



Trabajo Final Business Intelligence

Mia Barreiro, Nicolás Cozzo, Irina Di Fonzo y Paz Halac Ayuso

Comisión C

Universidad Austral

Introducción a Business Intelligence

Prof. Sabrina Aguilera y Federico Piñeyro

Noviembre 2024

Trabajo Final - Introducción a Business Intelligence

RIDGETECH <https://www.ridgetech.io/>

Relevamiento

Ridgetech es una consultora de marketing y servicios de tecnología de la información, asociada con Salesforce, y brinda soporte hacia pequeñas y medianas empresas en la implementación y adaptación de los softwares vendidos por Salesforce en las bases de datos de estas empresas. Funciona como intermediario entre Salesforce y la empresa cliente. Es un negocio B2B.

Misión: Simplificar las soluciones tecnológicas para pequeñas y medianas empresas y asegurarnos de que cuenten con el apoyo que necesite, adaptado especialmente para ellas.

Visión: Su visión incluye un enfoque humano, proporcionando apoyo adaptado a cada cliente, ayudándolos a navegar el panorama digital con fluidez. Busca hacer la tecnología más accesible, entregando soluciones personalizadas y efectivas.

Competencia: Su competencia incluye otras firmas consultoras y socios certificados de Salesforce, así como empresas de tecnología que ofrecen soluciones de CRM (Customer Relationship Management) como Zoho, HubSpot, y Microsoft Dynamics.

Resultados: Ridgetech prioriza la satisfacción del cliente, un enfoque personalizado, y el desarrollo de relaciones de largo plazo con sus clientes. Aunque no han publicado información financiera, su crecimiento parece estar ligado a la calidad de sus soluciones y el boca a boca en la industria.

Preguntas que a la organización le gustaría responder

1. ¿Qué tipos de proyectos generan mayor rentabilidad para la empresa?
2. ¿Cuánto tiempo en promedio se tarda en completar un proyecto?
3. ¿Qué porcentaje de los proyectos se completan a tiempo o se retrasan?
4. ¿Cuál es el promedio de satisfacción del cliente por tipo de proyecto?
5. ¿Qué proyectos han generado la mayor satisfacción del cliente y por qué?
6. ¿Cuál es el tamaño óptimo de equipo para proyectos más rentables?
7. ¿Qué nivel de capacidad tiene la empresa para tomar nuevos proyectos sin comprometer la calidad?
8. ¿Qué porcentaje de los ingresos proviene de clientes recurrentes vs. nuevos clientes?
9. ¿Qué mercados están creciendo más rápidamente y cómo podemos posicionarnos mejor?
10. ¿En qué áreas podemos automatizar más procesos para mejorar la eficiencia en la entrega de proyectos?

Investigación

Entrevista

- Preguntas clave

- ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan las pequeñas y medianas empresas al implementar soluciones de Salesforce?

Las pymes suelen enfrentar desafíos como altos costos de implementación, falta de personal capacitado, integración con sistemas preexistentes y resistencia al cambio. Además, el proceso de adaptación puede ser complejo si no cuentan con el soporte adecuado para maximizar el valor de la herramienta.

- ¿Cómo miden la satisfacción del cliente y qué métricas consideran más importantes?
La satisfacción del cliente se mide a través de encuestas post-proyecto, utilizando métricas como el CSAT (Customer Satisfaction Score) y el NPS (Net Promoter Score). Estas métricas permiten evaluar la experiencia del cliente y su disposición a recomendar el servicio, identificando áreas para mejorar el soporte y la relación con los clientes.

- ¿Cómo se diferencia Ridgetech de otras consultoras?

Ridgetech se destaca por su especialización en pymes, ofreciendo soluciones personalizadas de Salesforce que atienden sus necesidades específicas. Además, proporciona un acompañamiento continuo desde la implementación hasta el soporte, asegurando una adaptación efectiva y rentable para el cliente.

- ¿Qué tendencias en tecnología o marketing consideran que afectarán a Ridgetech en los próximos años?

