

Actividad [#2] - [Gestión Externa-Sistemas CRM]

[Tecnologías de Información para los Negocios]

Ingeniería en Desarrollo de Software

Tutor: Humberto Jesús Ortega

Alumno: Pilar Barajas Cervantes

Fecha: 07/06/2023

índice

Introducción	3
Descripción.....	4
Justificación	5
Desarrollo	6
Contactos	7
Proceso de negocio	8
Flujo de chat.....	10
Servicios	13
Conclusión	16
Referencias.....	17

Introducción

En la actualidad el mercado se enfoca en la satisfacción del cliente por esto se han creado estrategias que permiten que el cliente, después de adquirir un producto o servicio, sienta que esta obteniendo lo que en realidad esperaba de ese producto o servicio, y además de esto se convierta en un cliente leal a la marca. Es una función principal de la empresa el poder definir de alguna manera clara y sencilla el como identificar, adquirir y retener a los clientes.

Una de las estrategias más usadas por la organización hoy en día para mantener la fidelidad de sus clientes, es la de Customer Relationship Management (CRM) en donde se combinan las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC's) con los demás recursos de la empresa (Humanos, financieros, infraestructura etc.) con el fin de mantener una elevada satisfacción del cliente, desde el diseño, producción, venta y posventa de un producto o servicio. Sin embargo, en muchas empresas se hace un uso erróneo del CRM y las fases de las estrategias de esta; hay que entender al CRM como algo más que un software que debe implementarse en todas las áreas que tengan que ver con el cliente. Para corregir este error, se deben aplicar las fases de la estrategia del negocio CRM como políticas organizacionales que dará como resultado un aumento de los clientes, y serán clientes con fidelidad a la marca, convirtiéndose en el activo más valioso de la empresa.

Descripción

Los sistemas para la gestión de la relación con el cliente (CRM) presentan una estrategia empresarial que consiste en un cambio técnico, organizativo y de procesos. Todo esto con el fin de gestionar las relaciones con los clientes, centrándose en su conducta a través de sistemas de información. Estos sistemas tienen como objetivos la adquisición de nuevos clientes, su relación su identificación, segmentación y fidelización además son vitales para mantener a los clientes ya existentes.

Para un buen proceso de venta en un negocio, como primer paso para definir un proceso de ventas es comprender el recorrido que realiza el comprador. En este sentido el o los vendedores deben ayudar al comprador a través del proceso de venta. Ejemplo.

- 1.- cuando el comprador entra a la tienda, el vendedor con una sonrisa dará la bienvenida al comprador.
- 2.- el vendedor deberá acercarse al comprador conectar con este y preguntar si lo puede apoyar en algo.
- 3.- el comprador en confianza se dejará asesorar por el vendedor y el con el uso del conocimiento y el servicio al cliente logrará cerrar una venta importante.
- 4.- con su conocimiento y buen servicio este ofrecerá algún producto adicional llamativo, así el comprador con el buen servicio y trato que le ofrecieron este regresara convirtiéndose en un cliente leal.

Justificación

Unas de las razones para justificar la inversión de un CRM en una empresa es que este sistema es capaz de revelar estadísticas de forma automática que permiten a tu equipo de ventas diseñar estrategias importantes y productivas para el negocio, aprovechar al máximo sus esfuerzos predecir el comportamiento de los clientes.

Otra de las razones por la que vale la pena implementar un software CRM en una empresa es que permite mejorar significativamente el servicio ofrecido a los clientes. A través de una plataforma CRM es posible conocer datos importantes de los clientes como por ejemplo el historial de compras, interacciones, preferencias, problemas resueltos etc. Que facilitan a los representantes de ventas la forma en la que venden. Contar con toda esta información permite que los vendedores sean capaces de atender solicitudes de forma inmediata. El CRM Sales de Salesforce puede ser una excelente opción para mejorar el área comercial y llevar a la compañía a niveles de venta y productividad nunca alcanzados.

Desarrollo

Como primera parte iniciaremos creando una cuenta en <https://www.hubspot.es> para realizar nuestro primer CRM. HubSpot es una plataforma CRM que brinda a las empresas en expansión todo lo que necesita para brindar la mejor experiencia a sus clientes en un solo lugar. Este software a sido creado como un todo con herramientas totalmente conectadas que son potentes en sí mismas, pero incomparables en conjunto.

Acceso a la plataforma HubSpot creando nuestra cuenta.

