

Arquitectura General para BP

En el siguiente esquema se le da solución al esquema práctico con los requerimientos técnicos mostrados en el ejercicio. En cuanto a el esquema, muestra elementos referentes al CRM, basesa de datos externas, componente de marketing y representación transaccional por medio de gateways, lo cual será explicado a mayor detalle en el documento:

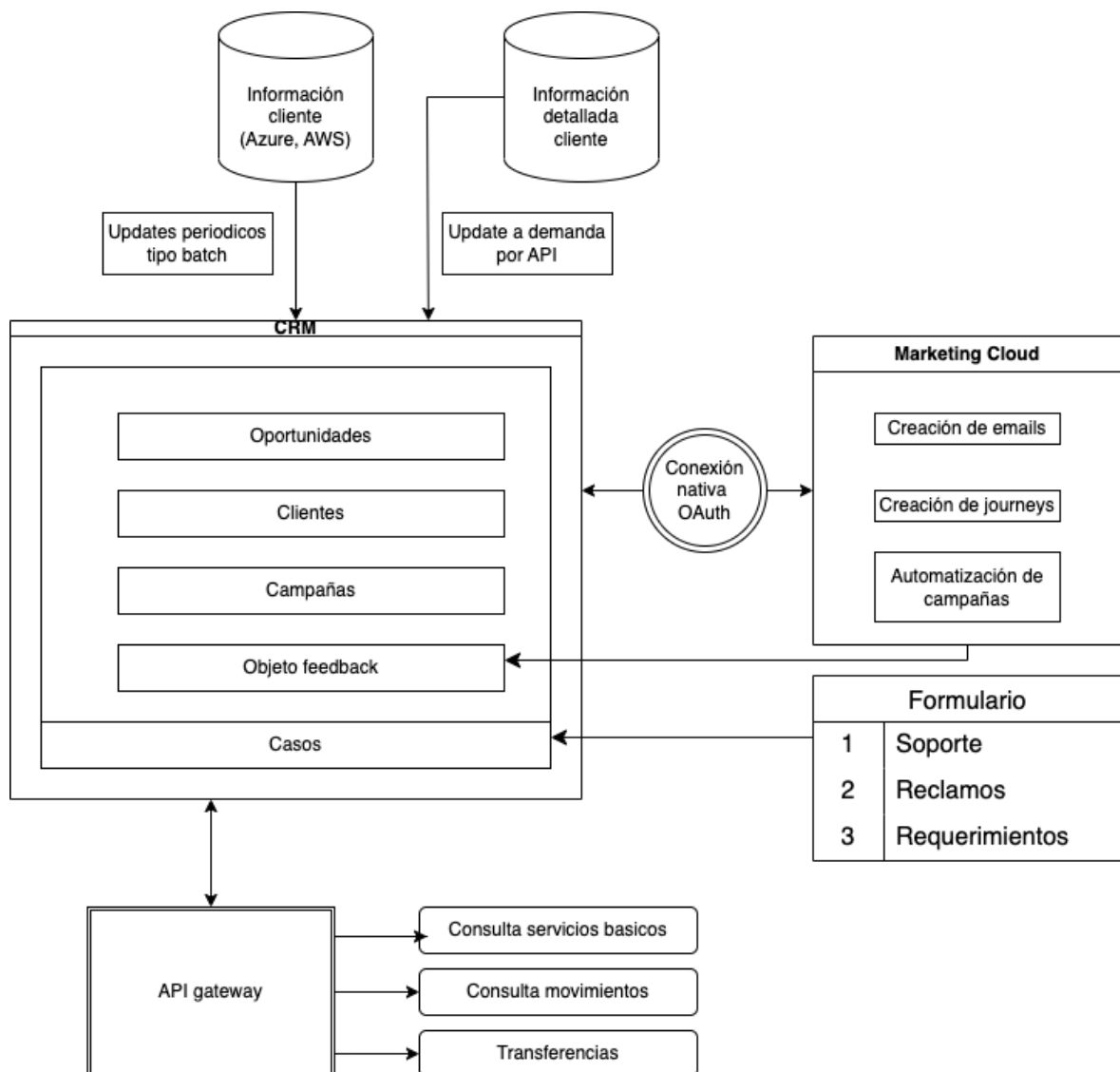


Imagen 1. Esquema general de arquitectura

1. CRM

En la primera parte de la arquitectura, la cual hace parte del esquema principal inicial, se encuentra el CRM, cuyo papel será manejar los aspectos relacionados a Clientes, campañas, oportunidades y gestión del ciclo de vida de los clientes en la institución.