Las tendencias de inteligencia artificial, automatización de procesos y análisis de datos impactarán significativamente, abriendo nuevas oportunidades en CRM avanzado. En marketing, la personalización y la interacción digital serán clave para atraer y retener clientes, exigiendo adaptaciones en servicios y estrategias.

- ¿Qué oportunidades ven para expandir su oferta de servicios o entrar en nuevos mercados?

Ridgetech puede ampliar su oferta desarrollando servicios recurrentes como suscripciones y capacitación continua en Salesforce. Además, expandirse hacia sectores específicos que requieren soluciones avanzadas de CRM o aprovechar tecnologías emergentes como IA en CRM, son oportunidades para diversificar y crecer en el mercado.

- Uso de datos

- ¿Qué tipos de datos utiliza su equipo en su trabajo diario?
Emails de potenciales clientes, cantidad de interacciones de los mismos con formularios o links de los emails mandados, o sus clics en botones de la página web. Seguimiento de la “customer journey”, es decir el recorrido que hace el cliente en cada elemento de marketing que es puesto en los mails y sitios webs de los clientes, para analizar la posibilidad de transformar a un visitante en un cliente real.
- ¿Con qué frecuencia revisa y actualiza los datos utilizados en su trabajo?
Diariamente. Se realizan reuniones con los clientes diarias o cada 2 días para tener un seguimiento de las acciones implementadas por la empresa y su impacto, así como la retroalimentación de proyectos y la modificación de procesos disfuncionales. Esto hace que Ridgetech pueda ir direccionando su estrategia en base a lo que está buscando su cliente, y según qué resultados le genera.
- ¿Qué herramientas utiliza para gestionar y analizar datos?
Para gestionar y analizar los datos utilizamos herramientas como CRM, Account Engagement (herramientas de Salesforce), Ezy Tise para la producción de campañas de marketing y email templates, Linear para la dirección y organización del equipo según objetivos a cumplir y Slack para la comunicación en el equipo.
- ¿Con qué frecuencia utiliza datos para tomar decisiones en proyectos?
Todo el tiempo. Es una empresa data driven, y datos como las tasas de conversión de clientes o cuántos nuevos “leads” o potenciales clientes interactúan con la página determinan el curso de acción de la empresa.

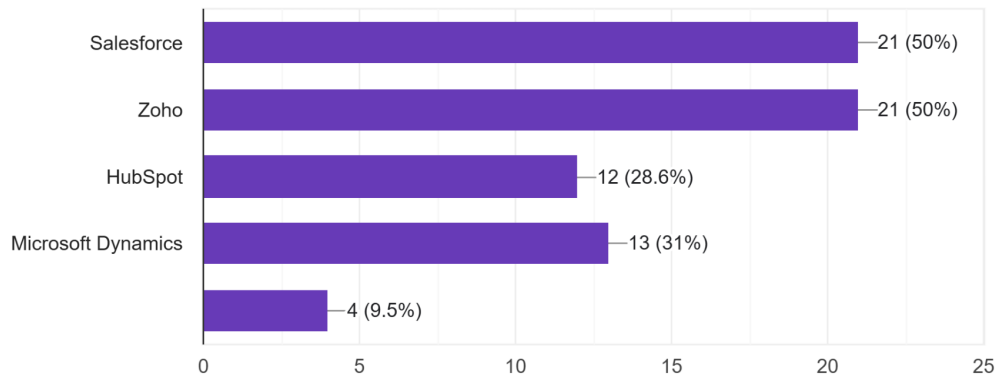
Encuesta

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfuU-FkdWHrokpm2UKMD2iEU78wdrrysytCG27FxbgQX2no0g/viewform?usp=sf_link