HubSpot



Contactos

Para empezar a realizar nuestro CRM iniciaremos creando los primeros contactos, dando clic en la opción contactos.

The image shows two overlapping screenshots from a CRM application. The background screenshot displays the 'Connections' list with 3 records. The foreground screenshot shows the 'Crear contacto' (Create contact) form.

Crear contacto form fields:

- Correo: humberto.jesus.ortega@gmail.com
- Nombre: humberto
- Apellido: ortega
- Propietario del contacto: Pilar Barajas

Buttons at the bottom of the form: Crear, Crear y agregar otra, Cancelar.

Connections list (background):

Propietario del ...	Fecha de creación	NOMBRE	CORREO
		Lucía Andrade	lucy.an...
		Brian Halligan (Conta...	bh@hu...
		Maria Johnson (Conta...	emailm...

Algo nuevo, pero no imposible. Primeros contactos

The image shows the 'Connections' list with 7 records. The table has columns for NOMBRE, CORREO, NÚMERO DE TELÉFONO, and PROPIETARIO. The records are:

NOMBRE	CORREO	NÚMERO DE TELÉFONO	PROPIETARIO
JG José Guadalupe	jose.guadalupe@gmail.com	+52-44-32-669091	Pilar Ba
DocZ Aldo cisneros	aldocisneros@65gmail.com	+52-44-23-569011	Pilar Ba
FD Federico Durán	federik90@gmail.com	+52-44-33-895412	Pilar Ba
HO Humberto Ortega	humberto.jesus.ortega@g...	+52-44-34-678905	Pilar Ba
LA Lucía Andrade	lucy.andrade.m17@gmail.c...	+52-45-91-124356	Pilar Ba

Proceso de negocio

En el menú superior daremos clic en ventas para realizar el primer negocio.



Así comenzaremos a crear el primer negocio.

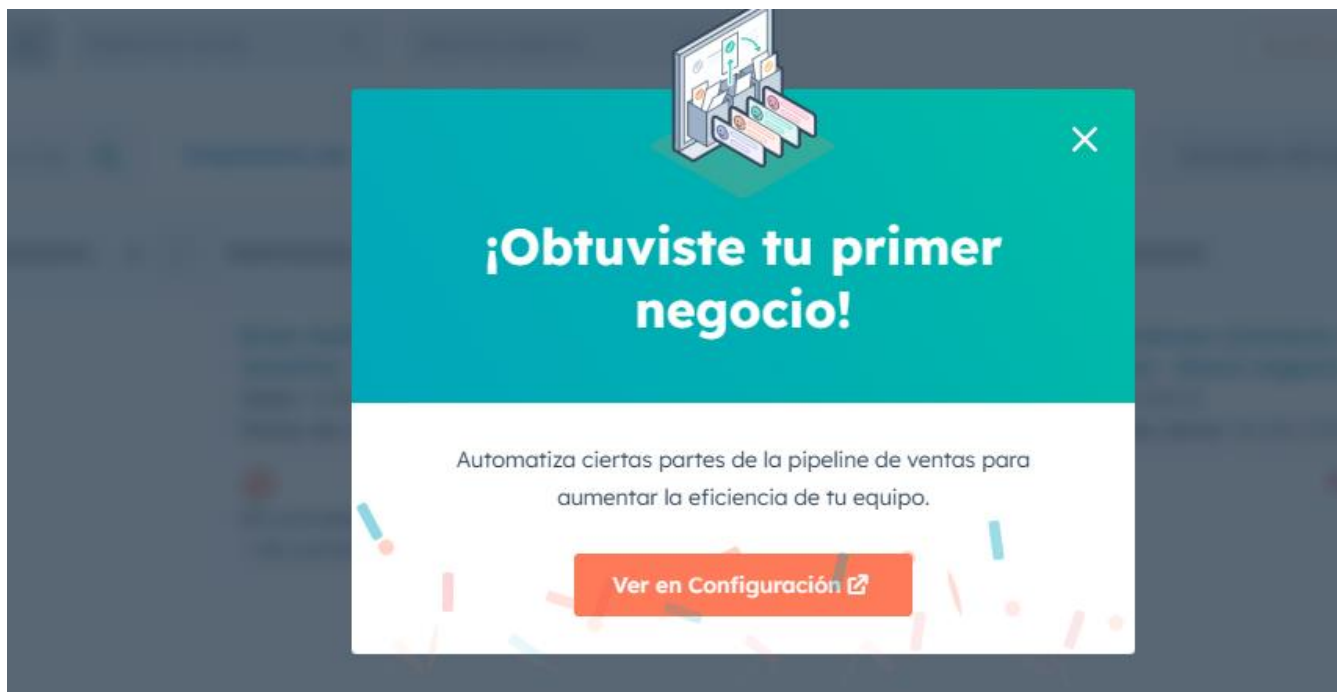


En la siguiente imagen daremos seguimiento a nuestro negocio asta realizar la venta.