Adicionalmente, cabe mencionar que para la gestión de casos se usará el CRM debido a que se puede realizar la inserción de los mismos por medio de un formulario que podemos asociar por medio de una comunidad.

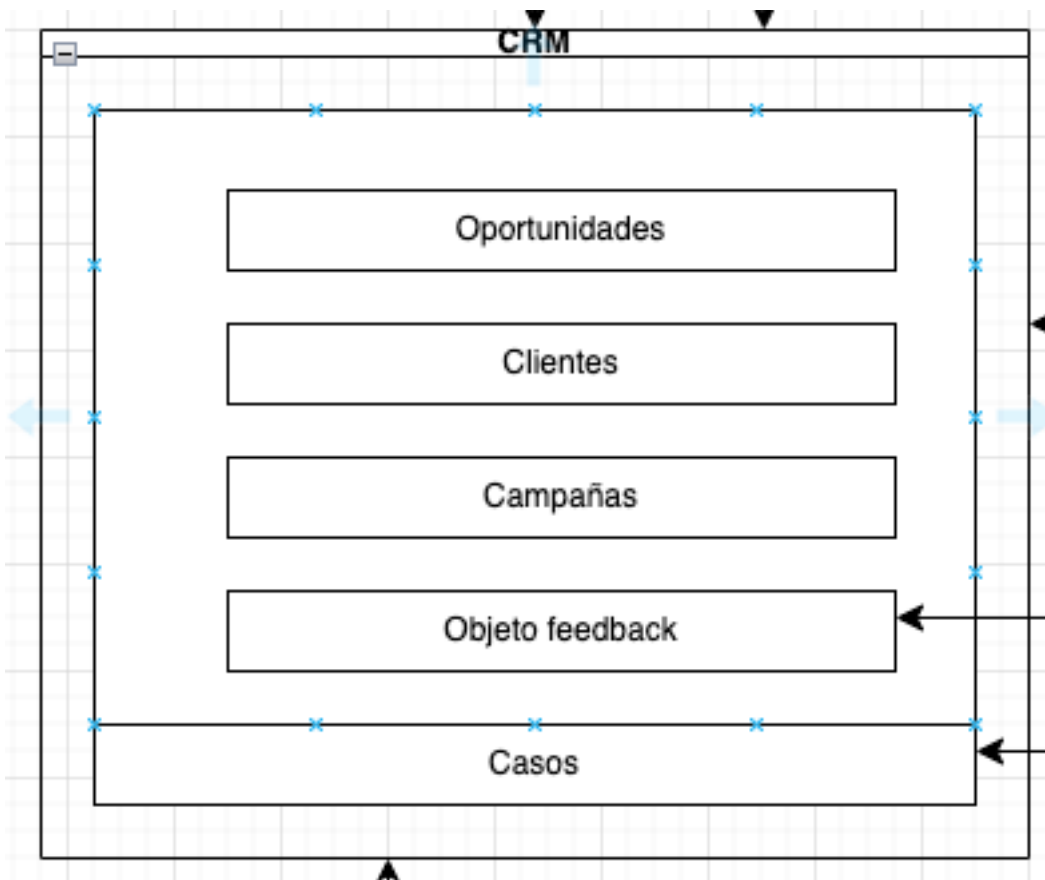


Imagen 2. Objetos encontrados en CRM

En cuanto a los objetos debemos tener en cuenta lo siguiente:

- Usaremos 4 objetos standard: Oportunidades, clientes, campañas y casos
- Se generará un custom object llamado Feedback para revisión de respuesta de marketing.

Dentro del CRM se deben especificar todas las clases de apex y los triggers referentes a el modo de operación de los objetos, los cuales dependerán de la parte funcional. Además de ello, el ciclo de vida de los clientes, es decir, la relación Lead, Oportunidad, Cliente (Cuenta) debe ser definida en el conjunto de operaciones iniciales.

