



¿Cómo implementar un CRM de manera exitosa?



etcloud.com.mx

Si estás considerando implementar un CRM en tu negocio y te quieres asegurar de que sea todo un éxito, este documento te ayudará a conseguirlo.

Con él, aprenderás:

- Las cuatro preguntas que tienes que hacerte antes de adquirir un CRM.
- Un plan de 4 semanas para implementarlo de forma exitosa.
- La causa principal por la que los proyectos pueden llegar a fracasar.
- A decidir si debes o no elegir un partner de implementación.

4 preguntas que debes hacerte antes de comprar un CRM

Antes de comprar un software CRM, hay algunas preguntas críticas que debe hacerse para asegurarse de elegir la solución adecuada para tu empresa. Aunque no existe un enfoque único para todos los casos, hay cuatro preguntas esenciales que debe plantearse.



1. ¿Cuáles son los objetivos y necesidades de mi empresa?

Incrementar ventas, mejorar el servicio al cliente, optimizar los esfuerzos de marketing, entre otros. Establecer tus objetivos te ayudará a elegir el CRM que mejor se ajuste a tus necesidades.



2. ¿Cuál es mi presupuesto?

Establece un presupuesto claro, teniendo en cuenta tanto los costos iniciales (licencias, implementación, capacitación) como los gastos corrientes (soporte mantenimiento, actualizaciones).



3. ¿Se integra con mis sistemas actuales?

Asegúrate que el CRM puede integrarse con tus herramientas y sistemas actuales, tales como correo electrónico, software de contabilidad o plataformas de comercio electrónico. La capacidad de integración es crucial para la coherencia y la eficiencia de los datos.



4. ¿Cuál es la escalabilidad del CRM?

Considera si la solución CRM puede crecer con tu empresa. Es importante contar con un sistema que pueda adaptarse a un aumento de usuarios, clientes y datos a medida que el negocio crece.

Un CRM adecuado debe ajustarse a las necesidades específicas de tu negocio y los planes de crecimiento. Si antes de elegir el CRM te haces estas preguntas, tendrás un marco de referencia mucho más adecuado para determinar cuál es el más adecuado.

¿Quieres conocer más sobre el CRM #1 del mundo?

Escríbenos, estaremos felices de apoyarte.

Plan de 4 semanas

Hemos ayudado a cientos de clientes a implantar el CRM #1 del mundo con éxito. Este es nuestro plan de 4 semanas para hacerlo con éxito. Aunque cada proyecto tiene sus propias necesidades y consideraciones, este plan de 4 semanas es un buen punto de partida.



Semana Uno

- Definir y documentar los procesos clave.
- Limpiar y preparar los datos para la migración.
- Configurar/personalizar la marca y página de inicio de sesión.
- Habilitar y configura la autenticación (MFA).
- Configurar usuarios administradores.
- Completar la configuración inicial de elementos como país y estado y zonas horarias para la empresa y cada usuario.
- Crear un prototipo de la configuración inicial de la aplicación.
- Personalizar los diseños de página para los objetos clave (es decir, clientes potenciales, contactos, cuentas/empresas, oportunidades).
- Crear una lista de usuarios a añadir, con direcciones de correo electrónico.



Semana Dos

- Definir y documentar los objetos personalizados accesos directos/flujos de trabajo para crear y personalizar.
- Definir y documentar cualquier automatización.
- Definir y documentar cualquier aplicación.
- Personalizar los objetos clave (es decir, clientes potenciales, contactos, cuentas/empresas, oportunidades).
- Revisar e importar datos.

Plan de **4 semanas**



Semana Tres

- Definir y documentar los procesos clave.
- Limpiar y preparar los datos para la migración.
- Configurar/personalizar la marca y página de inicio de sesión.
- Habilitar y configura la autenticación (MFA).
- Configurar usuarios administradores.
- Completar la configuración inicial de elementos como país y estado y zonas horarias para la empresa y cada usuario.
- Crear un prototipo de la configuración inicial de la aplicación.
- Personalizar los diseños de página para los objetos clave (es decir, clientes potenciales, contactos, cuentas/empresas, oportunidades).
- Crear una lista de usuarios a añadir, con direcciones de correo electrónico.



Semana Cuatro

- Definir y documentar los objetos personalizados accesos directos/flujos de trabajo para crear y personalizar.
- Definir y documentar cualquier automatización.
- Definir y documentar cualquier aplicación.
- Personalizar los objetos clave (es decir, clientes potenciales, contactos, cuentas/empresas, oportunidades).
- Revisar e importar datos.

Hay una razón por la que sabemos que este plan funciona. Hemos ayudado a más de XX clientes a ejecutar más XX proyectos de CRM con éxito. Nos encantaría ayudarte a ti también.



