

Proyecto Final parte. 1

Le propondría desarrollar una plataforma integral de gestión y analítica, diseñada exclusivamente para su empresa, que incluya:

Un CRM que es:

CRM son las siglas de Customer Relationship Management, que en español significa Gestión de las Relaciones con el Cliente.

En esencia, un CRM es una estrategia y una herramienta tecnológica (un software) que le permite a tu empresa organizar, centralizar y gestionar todas las interacciones y relaciones con tus clientes actuales y potenciales.

¿Cómo lo soluciona HubSpot?	Explicación
Gestión de Cuentas (Empresas) y Contactos (Pymes)	HubSpot le permite organizar su base de datos de manera jerárquica. Puede registrar a la Pyme (como una "Empresa") y a sus empleados clave (como "Contactos") por separado, manteniendo un registro de todas las interacciones bajo una misma cuenta. Esto es crucial para manejar múltiples proyectos dentro de una misma pyme.
Integración de Comunicaciones	Centraliza correos electrónicos y llamadas. Todo el historial de conversaciones, documentos enviados (propuestas, manuales de digitalización) y tareas relacionadas con el proyecto se almacena automáticamente en el perfil del cliente.

-Necesita dar un seguimiento más puntual a sus clientes

¿Cómo lo soluciona HubSpot?	Explicación
Registro de Actividad Centralizado (Activity Timeline)	HubSpot registra automáticamente cada interacción (emails enviados, reuniones programadas, etc.). Su equipo siempre sabrá <i>quién</i> hizo <i>qué</i> y <i>cuándo</i> con cada cliente, garantizando que el seguimiento no se pierda entre correos y hojas de cálculo.
Tareas y Recordatorios	Permite crear tareas específicas con fechas de vencimiento vinculadas a cada cliente o negocio. Puede configurar recordatorios automáticos para "Llamar a Cliente X en 3 días" o "Enviar Reporte Y", asegurando la puntualidad.

-Requiere poder visualizar la información de sus operaciones

¿Cómo lo soluciona HubSpot?	Explicación
Pipeline de Ventas (Deals Pipeline)	Esta es la principal herramienta de visualización. Puede crear un tablero (Kanban) que represente su proceso de digitalización (por ejemplo: Diagnóstico > Propuesta > Implementación > Puesta en Marcha > Soporte). Cada proyecto de cliente es una "Negocio" que se mueve a través de estas etapas, ofreciéndole una vista clara del estado de todas sus operaciones .
Dashboards Personalizables	Le permite tener un tablero de control donde puede ver métricas clave de forma gráfica (cuántos proyectos están en implementación, el valor total de los negocios pendientes, etc.).

-Debe entregar reportes mensuales a sus clientes

¿Cómo lo soluciona HubSpot?	Explicación
Reportes de Actividad y Rendimiento	La versión gratuita incluye un Dashboard de Informes básico pero funcional. Aunque los reportes avanzados son de pago, puede generar informes sobre la actividad del equipo (número de interacciones, tareas completadas) y el estado de los proyectos (en qué etapa están).
Datos para la Documentación	El historial centralizado de cada cliente (Punto 1) le proporciona toda la información necesaria (emails, notas, fechas clave) para generar manualmente un informe mensual detallado que demuestre el avance del servicio de digitalización.

Debe entregar reportes mensuales a sus clientes

¿Cómo lo soluciona HubSpot?	Explicación
Análisis del Ciclo de Vida del Negocio	Al usar el <i>Pipeline</i> (Punto 3), puede analizar el tiempo promedio que le toma a un cliente moverse de una etapa a la siguiente (por ejemplo, de "Propuesta" a "Implementación"). Identificar cuellos de botella aquí es vital para mejorar su eficiencia operativa interna .
Estrategias Basadas en la Conversión	El análisis le permite saber dónde está perdiendo clientes potenciales (por ejemplo, si muchos abandonan después del "Diagnóstico"). Con esta información, puede crear estrategias más puntuales para mejorar esa etapa o enfocar sus esfuerzos de marketing en clientes más calificados.

En resumen: HubSpot CRM es ideal porque transforma el proceso de ventas y operaciones en un flujo de trabajo visual y medible, sin costo inicial, permitiéndole profesionalizar la gestión de clientes desde el día uno.

¿Por Qué Scrum es Ideal en este Caso?

Ventaja	Aplicación en el Proyecto de CRM Interno
Enfoque en Valor (Priorización)	Permite crear un Product Backlog (lista de requisitos) y priorizar cuáles son los <i>Mínimo Producto Viable (MVP)</i> más importantes para el cliente (por ejemplo, primero el Seguimiento de Clientes y la Visualización de Operaciones).
Entregas Iterativas (Sprints)	El desarrollo se divide en periodos de tiempo cortos y fijos (generalmente de 1 o 2 semanas, llamados Sprints). Al final de cada Sprint, se entrega una porción de software funcional al cliente para revisión.
Feedback Constante	El cliente puede revisar la funcionalidad entregada (por ejemplo, el Pipeline de Ventas) en cada Sprint, lo que reduce el riesgo de desarrollar algo que no se ajuste exactamente a sus necesidades de visualización u operación.
Flexibilidad al Cambio	En el desarrollo de un CRM interno, las necesidades cambian a menudo. Scrum permite adaptar y ajustar la planificación del siguiente Sprint sin detener el trabajo ya iniciado, lo cual es vital para el desarrollo de un único desarrollador.

Roles y Eventos Simplificados

Como usted es el único desarrollador, los roles de Scrum Master y Equipo de Desarrollo recaen en usted. Solo necesitaría mantener una comunicación constante con el Propietario del Producto (Product Owner), que sería la persona clave del cliente que define las prioridades.

Los eventos clave a mantener son:

Planificación del Sprint: Usted y el Product Owner definen qué se logrará en el próximo ciclo de 1-2 semanas (por ejemplo, "Terminar la funcionalidad de Reportes Mensuales").

Revisión del Sprint: Demostrar al cliente lo que se ha completado.

Retrospectiva del Sprint: Usted evalúa qué salió bien o mal en el desarrollo para mejorar su propia eficiencia como único desarrollador.