Visualizaciones

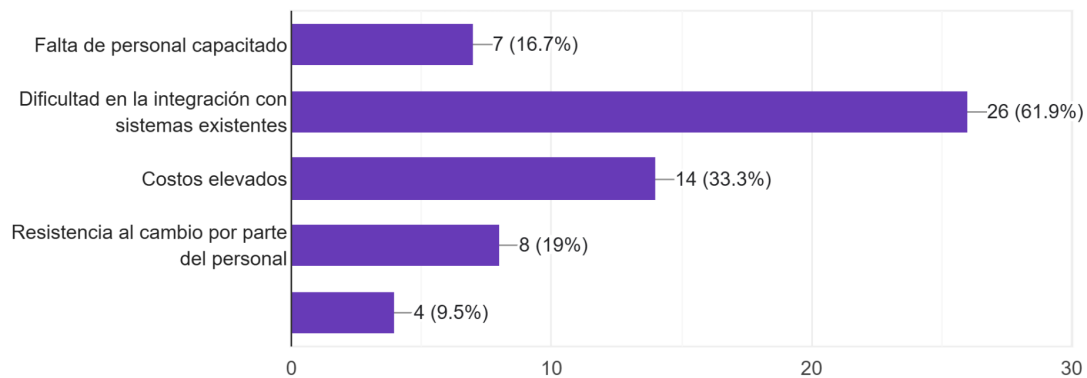
¿Qué tipo de tecnología utiliza actualmente en su empresa para la gestión de relaciones con clientes (CRM)?

42 respuestas



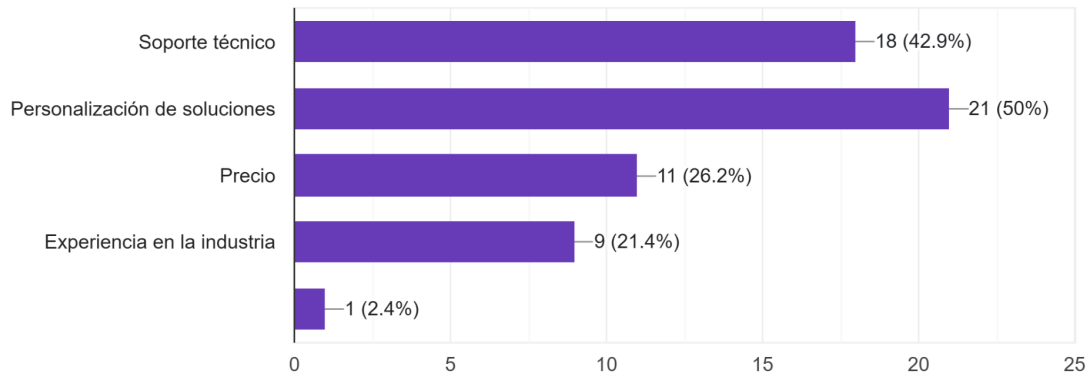
¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta su empresa al implementar soluciones tecnológicas?

42 respuestas



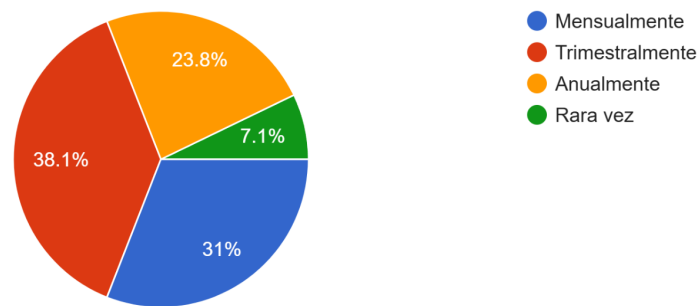
¿Qué características considera más importantes al seleccionar un proveedor de soluciones CRM?

42 respuestas



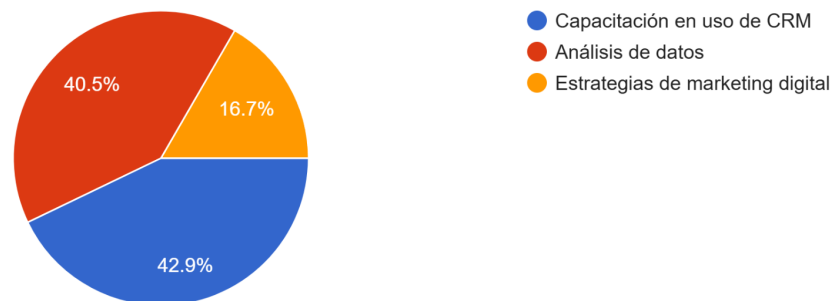
¿Con qué frecuencia actualiza o revisa las soluciones tecnológicas utilizadas en su empresa?