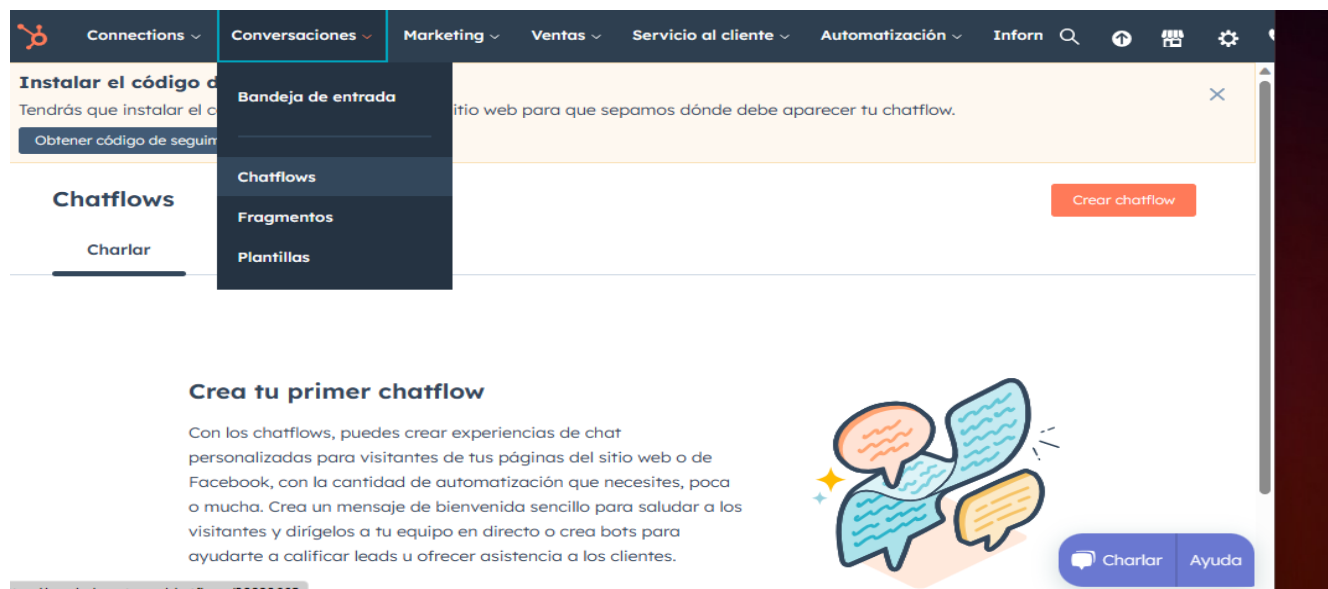
Negocios			
Pipeline de ventas			
Todos los negocios			
Acciones Importar Crear negocio			
Buscar nombre o descripción Propietario del ... Acciones del tablero Guardar vista			
CITA PROGRAMADA 0	CALIFICADO PARA COMPRAR 1	PRESENTACIÓN PROGRAMA... 1	RESPONSABLE DE TO
	Brian Halligan (Contacto de muestra) - Nuevo negocio Valor: 3.000 \$ Fecha de cierre: 30/06/2023 Sin actividad durante 4 minutos ! Sin actividad programada	Maria Johnson (Contacto de muestra) - Nuevo negocio Valor: 5.000 \$ Fecha de cierre: 30/06/2023 Sin actividad durante un minuto ! Sin actividad programada	
Total: 0 \$ Ponderados: 0 \$ (20%)	Total: 3.000 \$ Ponderados: 1.200 \$ (40%)	Total: 5.000 \$ Ponderados: 3.000 \$ (60%)	Charlar Ayuda

nuestro primer negocio.

