

# Proyecto CRM Ingeteam - FV

## DOCUMENTO DE REQUERIMIENTOS Y ESPECIFICACIONES PARA EL DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA SOLUCIÓN CRM

### Capítulo 2 – Presentación del Proyecto CRM

## INDICE

<b>2</b>	<b>PRESENTACIÓN DEL PROYECTO CRM (IPT FOTOVOLTAICA).....</b>	<b>4</b>
2.1	Ámbito de aplicación/actuación .....	4
2.2	Objetivos generales del proyecto CRM .....	6
2.3	Objetivos funcionales del CRM.....	7
2.4	Metodología de desarrollo de software para el CRM .....	7

## CONTROL DE ACTUALIZACIONES

VERSIÓN	FECHA CREACIÓN	CREADO POR	FECHA APROBACIÓN	APROBADO POR
		Juan Carlos Jadraque José Luis Gutiérrez Javier Villanueva Arturo Albacete Ignacio Parres	-	-

PUNTO	CAMBIOS RESPECTO DE LA VERSIÓN ANTERIOR
	NO APLICA al ser primera versión

## 2 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO CRM (IPT FOTOVOLTAICA)

### 2.1 Ámbito de aplicación/actuación

El ámbito de actuación de este proyecto abarca la unidad de negocio fotovoltaica (IPT-FV), independientemente de que más adelante el proyecto se amplíe a otras unidades de negocio. La unidad de negocio fotovoltaica se compone de:

- **Headquarters (HQ)** – Las oficinas centrales de la unidad de negocio FV se encuentran en Sarriguren (Navarra). Allí están ubicados los servicios centrales como son: Marketing, I+D, Dpto. Financiero, Gerencia, .... Comercialmente la actividad que se desarrolla en Sarriguren incluyen: cuentas nacionales, gestión comercial de delegaciones y ciertos mercados internacionales no cubiertos por las subsidiarias
- **Delegaciones y home-offices** – Ciertos mercados se abordan de forma directa con empleados propios a través de delegaciones y *home-offices* donde (a día de hoy) el área fotovoltaica está activa:
  - USA
  - Méjico
  - Chile
  - Brasil
  - Francia
  - Italia
  - Alemania
  - España
  - Marruecos (*Home Office*)
  - Sudáfrica
  - India
  - China
  - Vietnam (*Home Office*)
  - Australia

Futuribles 2016:

- Panamá
- Japón
- Colombia
- UK (2015)

- **Agentes Externos** - Socios comerciales (personas individuales) que no forman parte de la plantilla de Ingeteam pero con los cuales se tiene firmado un contrato de representación comercial para la promoción de ventas en ciertas regiones. El agente es generalmente comisionista. Tendrán un acceso al CRM limitado que se definirá en los siguientes capítulos.
- **Distribuidores exclusivos** - Socios comerciales (empresas) que no forman parte de la estructura de Ingeteam pero con los cuales se tiene firmado un contrato de distribución comercial en ciertas regiones. El distribuidor exclusivo generalmente compra productos de Ingeteam, mantiene cierto stock y factura directamente al cliente generándose su beneficio. Tendrán un acceso al CRM limitado que se definirá en los siguientes capítulos.

Desde el punto de vista funcional el ámbito de aplicación del CRM se circunscribirá sobre el área comercial y ventas como el núcleo de negocio principal. No obstante habrá otras funciones no comerciales que implicarán a los siguientes grupos:

1. Management (Responsables España y filiales)
2. Administración de pedidos
3. Marketing
4. Técnico/I+D
5. SAT FV – Repuestos, reparaciones y asistencia en campo
6. Planificación de producción
7. Producción (no FV)
8. Finanzas (no FV)
9. Compras (no FV)
10. Logística/Operaciones (no FV)
11. SAT Fábrica (no FV)
12. APG (no FV)
13. IPT Service (no FV)
14. Prevención de riesgos laborales (no FV)
15. Recursos humanos (no FV)
16. Tecnologías de la información - TI (no FV)