42 respuestas



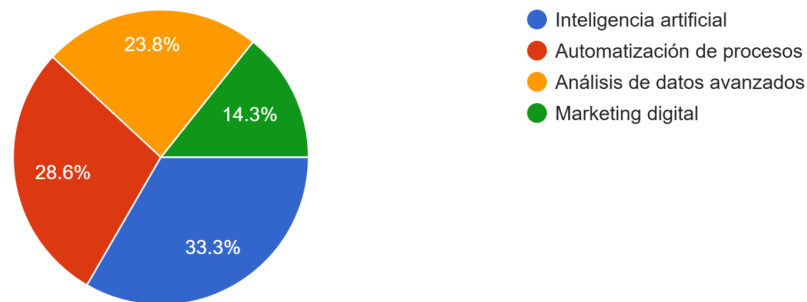
¿Qué tipo de formación o capacitación considera que su equipo necesitaría para aprovechar mejor las herramientas tecnológicas?

42 respuestas



¿Qué tendencias tecnológicas considera que tendrán un mayor impacto en su sector en el próximo año?

42 respuestas



Resumen de encuestas

En busca de obtener un panorama más claro de las necesidades, desafíos y expectativas de nuestros clientes actuales y potenciales, generamos una encuesta hacia distintas empresas. En ella se preguntó sobre el uso y los desafíos de las tecnologías de CRM, características valoradas al seleccionar proveedores, frecuencia de actualización de tecnologías, necesidades de capacitación y tendencias tecnológicas relevantes para el próximo año.

Los principales temas identificados fueron:

1. Tipos de CRM utilizados: Zoho, Microsoft Dynamics y Salesforce
2. Desafíos en la implementación: costos elevados, dificultad de integración con sistemas existentes, falta de personal capacitado y resistencia al cambio.
3. Criterios importantes al seleccionar proveedores de CRM: precio, soporte técnico, experiencia en la industria y personalización de soluciones.
4. Frecuencia de revisión de tecnologías: los más mencionados fueron trimestralmente y mensualmente. Casi una cuarta parte lo hace anualmente, mientras que la minoría raramente optan por la actualización mensual.
5. Capacitación requerida: análisis de datos, estrategias de marketing digital y capacitación en el uso de CRM.
6. Tendencias tecnológicas relevantes: inteligencia artificial, automatización de procesos y el marketing digital.

Los resultados obtenidos son importantes para nosotros porque nos permiten comprender profundamente las necesidades, desafíos y expectativas de nuestros clientes. Este conocimiento es clave para ajustar nuestros servicios de implementación de Salesforce de una forma que agregue valor real a las operaciones. Al identificar las barreras de costos, integración y capacitación, podemos

ofrecer soluciones y acompañamiento que faciliten la adopción de Salesforce, mejorando la satisfacción del cliente y fortaleciendo nuestra posición como intermediario.

Objetivos

OKR 1: Mejora de la Satisfacción del Cliente

Objetivo: Aumentar la satisfacción del cliente con los servicios de Ridgetech.

Key Results:

- 1. Alcanzar un puntaje de satisfacción del cliente (CSAT) del 90% en encuestas post-proyecto.
- 2. Reducir el tiempo de respuesta a consultas de clientes a menos de 24 horas.
- 3. Implementar un programa de seguimiento con clientes para recibir retroalimentación mensual.
- 4. Aumentar el número de referencias de clientes en un 25% durante el próximo trimestre.

Target: Clientes (Retención)

Soluciones o iniciativas

- 1. Encuestas de Satisfacción Automáticas: Implementar encuestas automáticas después de cada proyecto para medir el CSAT.
- 2. Chatbot para Consultas: Desarrollar un chatbot en el sitio web para responder consultas comunes y mejorar el tiempo de respuesta..