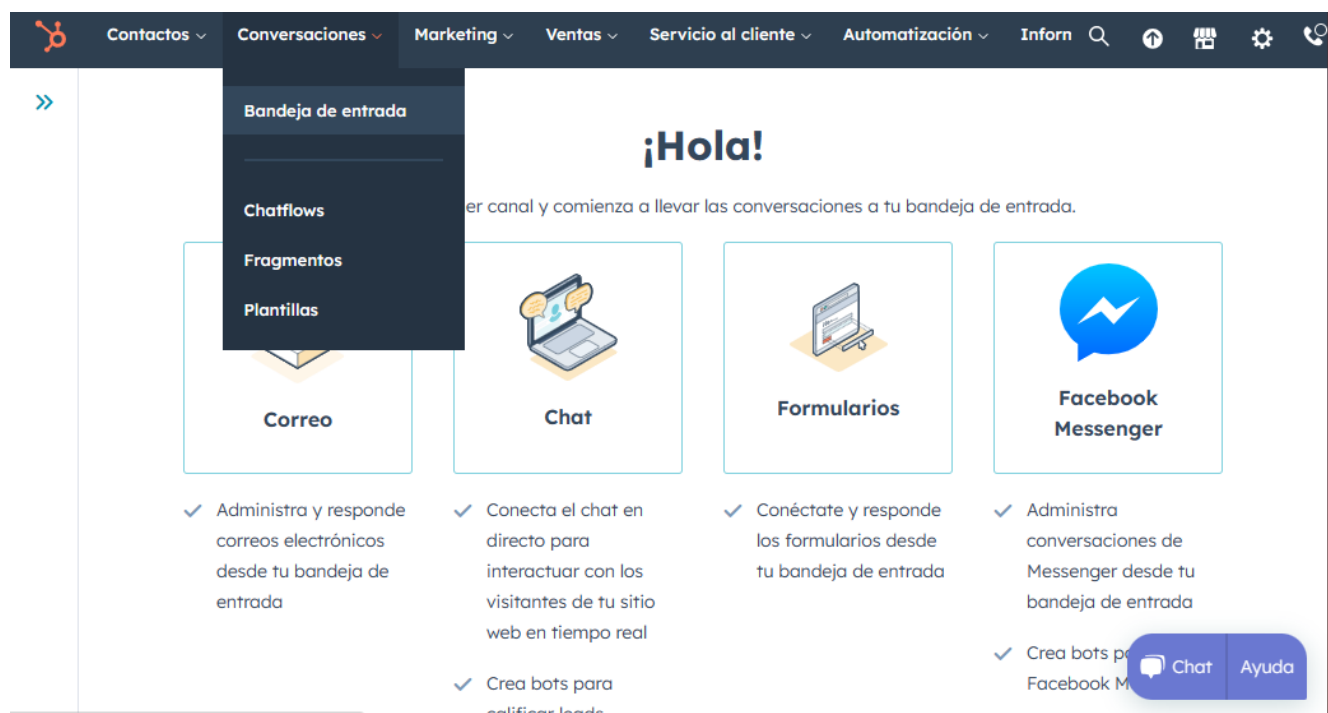


Flujo de chat

Ingresaremos al menu conversaciones para crear un flujo de chat.



Seleccionaremos la opcion bandeja de entrada



Posterior comenzaremos a configurar nuestro chat.

Configurar chat

MOSTRAR CHATFLOW DISPONIBILIDAD VISTA PREVIA **INSTALAR CÓDIGO** Paso 1 de 5

Diseña tu chat

Crea una experiencia de chat con el nombre de tu marca para los visitantes.

Color
Elegir color de contraste

5e6ab8

Pilar

¿Tiene preguntas? Me gustaría ayudarle.

Cancelar Siguiente >

Instalaremos el código de seguimiento para chat.