Dentro de este mismo hito, se hace necesario la definición de los usuarios, perfiles y permisos que tendrá cada uno de los tipos de usuario, debido a que esto va a ser la base para la gestión y uso de los datos de la plataforma.

Perfil del rol: Para este rol en específico se requiere un desarrollador middle que nos permita realizar la ejecución de las tareas técnicas

- Se recomienda para el mantenimiento un administrador de salesforce para el manejo y soporte constante de la herramienta.

2. Información referente al cliente

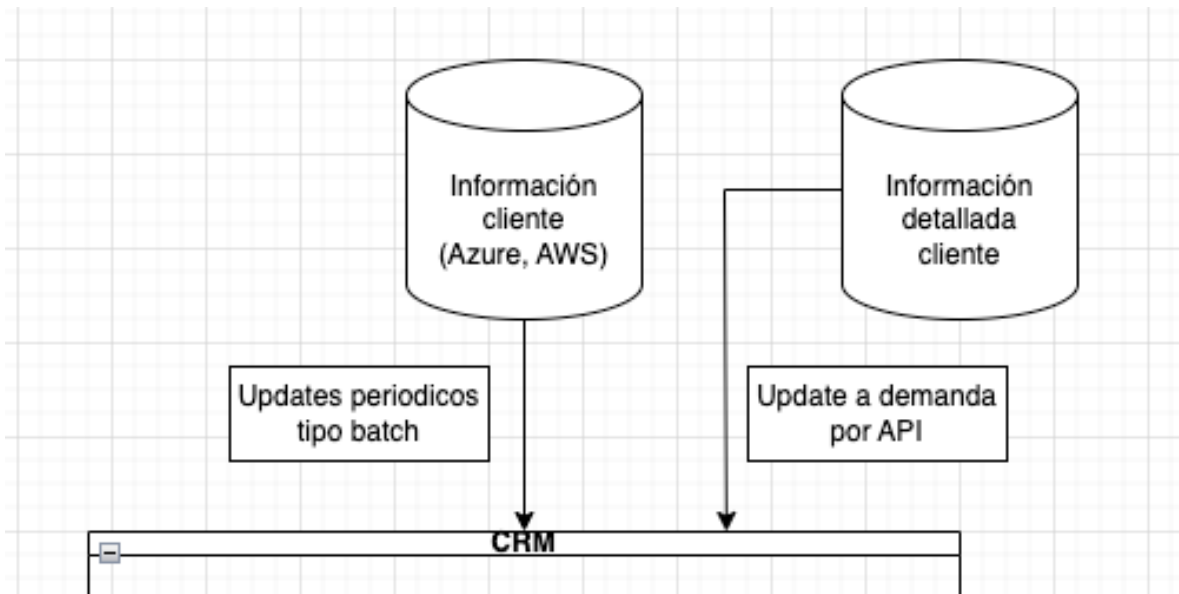


Imagen 3. Sistema de recopilación de datos

En cuanto a la información referente al cliente, se resalta dos sistemas, uno OnPremise con la información básica del cliente, para este caso se hace necesario para realizar las cargas y actualizaciones de los datos de los clientes, cuya actualización uede manejarse tipo Batch de dos formas recomendadas:

- Salesforce connect: Herramienta que permite conectar Salesforce con diferentes sistemas de backend, incluyendo bases de datos on-premise.
- Integración basada en API: Integración basada en API: Otra forma de enviar datos de un sistema on-premise a Salesforce es mediante la integración basada en API. Salesforce proporciona una serie de API que permiten acceder y manipular los

datos de Salesforce desde sistemas externos. Por ejemplo, puedes usar la API de REST de Salesforce para crear, actualizar o eliminar registros.

Para la información específica del cliente, requerida en casos específicos, se propone realizar una integración basada en API REST para realizar llamados tipo GET en los casos de que se requiera información específica del cliente, esto se realiza con el fin de evitar que toda la información sea centralizada y quizá llene la capacidad de almacenamiento de Salesforce.

3. Disponibilidad Interfaces a los ejecutivos:

En cuanto a la disposición de datos a los ejecutivos, se propone manejarlos por usuarios en la plataforma CRM, sin embargo se deben instaurar diferentes tipos de perfiles, los cuales tengan acceso o no a determinados datos que pueden ser sensibles, del mismo modo deben evitar la modificación o borrado de datos de la plataforma, pero debe permitir la modificación de los estados del ciclo de vida del cliente.

