



ASSESS

TRANSFORMA A SALESFORCE EN CONDUCTOR DE TUS OBJETIVOS DE NEGOCIO

Un documento que describe el más avanzado plan para alinear Salesforce con los objetivos de negocio y convertirlo en una herramienta estratégica capaz de incidir efectivamente en los indicadores más relevantes de la organización



LA ERA DEL CLIENTE

¡Bienvenido a la Era del Cliente! Ya nada es como solía ser. Antes, los clientes consideraban el valor de la tradición y los años -o décadas- de una firma en el mercado; los productos y servicios se diseñaban de acuerdo con la opinión del fabricante y, quizá, el resultado de uno que otro “focus group”, que revelaba las preferencias específicas de pequeñas muestras de usuario; rara vez se exponía al público una opinión desfavorable sobre una marca o la calidad de su servicio; no había redes sociales a las que temer, o dispositivos móviles a los que llegar cuando un cliente quería, necesitaba o exigía algo de parte de su proveedor. No, nada de eso existía.

Adiós, Era del Vendedor. Bienvenida, Era del Cliente.

70%

de los clientes será leal a un proveedor que entienda sus necesidades individuales. La cifra sube a 82% para clientes B2B.



CRM CONDUCE EL ÉXITO

Es en la Era del Cliente que CRM es capaz de mostrar su mejor rostro.

El éxito depende de que la organización sea capaz de convertir su visión en ejecución individual, y CRM es la manera de abordar esa ejecución, para alcanzar a los clientes, prospectos, socios, proveedores, analistas y medios.

Ya has elegido Salesforce como la plataforma a través de la que conducirás tu estrategia de CRM. ¡Bien! Tomaste la decisión correcta: Salesforce es, por lejos, el líder de la industria de aplicaciones de CRM del mercado mundial.

Ahora, pregúntate: tu plataforma de CRM, ¿está conduciendo tus objetivos de negocio?

LOS VALORES CLAVE

Usualmente, CRM se refiere a tres grandes grupos de procesos de negocio de la organización: los de marketing y generación de demanda; los de ventas; y los de servicio o posventa. Los valores clave que CRM puede conducir en un negocio están entre los indicadores que producen las actividades del negocio en esos tres grupos.

En marketing, CRM puede incidir en las tasas de conversión de prospectos hacia clientes, o en el retorno sobre la inversión de campañas de generación de demanda.

En ventas, incidirá en la productividad de la fuerza de ventas, en el tamaño promedio de cada negocio, o en la habilidad para hacer pronósticos de venta.

Y en servicio, CRM impacta indicadores de retención y venta cruzada o incremental, en los costos de atención o la detección de oportunidades de negocio a partir del servicio.

Ahora sí que puedes preguntarte si tu plataforma de CRM, como está construida hoy, es capaz de conducir esos valores clave.



DE QUÉ SE TRATA ASSESS



Nuestra proposición es la siguiente: queremos revisar si tu plataforma de CRM Salesforce está preparada para lograr esas metas que impone la Era del Cliente; y queremos señalar el camino a través del cual podrás llevar tu plataforma al éxito.

La Consultoría ofrecerá un «roadmap» de proyectos para alinear Salesforce con los objetivos estratégicos.

ASSESS es un proyecto de negocio que se realiza en tres fases claramente definidas, cuyo propósito es mostrar el camino hacia el éxito con Salesforce, de una manera estratégica y concreta.

UNO Objetivos

La primera fase consiste en obtener los objetivos de negocio originales y presentes, que la organización esperaba lograr al emplear Salesforce, alineados con los indicadores de rendimiento que se esperaba impactar al operar el sistema.

El listado de objetivos de negocio e indicadores de rendimiento son determinantes para establecer, en adelante, la pertinencia y prioridad de las iniciativas que se incluirá en el «roadmap» de proyectos.

Usualmente, los requerimientos cambian y, por ello, el listado de objetivos e indicadores será puesto al día durante la fase uno.

El resultado de esta primera fase es un listado actualizado y concreto de objetivos de negocio con el conjunto de indicadores que se espera impactar en caso de cumplir los objetivos.



DOS Assessment

La segunda fase consiste en evaluar la implementación actual de Salesforce, realizando cuatro tareas:

Revisión del estado del arte

Que consiste en evaluar el listado completo de aplicaciones, configuraciones, objetos, procesos de negocio, informes y paneles, integraciones, etc., implementados en el producto actualmente en producción. Esta revisión considera también el grado de desviación de las configuraciones o personalizaciones realizadas con respecto a las «best practices» ya incluidas en el estándar de Salesforce, con su respectiva justificación.

Funcionalidades no contempladas en la implementación actual

Donde se obtiene el conjunto de capacidades estándares de Salesforce que pueden contribuir al negocio, pero que no se encuentra en producción ni ha sido considerado como parte de la operación del producto. De este modo, se identifican oportunidades de mejora no consideradas, o complementos de procesos actualmente en operación.

Establecimiento de gaps

Que consiste en medir la distancia entre la instancia de Salesforce operando y las funcionalidades estándares que aportan valor al negocio.

Relevamiento de requerimientos

Tarea que consiste en recibir los requerimientos generales para aplicaciones o mejoras en Salesforce que ya han sido detectadas por la empresa (este listado de requerimientos contribuirá en la elaboración del roadmap de iniciativas, considerando la relevancia que los usuarios asignan a estos requerimientos).