Configurar chat

MOSTRAR CHATFLOW DISPONIBILIDAD VISTA PREVIA **INSTALAR CÓDIGO** Paso 5 de 5

Instalar chat de HubSpot

Instala el código de seguimiento en tu sitio web

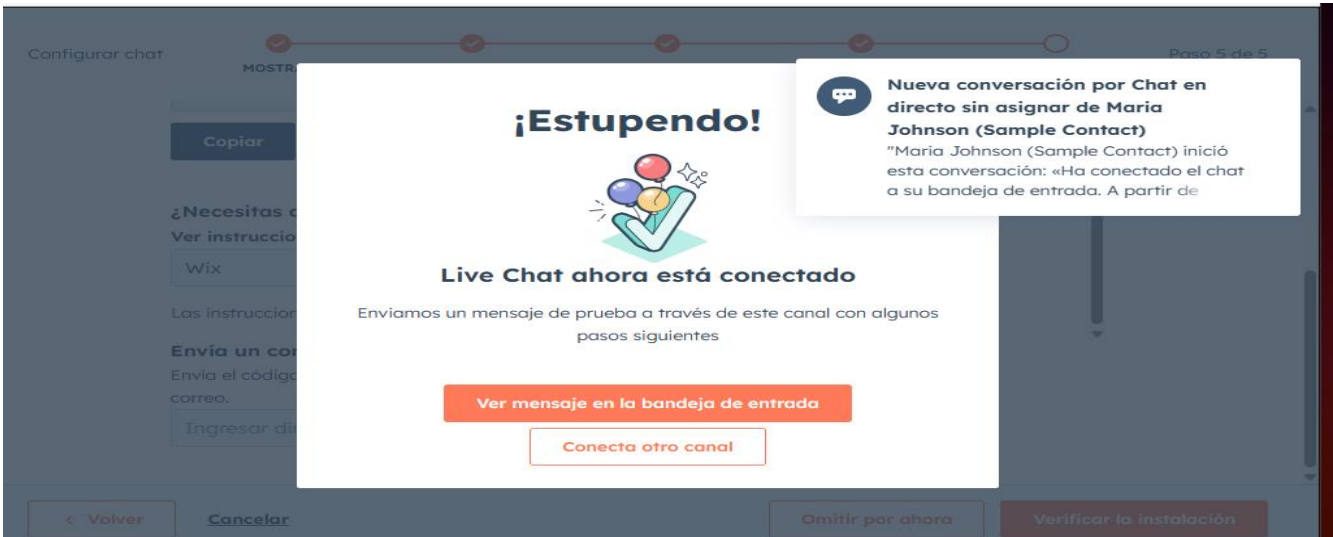
Coloca el código justo antes del final de la etiqueta <body> en cualquier página en la que desees activar HubSpot.

```
<!-- Start of HubSpot Embed Code -->
<script type="text/javascript" id="hs-script-loader" async defer
src="//js-na1.hs-scripts.com/39933665.js"></script>
<!-- End of HubSpot Embed Code -->
```

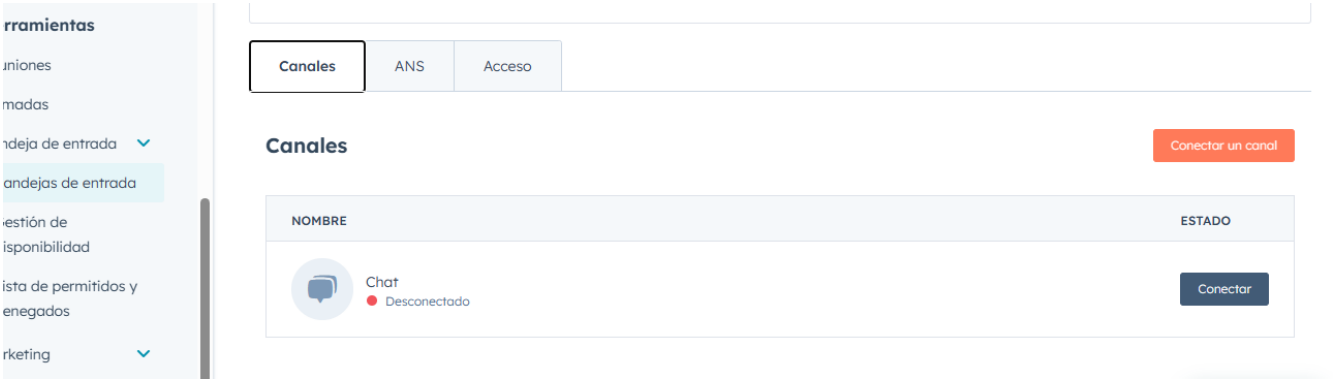
Copiar

< Volver Cancelar Omitir por ahora Verificar la instalación

El proceso se realizo con éxito.