Esquema

Iniciativa	Métrica de medición	Frecuencia
Encuestas de satisfacción automáticas	Puntuación CSAT (Customer Satisfaction Score)	Después de cada proyecto
Chatbot para consultas	Tasa de respuesta en el chatbot, NPS para usuarios del chatbot	Mensual
Talleres de capacitación	Número de asistentes por taller, nivel de satisfacción de los asistentes (encuesta posterior)	Trimestral

OKR 2: Optimización de Procesos Internos

Objetivo: Mejorar la eficiencia operativa en la entrega de proyectos.

Key Results:

- 1. Reducir el tiempo promedio de implementación de proyectos en un 20%.

2. Aumentar la tasa de proyectos completados dentro del plazo establecido al 90%.
3. Implementar un sistema de gestión de proyectos que permita un seguimiento más efectivo.
4. Capacitar al 100% del equipo en nuevas herramientas y metodologías de gestión de proyectos.
5. Realizar revisiones trimestrales de procesos internos para identificar y eliminar cuellos de botella.

Targets: Equipo e inversores

Soluciones o iniciativas

1. Implementación de Software de Gestión: Adoptar herramientas de gestión de proyectos (como Trello o Asana) para mejorar la coordinación.
2. Revisión de Procesos: Realizar revisiones trimestrales de procesos internos para identificar y eliminar ineficiencias.
3. Capacitación Continua: Ofrecer capacitación regular en nuevas metodologías y herramientas al equipo.
4. Feedback del Equipo: Recoger opiniones del equipo sobre los procesos actuales para mejorar continuamente.

Esquema

Iniciativa	Métrica de medición	Frecuencia
Implementación de software de gestión	Tasa de cumplimiento de tareas, feedback del equipo sobre el software	Mensual
Revisión de procesos	Número de mejoras o ajustes implementados	Trimestral
Capacitación continua	Participación en capacitaciones, conocimientos adquiridos (test post-capacitación)	Mensual
Feedback del equipo	Satisfacción general del equipo sobre los procesos	Trimestral

OKR 3: Fortalecimiento de la Marca y Visibilidad

Objetivo: Aumentar la presencia y reconocimiento de la marca Ridgetech en el mercado.

Key Results:

1. Incrementar la participación en redes sociales en un 50% a través de contenido relevante.
2. Publicar al menos 5 artículos de blog o estudios de caso en el sitio web mensual.
3. Aumentar el tráfico del sitio web en un 40% mediante estrategias de SEO.

4. Realizar al menos 2 webinars al mes sobre temas de interés para los clientes potenciales

Target: Potenciales clientes

Soluciones o iniciativas

1. Estrategia de Contenido: Crear un calendario de contenido para redes sociales y blog que refleje la misión y visión de Ridgetech.
2. Relaciones Públicas Activas: Desarrollar relaciones con medios de comunicación para obtener cobertura en publicaciones relevantes.
3. Optimización SEO: Implementar estrategias de SEO para mejorar la visibilidad en motores de búsqueda.
4. Eventos en Línea: Organizar eventos virtuales que generen interés en la marca y atraigan nuevos clientes.

Esquema

Iniciativa	Métrica de medición	Frecuencia
Estrategia de contenido	Engagement (likes, comentarios, compartidos), visitas al blog	Mensual
Relaciones públicas activas	Número de menciones en medios y alcance de las publicaciones	Trimestral
Optimización SEO	Ranking de palabras clave objetiva, tráfico orgánico	Mensual
Eventos en línea	Número de asistentes, encuestas de satisfacción post-evento, nuevos leads generados	Trimestral

OKR 4: Mejora de la performance financiera de la empresa.

Objetivo: Aumentar la rentabilidad y la eficiencia financiera de Ridgetech.

Key Results:

1. Incrementar el margen de beneficio neto al 20% mediante la optimización de costos operativos.
2. Aumentar los ingresos recurrentes mensuales (MRR) en un 25% en el próximo trimestre.
3. Aumentar la tasa de retención de clientes al 90% para mejorar la estabilidad de los ingresos.
4. Realizar un análisis financiero mensual para evaluar el rendimiento y hacer ajustes estratégicos.