4. Sistema de oferta de oportunidades preaprobadas

En el CRM deben de estar establecidos los productos y las oportunidades, a cada uno de los asesores se les debe asignar un tipo de oportunidades a las cuales deben tener acceso, por lo tanto, esto debe de resaltarse en los conjuntos de permiso.

Si las oportunidades van a viajar a cualquier plataforma, se recomienda realizar una integración API REST o SOAP para realizar un post de la información en cualquier plataforma, y del mismo modo debe retornar la información de actualización de la oportunidad para actualizarla en Salesforce.

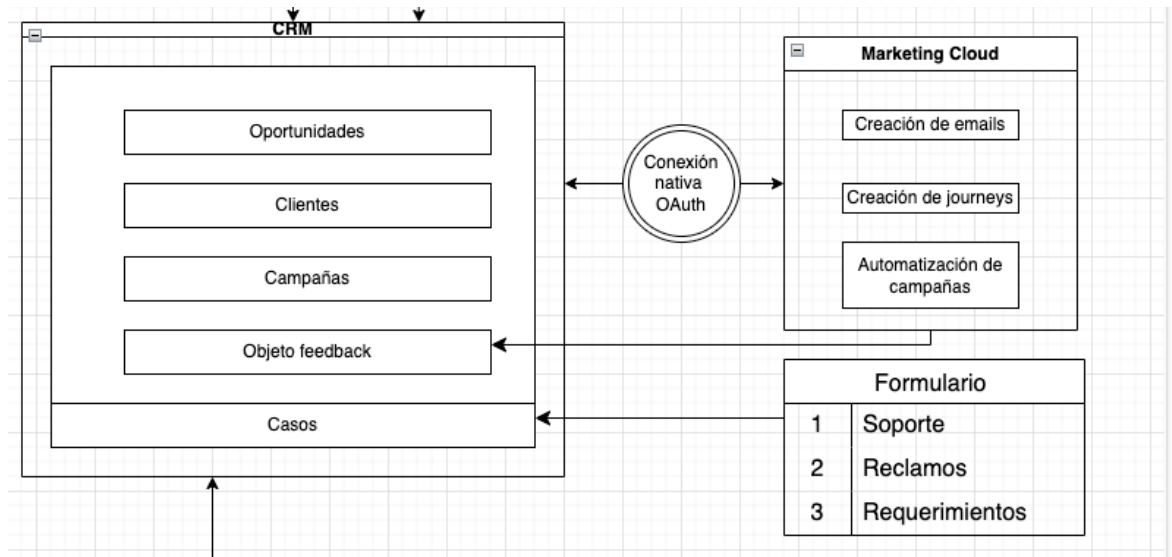


Imagen 5. Servicio para visualización de oportunidades

Para este paso recomiendo realizar un sistema de recomendaciones mediante Einstein Recommendation Builder que permita revisar las mejores oportunidades relacionadas con el negocio, así se tendría una probabilidad más alta de acertar en la conversión.

5. Sistema de Marketing (Marketing Cloud)

Para el manejo de un sistema de Marketing se recomienda realizar una conexión con Marketing Cloud, el cual nos permitirá manejar los objetos Standard de salesforce.



Para la conexión se debe implementar una nativa OAuth, la cual permita conocer de primera mano las campañas, oportunidades y clientes, lo cual permita armar campañas dependientes de el publico al cual se le apunta.

Desde el sistema de Marketing se propone:

- Crear los emails bajo templates o desde cero
- Crear campañas y automatizar el envío de los correos o sms
- Crear journeys que permita generar condiciones de salida de los clientes.

Rol: Para esta tarea se recomienda un especialista en Marketing Cloud Administrador/developer

6. Mecanismo de control para carga y baja de oportunidades:

Para esto ofrezco tre posibilidades diferentes:

Configuración de permisos: Se puede controlar el acceso a las oportunidades de venta en Salesforce utilizando la configuración de permisos. Por ejemplo, configurar los permisos de los usuarios para que solo puedan ver y editar las oportunidades de venta que les corresponden, lo que ayudará a evitar la carga y la baja de oportunidades por parte de usuarios no autorizados.