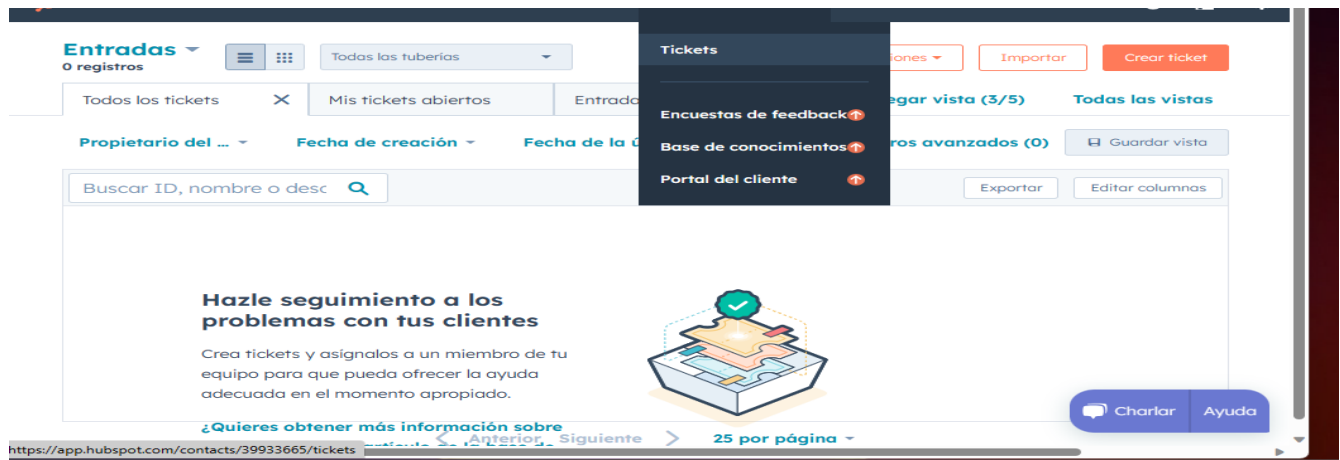


chat



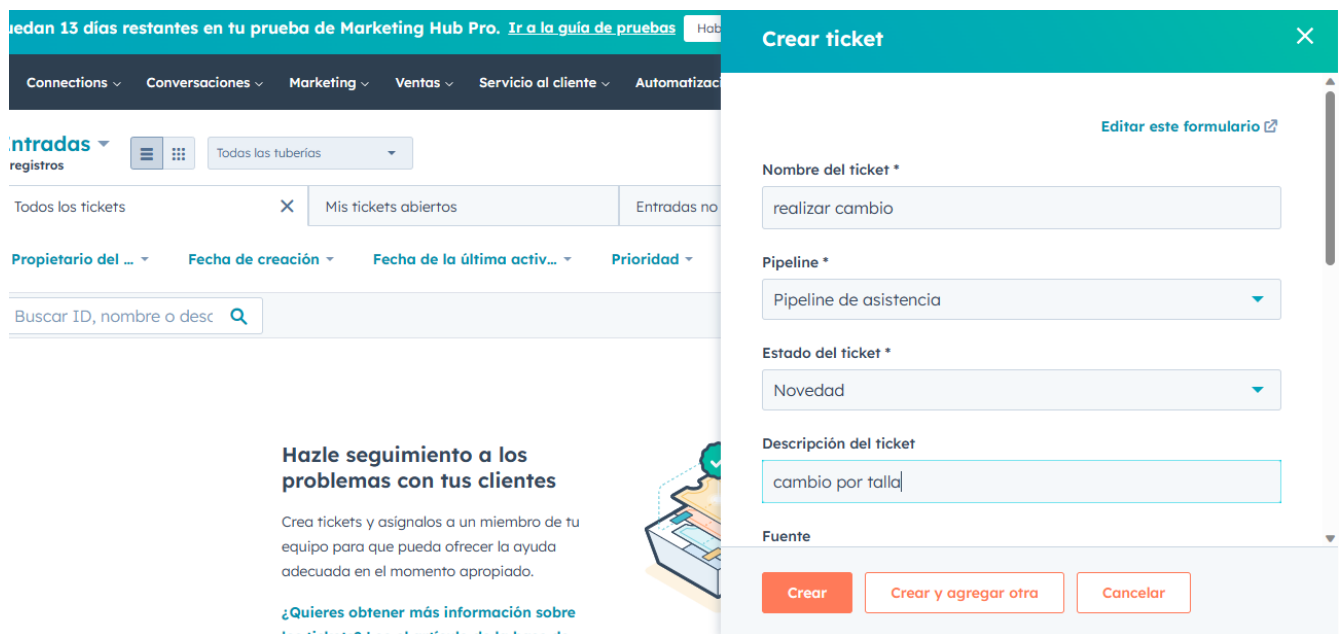
Servicios

Ingresaremos al menu superior servicios dando clic en tickets.



Seleccionaremos crear ticket, así comensaremos a crear nuestro ticket.