## 2.2 Objetivos generales del proyecto CRM

La implementación del sistema CRM tiene como fin cumplir los siguientes objetivos generales:

1. **Incrementar la visibilidad de negocio.** Uno de los objetivos prioritarios del CRM es proporcionar la máxima visibilidad posible sobre toda la actividad comercial. Este concepto incluye desde facilitar el acceso a la información de las cuentas (ficha empresa) hasta el planteamiento estratégico de un mercado (ficha país).
2. **Estandarización y mecanización de procesos de venta** (internos y de cara al cliente). Un objetivo imprescindible, pues tener procesos homogéneos facilita no sólo la correcta aplicación de ellos, sino también la interacción entre procesos y poder aplicar herramientas para su monitorización y seguimiento.
3. **Mejora de la calidad de la información.** Al centralizar el manejo de la información empresarial a través del CRM se podrá aplicar una serie de controles estrictos sobre la información que conducirán a una calidad más elevada.
4. **Mejora de la coordinación entre departamentos.** Un factor clave para el correcto desempeño de la actividad comercial de IPT-FV de forma organizada.
5. **Reducción de carga administrativa a los vendedores.** El sistema CRM permitirá a los vendedores dedicar más tiempo a sus labores comerciales, incrementando su productividad.
6. **Incrementar el control sobre el progreso de las oportunidades.** Un objetivo esencial que ayudará a IPT-FV ser más competitivo en su sector frente a la competencia y de cara a sus clientes.
7. **Acortar ciclo de vida de ventas.** Será consecuencia de la automatización de diversos procesos de venta, que permitirá un mayor control de cuellos de botella, y tiempos muertos.
8. **Mejora del ratio de conversión.** Dado el esperado incremento en la productividad de los vendedores así como la estandarización de los procesos de venta, existe la expectativa de ver como resultado un ratio de conversión mayor al actual.
9. **Medir el desempeño comercial.** Finalmente la implementación del sistema CRM desembocará en una mejora de resultados personales de los comerciales y más generalmente de IPT-FV como tal, para lo cual será imprescindible poder realizar un seguimiento de la actividad comercial.

## 2.3 Objetivos funcionales del CRM

Existen una serie de objetivos funcionales que el CRM debe cumplir:

- Gestión centralizada de la actividad comercial con los clientes
- Módulo de ofertas
  - Elaboración de ofertas
  - Productos y servicios disponibles
  - Plazos de entrega
- Optimizar los procesos de venta
- Disponer de canales de *feedback* de satisfacción de los clientes
- Gestión de campañas
- Integración con Outlook
- Integración con SAP
- Automatizar la generación de informes (indicadores, dimensiones)
  - objetivos de facturación
  - márgenes
  - ratio de uso de la herramienta (por, funciones, grupos y usuarios)
  - análisis de *benchmark*
  - etc...

## 2.4 Metodología de desarrollo de software para el CRM

Ingeteam no dispone de una metodología interna de desarrollo de software.

La metodología será la que proponga el implantador en función de la plataforma CRM que se vaya a implantar, y que será presentada cuando se solicite y tendrá que ser aprobada por el equipo técnico de IPT-FV. Se deberá de tener en cuenta que la metodología que se aplique durante la implantación deberá cubrir unos mínimos de calidad, como por ejemplo, documentación suficiente para que IPT-FV sea totalmente independiente a la hora de mantener y evolucionar toda la plataforma.

## CONTROL DE FIRMAS DE APROBACIÓN

<b>Resumen de Identificación:</b> Proyecto CRM Ingeteam FV Documento de requerimientos y especificaciones para el desarrollo e implementación de una solución CRM (DRE) Capítulo 2		
<b>Destinatarios / Lista de Distribución:</b> NO APLICA – Este documento se integrará como parte del DA		
<b>Firmas de aprobación:</b>		
<b>Firma:</b>       <b>Juan Carlos Jadraque</b>	<b>Firma:</b>       <b>José Luis González</b>	<b>Firma:</b>       <b>Javier Villanueva</b>
<b>Fecha:</b>	<b>Fecha:</b>	<b>Fecha:</b>