**Proyecto CRM**

**Ingeteam - FV**

**DOCUMENTO DE ANÁLISIS**

**Capítulo 8 – Bases de Datos**

**INDICE**

8 Bases de Datos 4

8.1 Empresa y organizaciones (BD1) 5

8.2 Contactos y personas 7

8.3 Artículos 8

8.4 Leads 9

8.5 Ofertas 10

8.6 News 11

8.7 Commercial Activities 12

**CONTROL DE ACTUALIZACIONES**

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

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

# Bases de Datos

Las bases de datos, que a partir de ahora serán abreviadas BB.DD, forman un núcleo importante del CRM. No solamente son un centro de almacenamiento de datos de las diferentes entidades del sistema, sino que también definen la estructura interna que tendrá el CRM.

El CRM dispondrá de las siguientes BB.DD:

1. Empresa y organizaciones
2. Contactos y personas
3. Artículos y productos
4. - - No aplica - -
5. Ofertas
6. Noticias
7. Actividades
8. Price Benchmark
9. Claims
10. Workflow
11. Staff (KAM)
12. Relaciones entre empresas
13. Forecast

También son utilizadas las siguientes tablas maestras (con sus campos indicados): (MOVER AL FINAL DEL CAP 8, EN APARTADO PROPIO)

|  |  |
| --- | --- |
| * TB Países ISO   + Common name   + Capital   + Formal Name   + Continent   + ISO 3166-1 2 Letter Code   + ISO 3166-1 3 Letter Code   + ISO 3166-1 Number   + ITU-T Telephone Code   + IANA Country Code TLD   + ISO 4217 Currency Name   + ISO 4217 Currency Code | * TB Regiones   + Common Name   + Region (según IGT)   + Continent   + ISO 3166-1 2 Letter Code   + ISO 3166-1 3 Letter Code * TB Idiomas   + (Necesito la TB interna para poner los campos) |

## Empresa y organizaciones (BD1)

En esta BD se almacenarán las empresas, sean o no clientes de Ingeteam FV, estando definidas por los campos a continuación detallados. Esta es la BD más compleja, pues es la que cuenta con más relaciones a otras BB.DD.



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NOTAS EXPLICATIVAS** | | |
| **NPC - Next planned contact** | Auto,  Descripción | Existen dos opciones para determinar/programar la próxima actividad.  (i) O bien de una forma aproximada incluyendo los días estimados desde una lista: 1,7,14,30,45,60,90,120,180,270,360 predeterminada (aunque luego se pueda rellenar el día que se quiera). (ii) incluyendo una tarea en el calendario Outlook, con reseña de esta tarea en el timeline de la cuenta y automáticamente el CRM calcula el NPC (días restantes hasta la tarea). |
| **Coords UTM-X,**  **Coords UTM-Y** | Auto | En formato UTM. El Asistente Geográfico busca el UTM desde la dirección. Se captura la ubicación cuando el vendedor KAM utilice TM. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Leyenda Obligatorio** | |
| \* | Campo Obligatorio para el usuario (los AUTO son obligatorios pero para la maquina) |
| \*\* | Obligatorio pero en combinación con otro campo. O uno, u otro. |

## Contactos y personas

En esta BD se almacenarán los contactos y personas que han interactuado de alguna manera con Ingeteam, ya sea comercialmente o a través de otros canales. Consecuentemente serán objeto de ser administrados por el CRM para facilitar la información relevante a los KAM y otros grupos de usuario.



## Artículos

Esta BD contendrá principalmente el inventario de IPT (FV). La BD conecta de forma automática con SAP para recibir la información de los artículos y productos, como pueden ser sus código identificadores internos así como material asociado (Pictures, Datasheet, etc…), e indicadores de interés gerencial (PCP, BEP, ICP).



## Leads

## Ofertas



## News

Esta BD servirá como repositorio de las noticias que el departamento de Marketing (y otros usuarios con permisos suficientes) considere relevantes y de interés no sólo para difusión interna sino también para ser transmitida a través de las *Newsletters* a los contactos de la BD 2 (Contactos y personas). Los usuarios tendrán la opción de realizar una búsqueda de noticias filtradas por los campos que las categorizan, como puede ser por área geográfica de impacto, o por etiquetas.

El CRM permitirá la creación automática de un PDF a partir de una noticia referenciada solo por su URL pública.



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NOTAS EXPLICATIVAS** | | |
| **Etiquetas** | Validación | Asistente CRM de etiquetas; Cuando el usuario vaya escribiendo una etiqueta, el asistente irá proponiendoetiquetas que ya han sidoutoizaasanterior,emte, facilitando la reutilización de las mismas y la categorización de las noticias. |

## Commercial Activities



TABLA DE ANEXOS

"A.1 - Jerarquía de Productos" - Excel de Carlos Lezana + resto de productos y servicios a configurar

**CONTROL DE FIRMAS DE APROBACIÓN**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Resumen de Identificación: | | |
| Proyecto CRM Ingeteam FV  Documento de Análisis (DA)  Capítulo 1 | | |
| Destinatarios / Lista de Distribución: | | |
| NO APLICA – Este documento e integrará como parte del DA | | |
|  | | |
| **Firmas de aprobación:** | | |
| **Firma:** | **Firma:** | **Firma:** |
| **Juan Carlos Jadraque** | **José Luis González** | **Javier Villanueva** |
| Fecha: | Fecha: | Fecha: |