NOTA:todo ticket es muy importante en para cualquier aclaracion del cliente.



Tickets realiazdos

Entradas 4 registros

Todas las tuberías

Acciones Importar Crear ticket

Todos los tickets Mis tickets abiertos Entradas no asignadas + Agregar vista (3/5) Todas las vistas

Propietario del ... Fecha de creación Fecha de la última activ... Filtros avanzados (0) Guardar vista

Buscar ID, nombre o desc Exportar Editar columnas

<input type="checkbox"/>	NOMBRE DEL TICKET	TUBERÍA	ESTADO DEL TICKET	FECHA DE CREAC
<input type="checkbox"/>	cambio por defecto	Pipeline de asistencia	Novedad (Pipeline de asiste...	10 de jun. de 20
<input type="checkbox"/>	compra en línea	Pipeline de asistencia	Novedad (Pipeline de asiste...	9 de jun. de 202
<input type="checkbox"/>	realizar llamada por queja	Pipeline de asistencia	Novedad (Pipeline de asiste...	8 de jun. de 202
<input type="checkbox"/>	cambio de talla	Pipeline de asistencia	Novedad (Pipeline de asiste...	Mañana a la(s)

< Anterior 1 Siguiente > 25 por página

Charlar Ayuda

Identificamos la opción asignar

Propietario del ... Fecha de creación Fecha de la última activ... Filtros avanzados (0) Guardar vista

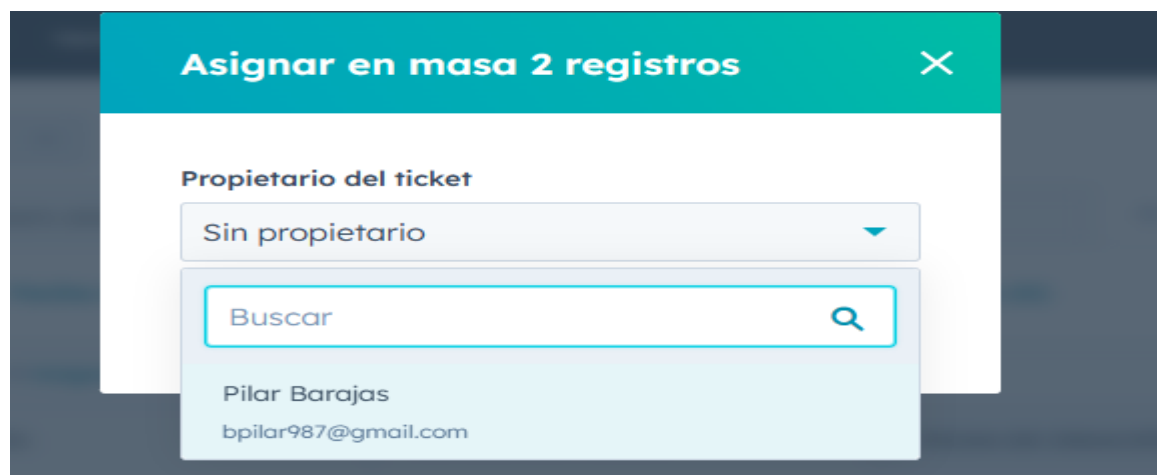
Buscar ID, nombre o desc 4 seleccionado. ➔ **Asignar** Editar Eliminar + Crear tareas Exportar Editar columnas

<input checked="" type="checkbox"/>	NOMBRE DEL TICKET	TUBERÍA	ESTADO DEL TICKET	FECHA DE CREAC
<input checked="" type="checkbox"/>	cambio por defecto	Pipeline de asistencia	Novedad (Pipeline de asiste...	10 de jun. de 20
<input checked="" type="checkbox"/>	compra en línea	Pipeline de asistencia	Novedad (Pipeline de asiste...	9 de jun. de 202
<input checked="" type="checkbox"/>	realizar llamada por queja	Pipeline de asistencia	Novedad (Pipeline de asiste...	8 de jun. de 202
<input checked="" type="checkbox"/>	cambio de talla	Pipeline de asistencia	Novedad (Pipeline de asiste...	Mañana a la(s)