Sistemas actuales

Se recupera aquí el listado de los sistemas que interactúan -o está planeado que lo hagan- con Salesforce, incluyendo la forma cómo está integrado, o cómo se realizará la integración, con Salesforce

TRES

Roadmap

El conjunto de configuraciones o proyectos del listado obtenido en la fase anterior es ahora cotejado con los objetivos de negocio y los indicadores de rendimiento señalados en la primera fase. De este modo, BlueClip determinará un roadmap de proyectos Salesforce constituido por una serie de iniciativas de éxito asegurado («quick wins») con implementaciones rápidas, todas ellas alineadas con los objetivos originales y presentes detectados en la primera fase ya descrita.

Aunque el roadmap será sugerido inicialmente por BlueClip, el trabajo conjunto determinará la prioridad real de cada iniciativa, y su posición en el roadmap (donde la primera iniciativa será implementada en primer lugar).

Cada iniciativa incluida en el roadmap presentará, como mínimo, la siguiente información:



Posición de la iniciativa en la lista

Prioridad de la iniciativa, obtenida confirmando su impacto en los indicadores

Nombre y descripción funcional de la iniciativa

Alcance general de nivel 2 de las funcionalidades a implementar

Unidades de negocio afectadas y, potencialmente, el número de usuarios que participará o se beneficiará de la implementación de la iniciativa

Si ocurriese, el número adicional de suscripciones a Salesforce requerido

Integraciones de Salesforce con otras plataformas del entorno, con los objetivos y las estrategias sugeridas para abordar dichas integraciones

Plazo estimado para completar la iniciativa, incluyendo pruebas, entrenamiento y puesta en producción

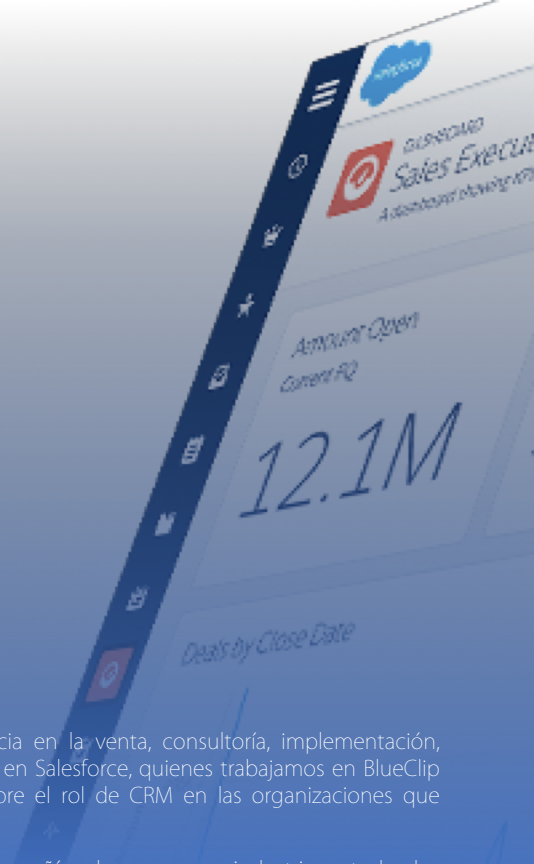
Precio estimado de la iniciativa

Otros costos identificados, en servicios de terceros, licencias de productos de terceros, etc.

Tareas

Actividad	Detalle	Org*	BlueClip
FASE 1: determinación de objetivos de negocio			
Kick-off	Establecimiento de metas y descripción del abordaje de la consultoría; obtener objetivos de negocio e indicadores de éxito	8	2
FASE 2: assessment de salesforce			
Assessment	Revisión del estado actual de la implementación de Salesforce	4	32
Análisis	Análisis de las funcionalidades requeridas por UAI para alinear Salesforce a los objetivos de negocio y los indicadores de éxito	-	24
Reunión de control	Presentación y discusión de las funcionalidades detectadas	4	6
FASE 3: roadmap priorizado de iniciativas			
Diseño de roadmap	Construcción de iniciativas destinadas a implementar las funcionalidades requeridas para alinear Salesforce (quick wins)	-	32
Ámbito de gestión de cambio	Alineamiento de iniciativas de acuerdo con los criterios de gestión de cambio	-	24
Reunión de control	Presentación del roadmap y ajustes	4	6
Documentación	Corrección de alcance y documentación final del roadmap definitivo	-	24
Presentación final	Cierre de proyecto	4	6
Total		24	156

* Dedicación estimada por la empresa, en horas



Con más de 11 años de experiencia en la venta, consultoría, implementación, desarrollo, soporte y entrenamiento en Salesforce, quienes trabajamos en BlueClip tenemos una visión estratégica sobre el rol de CRM en las organizaciones que enfrentan la Era del Cliente.

Hemos realizado proyectos para compañías de numerosas industrias y todos los tamaños, construyendo soluciones de calibre empresarial, en distintos países de América Latina, con foco exclusivo en dos ideas matrices: CRM y Salesforce.

Muchas veces los objetivos de negocio –esos que condujeron la decisión a favor de Salesforce– se pierden de vista después del primer proyecto de puesta en producción de la plataforma. Incluso, muchos objetivos de negocio han cambiado dadas las nuevas condiciones del mercado.

El programa de Consultoría Salesforce **ASSESS** se orienta a empresas que necesitan sacar partido a la inversión que ya realizaron sobre esta exitosa y premiada plataforma de clase mundial, refrescando el alcance y la funcionalidad de Salesforce de acuerdo con esta visión mejorada de los aspectos estratégicos de la filosofía de CRM implementada en la organización.

Te invitamos a conocer más acerca del programa de Consultoría Salesforce.



La Concepción 65 Oficina 502
Providencia, Santiago de Chile
Teléfono +569 8921 2237
www.blueclip.cl

Síguenos en nuestras redes sociales

<https://www.facebook.com/blueClipCL/>
<https://www.linkedin.com/company/blueclip/>
https://twitter.com/BlueClip_SpA