Validaciones: Configurar reglas de validación para las oportunidades de venta en Salesforce. Por ejemplo, Establecer una regla de validación para asegurar de que se completen todos los campos obligatorios antes de crear una nueva oportunidad de venta. Esto ayuda a evitar la carga de oportunidades de venta incompletas o incorrectas.

Reglas de flujo de trabajo: Crear reglas de flujo de trabajo para automatizar ciertos procesos de ventas. Crear una regla de flujo de trabajo para asignar automáticamente las oportunidades de venta en función del territorio o de la etapa de ventas. Esto ayuda a evitar la carga manual de oportunidades.

Las reglas de permanencia o validación de oportunidades, permitirán constantemente filtrar las mismas, debido a que al mantener un flujo tan alto de oportunidades, no pueden quedar en la misma plataforma sin tener un ciclo de vida.

7. Atención de casos

Para este sistema, se puede ver en la imagen 1 que existirá un formulario de soporte, quejas, reclamos y requerimientos, los cuales deben crear un caso interno. Para llevar a cabo tal solución, se requieren los siguientes pasos:

- **Crear objetos personalizados:** Crear objetos personalizados para casos de soporte, quejas y requerimientos. Estos objetos deberán incluir campos relevantes, como el nombre del cliente, la descripción del problema y la prioridad.
- **Configurar flujos de trabajo:** Configurar flujos de trabajo para automatizar la creación de casos, asignación de tareas y seguimiento de casos. Además se puede generar un flujo de trabajo que envíe una notificación automática al equipo de soporte cuando se recibe un nuevo caso.
- **Configurar reglas de asignación:** Configurar reglas de asignación para asignar al equipo de soporte adecuado.
- **Configurar respuestas automáticas:** Configurar respuestas automáticas para informar a los clientes que su caso ha sido recibido y se está trabajando en él.
- **Configurar informes y paneles:** Se deben configurar informes para medir el rendimiento del equipo de soporte.
- **Personalizar la interfaz de usuario:** Personalización de la interfaz para que el equipo de soporte pueda ver fácilmente los casos abiertos, cerrados y pendientes. Esto puede incluir la creación de vistas personalizadas, filtros y campos adicionales.

8. API gateway transaccional

Para implementar la API gateway transaccional debemos tener en cuenta los siguientes pasos:

- Crear una instancia de API Gateway: Usar una instancia de API Gateway de proveedores de nube como AWS, Azure o Google Cloud. Se configura instancia de API Gateway para que pueda conectarse a Salesforce.
- Configurar el control de acceso: Se implementa una política de control de acceso para que las solicitudes entrantes a la API Gateway estén autenticadas y autorizadas para acceder a Salesforce. Se puede usar uno de los siguientes métodos de autenticación, como tokens de acceso, OAuth o autenticación de usuario.
- Crear puntos de extremo: Crear puntos de extremo para la API Gateway que se correspondan con los recursos de la API REST de Salesforce.
- Test: Realizar pruebas y depuración en la API Gateway para asegurarte de que está funcionando correctamente y que las solicitudes se están enviando y recibiendo correctamente entre la API Gateway y Salesforce.
- Implementar: Después de probar y depurar la API Gateway, se pasa la solución a producción.

Consideraciones:

Para el trabajo con datos de entidades financieras, debemos tener en cuenta los siguientes puntos regulatorios de datos para entidades financieras:

- Ley de protección de datos personales
- Según el país, usar un reglamento para el uso de y protección de datos: RGPD, GDPR, CCPA u otros.

Segmentación de roles:

- Desarrollo de punto 1: Desarrollador middle o senior que permita articular y desarrollar cada uno de los pasos del negocio en el CRM
- Desarrollo punto 2. Desarrollador backend con perfil en datos
- Desarrollo punto 3. Administrador/Desarrollador Junior
- Desarrollo punto 4. Articulación de desarrollador backend y desarrollador middle del punto 1.
- Desarrollo punto 5. Marketing cloud administrator o developer
- Desarrollo punto 6. Administrador de salesforce
- Desarrollo punto 7. Desarrollador de salesforce middle
- Desarrollo punto 8. Desarrollador de salesforce middle/ Desarrollador backend.