< Anterior 1 Siguiente > 25 por página

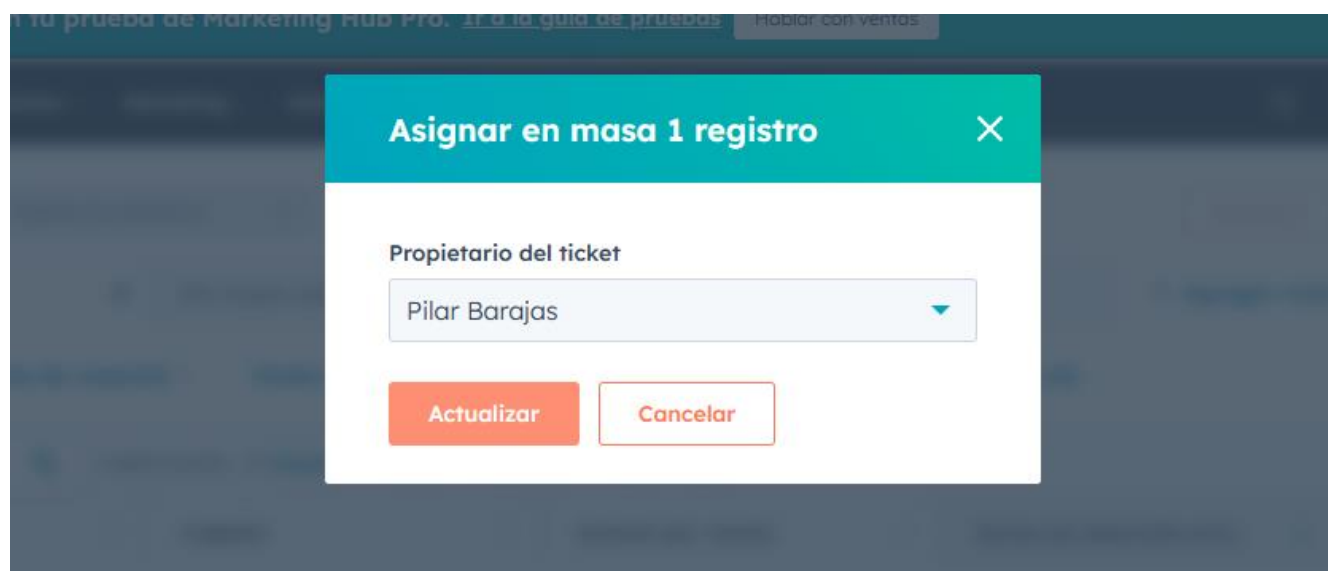
Charlar Ayuda

Asignar



A modal window titled "Asignar en masa 2 registros" with a close button (X) in the top right corner. The modal contains a section labeled "Propietario del ticket" with a dropdown menu currently showing "Sin propietario". Below the dropdown is a search input field with the placeholder text "Buscar" and a magnifying glass icon. A search results dropdown is open, showing the name "Pilar Barajas" and the email address "bpilar987@gmail.com".

Asignado



A modal window titled "Asignar en masa 1 registro" with a close button (X) in the top right corner. The modal contains a section labeled "Propietario del ticket" with a dropdown menu currently showing "Pilar Barajas". Below the dropdown are two buttons: "Actualizar" (orange) and "Cancelar" (white with orange border).

Conclusión

En conclusión, un CRM es mucho más que el uso de tecnologías, implica desarrollar estrategias y procesos para que todos los departamentos de la empresa estén enfocados en mejorar la relación con los clientes. Implementar una visión CRM ofrece múltiples veneficios y es un recurso clave para potenciar el crecimiento de una empresa, así como atribuirle a la marca una competitiva poderosa.

Es necesario resaltar que, aunque una empresa emprenda una estrategia de CRM esto no le garantiza que de inmediato o incluso a largo plazo empiece a obtener mayores réditos de sus clientes, para que esto suceda, el CRM requiere ser parte de la cultura organizacional y por su puesto se necesita de la aceptación de los clientes involucrados en el proceso. El concepto CRM comprende la metodología disciplina y tecnología que tiene como objeto automatizar y mejorar los procesos de negocios asociados a la gestión de la relación de la empresa con el cliente principalmente en el área de venta, marketing, servicio de atención al cliente y soporte, con el fin de incrementar los beneficios de la empresa mediante la optimización, personalización y diferencia con la relación con el cliente.

Referencias

(Gutierrez, google, s.f.)

Gutierrez, G. A. (s.f.). *google*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu>

(Blog Nextup, 2017)

(12 de septiembre de 2017). Obtenido de Blog Nextup: <https://blog.nextup.com.mx>

(2020)

(8 de mayo de 2020). Obtenido de <https://branch.com>

(htt)

(s.f.). Obtenido de <https://www.hubspot.es>



