

SW Corporativo

Curso 2018-19

PRÁCTICA 3

OBJETIVO

La práctica 3 de la asignatura pretende acercar a los alumnos y alumnas a una herramienta profesional para la Gestión de las Relaciones con el Cliente, específicamente para el proceso de Venta (Servicios y Marketing no se abordan en esta práctica).

Algunos de los conceptos dentro CRM Ventas pueden ser: leads, seguimiento (opportunity o prospect tracking), qualification (existe formalmente el proyecto y se puede hablar con más certeza de Importe estimado y Probabilidad), oferta (quotation), Canales de Venta, etc.

Se espera del alumno que se familiarice con la mecánica y terminología propios de este dominio y sus herramientas SW.

En concreto se va a utilizar para esta práctica un módulo CRM de la Herramienta Odoo, que como ya se ha explicado es un ERP modular y que nos permite incorporar otros módulos según se vaya necesitando y, por tanto, añadir la complejidad de un ERP progresivamente.

PRE-REQUISITOS

Es necesario disponer del módulo CRM de Odoo, mediante alguna de las formas conocidas (local, lab o odoo.com).

METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA

Esta práctica está diseñada para ser realizada según la guía que se indica paso a paso en el apartado siguiente. Los profesores resolverán las dudas que puedan surgir durante su realización en la sesión. Se indican además algunas cuestiones que deberán ser resueltas por el alumno.

Se espera no sólo completar mecánicamente los pasos sino entender los conceptos básicos que se proponen a lo largo de la práctica.

La evaluación de esta práctica se realizará mediante preguntas tipo test en el examen de la asignatura en la convocatoria final del curso.

SW Corporativo

Curso 2018-19

PRÁCTICA 3

REQUISITOS DE LA PRÁCTICA

En “Configuración”, realizar los siguientes Ajustes:

- Marcar la opción de crear un paso de Iniciativa (Lead). Una iniciativa puede convertirse posteriormente en Oportunidad.
- En Canales de Venta, crear uno orientado a la búsqueda de oportunidades en Latinoamérica.
- En “Tipos de Actividad”, añade al menos una que sea coherente para el propósito de un CRM.
- En “Iniciativas y Oportunidades”:
 - “Etiquetas para las Iniciativas”, crea las siguientes etiquetas:
 - Consulting
 - Design
 - Information
 - Product
 - Software
 - Services
 - Training
- En “Motivo de Pérdida” añade al menos un motivo más.

En “Clientes”:

- Asegúrate que tienes al menos 5 clientes. Puedes crearlos, importarlos o reutilizar los existentes gracias al módulo de “Inventario”.

En “Oportunidades” (Pipeline):

- Asegúrate que no tienes ningún filtro aplicado. Observa todas las opciones de filtrado.
- Observa que dispones de un ítem nuevo: Iniciativas (Leads)
- Crea 2 Leads nuevas.
- Crea una “Oportunidad”:
 - El “Título de la Oportunidad” hará referencia al paso/acción que se ha dado respecto al cliente.
 - Rellena: Cliente, Ingreso Estimado y Prioridad
 - Una vez creada, vuelve a editarla y completa todos los detalles. Emplea las etiquetas que has configurado más arriba.
 - Completa también la Información de Contacto.
 - Planifica una actividad para esta oportunidad.
 - Crea 10 Oportunidades en total.
 - ¿En qué estado se encuentran las oportunidades al crearlas?
 - Progresa las Oportunidades para tener al menos una en cada estado. ¿qué supone cada uno de los estados?
 - Planifica actividades para todas las oportunidades creadas. Para una de ellas fuerza una actividad para que venza el plazo.
 - ¿Cómo se interpreta el código de colores? ¿Cómo se interpreta el valor en Euros que se visualiza? ¿Cómo se interpreta el valor de Probabilidad en los diferentes estados/etapas?

SW Corporativo
Curso 2018-19
PRÁCTICA 3

- Fuerza la pérdida de una oportunidad y en el motivo utiliza alguno de los que has creado más arriba. Crea un nuevo estado/etapa que se llame “Perdidas” y visualízala.
- Agrupa por “Canal de Ventas”
- Convierte la iniciativa (lead) que has creado más arriba en Oportunidad

En las opciones de Informes, crea uno de tipo gráfico en tarta para las oportunidades identificadas en tu empresa. El parámetro informado será “Volumen de negocios probable”.