

1. TEMA 72 - SISTEMAS CRM Y ERP

1.1. CRM(CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT)

Son la respuesta tecnológica al marketing relacional, para **fortalecer las relaciones con los clientes**, para construir proactivamente una preferencia de los consumidores por una determinada empresa.

PILARES EMPRESARIALES PARA EL ÉXITO DE UN CRM

- **Estrategia:** alineada con el nivel táctico y operativo
- **Personas:** Cambio en la cultura organizativa.
- **Procesos:** Redefinición de procesos para optimizar las relaciones con los clientes
- **Tecnología:** Hay soluciones CRM para todo tipo y tamaño de organización

SOLUCIONES CRM

Comerciales		Libres
<ul style="list-style-type: none"> • Oracle Siebel (on demand) • Oracle CRM on demand (SaaS) • Microsoft Dynamics CRM • SAP 360 Customers 	<ul style="list-style-type: none"> • SugarCRM • vTiger • Zoho CRM • Salesforce 	<ul style="list-style-type: none"> • SuiteCRM (Evolución de SugarCRM opensource y sin limitaciones)

1.2. ERP(ENTERPRISE RESOURCE PLANNING)

Son sistemas integrales de gestión de empresas, diseñados cada una para cubrir las expectativas de cada área funcional de la empresa.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

- **Modularidad:** sólo se instalan aquellos requeridos por el cliente.
- **BD centralizada** La información se comparte entre todos los módulos, en tiempo real.
- **Integrable:** entre distintos departamentos, donde el fin de un proceso puede ser el inicio de otro.
- **Adaptable:** a la casuística de cada empresa, a través de la parametrización (configuración)

VENTAJAS E INCONVENIENTES

Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> • Mejora toma de decisiones • adaptarse en el tiempo a las necesidades. • Automatización de tareas • Mayor control, trazabilidad y comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Implantación prolongada e inversión inicial considerable • Complejidad del proceso de migración de datos • Productos comerciales propietarios

SOLUCIONES ERP

Comerciales	Libres	
<ul style="list-style-type: none"> • Oracle E-Business Suite • Microsoft Dynamics • Aqua eSolutions, META4 España • SAP 	<ul style="list-style-type: none"> • Openbravo - española • xTuple • openXpertya: 	<ul style="list-style-type: none"> • Apache OFBiz • BlueErp • OpenERP

1.3. GENERACIÓN DE INFORMES A LA DIRECCIÓN

Objetivos cuadro de mando

- Ha de ser un medio informativo destacable
- Debe ser una herramienta de diagnóstico
- Debe promover el diálogo entre todos
- Ha de ser útil a la hora de asignar responsabilidades
- debe facilitar la toma de decisiones.

Cuadro de mando analítico (EIS Executive Information System) o DASHBOARDS

- se conocen así los cuadros de mando que muestran información sin compararla con objetivos propuestos.
- Los **KPI (Key Performance Indicator)** – Indicadores clave de rendimiento para la gestión.
- La utilización de KPIs proporciona a los ejecutivos de negocio una vista en tiempo real y a un alto nivel del progreso de la compañía.

Cuadro de mando integral o estratégico (Balanced Scorecard) – CMI

Son cuadros de mando que muestran información estratégica y están orientados a **mostrar objetivos**, por lo tanto, además de ofrecer los indicadores KPI, permiten almacenar en el sistema los **KGI (Key Goal Indicador – Indicador de objetivo clave)**.