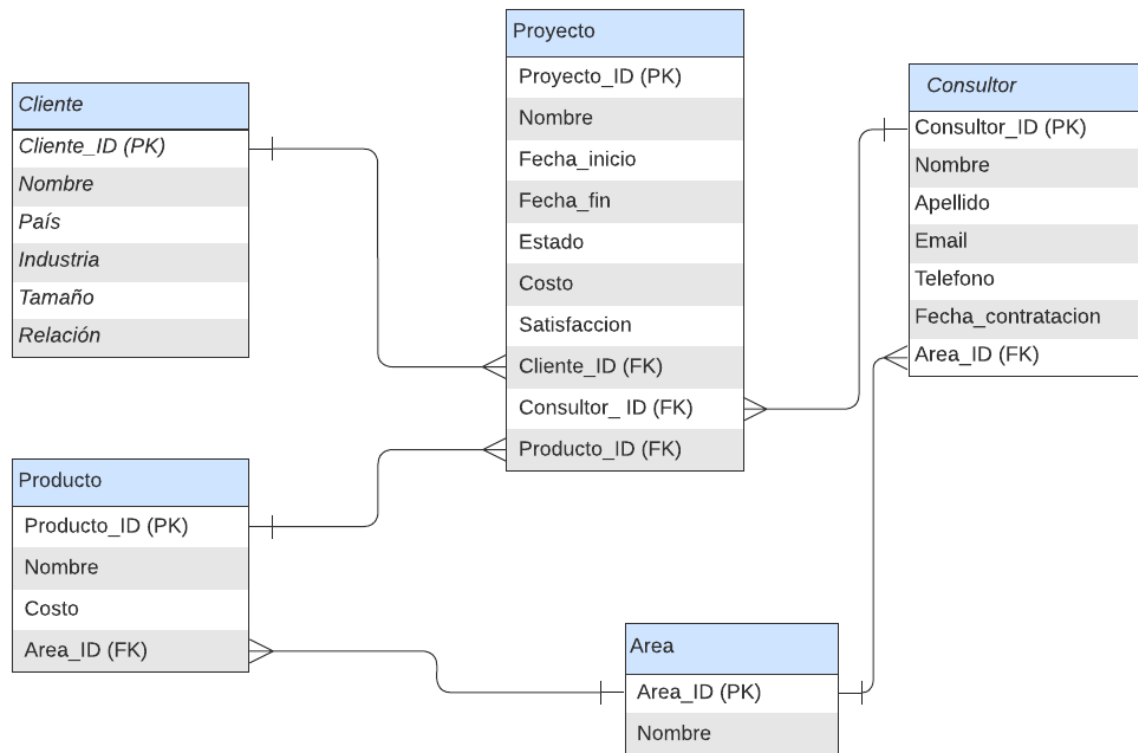
Target: Salesforce (Partner)

Soluciones o iniciativas

1. Realizar un análisis de costos para identificar áreas de reducción de gastos.
2. Desarrollar y lanzar un nuevo servicio que genere ingresos recurrentes, como un modelo de suscripción.
3. Implementar un programa de lealtad que ofrezca beneficios a los clientes existentes.
4. Establecer un equipo encargado de revisar los informes financieros y proponer acciones correctivas cuando sea necesario.

Esquema

Iniciativa	Métrica de medición	Frecuencia
Análisis de costos	Reducción de costos en áreas clave, comparación de gastos vs presupuestos	Trimestral
Desarrollos de nuevos servicios	Ingresos recurrentes generados, tasa de retención de clientes del servicio	Semestral
Programa de lealtad	Tasa de adopción del programa, retención de clientes	Mensual
Equipo de revisión financiera	Número de recomendaciones implementadas, mejora en indicadores financieros	Trimestral



Desarrollo de productos

a) Diseñar un dashboard para los distintos productos de datos en una herramienta de visualización de datos

<https://lookerstudio.google.com/reporting/bb1394f7-785f-429f-8b2c-5bc77c7ffe78>

b) Diseñar un tablero de mando integral para la organización

https://miro.com/app/board/uXjVLMxdruQ=?share_link_id=600963981994

Link CANVA: <https://www.canva.com/design/DAGVcoCH4OY/RzGIHy4fydrKFTytrF-6kQ/edit>