**Proyecto CRM**

**Ingeteam - FV**

**DOCUMENTO DE ANÁLISIS**

**Capítulo 2 – Presentación del Proyecto CRM**

**INDICE**

2 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO CRM (IPT FOTOVOLTAICA) 4

2.1 Ámbito de Aplicación/Actuación 4

2.2 Objetivos Generales del Proyecto CRM 6

2.3 Objetivos Funcionales del CRM 8

2.4 Metodología de Desarrollo del Software para el CRM 8

**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 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# PRESENTACIÓN DEL PROYECTO CRM (IPT FOTOVOLTAICA)

## Ámbito de Aplicación/Actuación

* **Business Unit** -El ámbito de actuación de este proyecto abarca la unidad de negocio fotovoltaica (FV), independientemente de que más adelante el proyecto se amplíe a otras unidades de negocio.
* **Delegaciones** – 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 junto con los cuales desempeñamos actividades económicas en un escenario internacional, como por ejemplo, aquellos ubicados en países árabes o asiáticos con los que trabajamos. ¿ESTOS VAN A UTILIZAR EL CRM? Sí, pero de manera muy limitada – POR DEFINIR -
* **Funciones** - Las funciones principales son comercial y ventas como el núcleo de negocio. No obstante habrá otras funciones no comerciales que implicarán a los grupos siguientes:

1. SAT Fábrica
2. SAT FV
3. I+D
4. Pedidos
5. Planificación
6. Producción
7. Compras
8. Logística/Operaciones
9. Management (Responsables España y filiales)
10. Marketing
11. Finanzas
12. APG (no FV)
13. IPT Service (no FV)

Revisar en función de los grupos de usuario que se definan

## Objetivos Generales del Proyecto CRM

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

1. **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 interproceso y poder aplicar herramientas para su monitorización y seguimiento.
2. **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.
3. **Mejora de la coordinación entre departamentos.** Un factor clave para el correcto desempeño de la actividad comercial de IPT-FV de forma organizada.
4. **Reducción de carga administrativa a los vendedores.** El sistema CRM permitirá a los vendedores dedicar más tiempo a sus labores comerciales, incrementando su productividad.
5. **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.
6. **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.
7. **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.
8. **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.

## Objetivos Funcionales del CRM

Existen una serie de objetivos funcionales para los cuales la expectativa es que el CRM los cumpla:

* Realización de ofertas
  + Elaborar ofertas
  + Productos y servicios disponibles
  + Plazos (puede ser complejo)
* Asistente para los procesos de venta (basado en el capítulo workflow).
* Integración con Outlook
* Integración con SAP
* Informes (indicadores, dimensiones)
  + objetivos de facturación
  + márgenes
  + ratio de uso de la herramienta (por, funciones, grupos y usuarios)
  + etc.

## Metodología de Desarrollo del Software para el CRM

Ingeteam no dispone de una metodología interna. La metodología será la que proponga el implantador en función de la plataforma CRM que se vaya a implantar.

**CONTROL DE FIRMAS DE APROBACIÓN**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Resumen de Identificación: | | |
| Proyecto CRM Ingeteam FV  Documento de Análisis (DA)  Capítulo 2 | | |
| Destinatarios / Lista de Distribución: | | |
| NO APLICA – Este documento se integrará como parte del DA | | |
|  | | |
| **Firmas de aprobación:** | | |
| **Firma:** | **Firma:** | **Firma:** |
| **Juan Carlos Jadraque** | **José Luis Gutiérrez** | **Javier Villanueva** |
| Fecha: | Fecha: | Fecha: |