compañeros con los que compartamos el sistema.

El registro del cliente debe ser extenso y correcto al 100%, ya que se verá reflejado en todas las secciones y exprimiremos al máximo cada detalle. Ya no sólo de la empresa sino del comercial o el representante con el que hablemos, desde cómo tratarle (mr,mrs…) hasta su información profesional.

Todos estos detalles no pueden pasar por alto, comprobaremos que nos ayudará en la realización del trabajo cotidiano.