Las causas más comunes por las que fracasa un proyecto de implementación

Muchos de los clientes a los que hemos ayudado a lo largo de los años acudieron a nosotros después de experimentar una implementación sin éxito o intentaron crear una solución propia que al final no les funcionó como esperaban. En ambos casos, la causa más frecuente del fracaso de estos proyectos fue una planificación y alineación inadecuada con sus objetivos.

La falta de planificación y alineación crea muchos problemas, incluyendo:

- **Falta de objetivos claros.** Sin una comprensión clara de lo que espera que el CRM haga para tu negocio, se convierte en un reto para diseñar, implantar y medir su éxito.
- **Recopilación insuficiente de requisitos.** Sin requisitos exhaustivos de las distintas partes interesadas, como ventas, marketing y clientes, puede resultar en un CRM que no satisfaga las necesidades del negocio.
- **Mala gestión de los datos.** Los datos son el alma de cualquier sistema CRM. Las prácticas inadecuadas de prácticas de gestión de datos inadecuadas pueden inexactitud y mala calidad de los datos, lo que hace que su sistema de CRM sea menos eficaz a la hora de proporcionar información valiosa y apoyar la toma de decisiones.
- **Formación y adopción inadecuadas por parte de los usuarios.** Un CRM sólo es eficaz si los usuarios los adoptan y utilizan correctamente.
- **Integración insuficiente.** Un CRM debe integrarse perfectamente con otros sistemas y procesos, como la automatización del marketing, las herramientas de ventas y la atención al cliente. La falta de integración de estos sistemas puede dar lugar a silos de datos, duplicación de esfuerzos e ineficiencias.
- **Personalización excesiva o insuficiente.** Es esencial encontrar el equilibrio entre personalización y la funcionalidad. El exceso de personalización puede aumentar los costos, complejidad y problemas de mantenimiento, mientras que una personalización insuficiente puede dar lugar a que el sistema no cumpla con las expectativas deseadas.



Cómo evitar que una implementación fracase

- 1. Define tus objetivos.** Crea objetivos claros y concisos que contemplen todo lo que quieres conseguir con el sistema y cómo estos se alinean a la visión general de la empresa.
- 2. Involucra a los interesados.** Incluye a las partes interesadas esenciales de tu organización, como los directores, ventas, marketing y equipos de TI, para recabar su valiosa opinión y asegurarse de que el CRM se ajusta a sus necesidades y expectativas.
- 3. Evalúa tus necesidades.** Realiza una evaluación exhaustiva de los procesos actuales para identificar las áreas en las que el CRM puede añadir valor, abordar los puntos débiles, agilizar las operaciones y, en última instancia, cumplir los objetivos.
- 4. Establezca objetivos SMART.** Desarrolle objetivos específicos, medibles, alcanzables, pertinentes y con un plazo determinado (SMART) que estén directamente relacionados con el negocio.
- 5. Crea un plan de proyecto.** Define un plan de proyecto detallado que describa todo el proceso de implementación incluidos plazos, responsabilidades e hitos clave. Asegúrate que los recursos necesarios se asignan adecuadamente.

Un CRM bien implementado puede tener efectos dramáticos y positivos en el negocio, los equipos de trabajo y su rendimiento. Si creas un plan de proyecto minucioso que garantice la alineación con tus objetivos para la empresa, evitarás muchos problemas y disfrutarás de las ventajas de un CRM eficaz y altamente funcional.



¿Debes contratar a un *partner* de implementación?

Contratar a un *partner* de implementación es una decisión importante que puede tener un impacto sustancial en la eficiencia de tu empresa y en las relaciones con clientes. Para determinar si debes o no contratar a un *partner*, considera lo siguiente:

1. **¿Por qué quieres implementar un CRM?** Comprender tus objetivos te ayudará a adaptar el sistema CRM para cumplir necesidades específicas y determinar si necesitas ayuda externa.
2. **¿Cuál es tu presupuesto?** Es esencial determinar si dispones de un presupuesto adecuado para una implementación completa.
3. **¿Cuáles son las habilidades y capacidades de tu equipo interno?** Cuentan con la experiencia y el ancho de banda necesarios para adoptar con éxito un CRM.
4. **¿Cuál es la complejidad del CRM que planeas implementar?** Los sistemas CRM complejos pueden ser muy valiosos para una empresa, pero pueden requerir experiencia y personalización adicionales.
5. **¿El CRM requerirá una amplia personalización?** Las personalizaciones exhaustivas pueden requerir habilidades especializadas que un *partner* puede cubrir mejor.
6. **¿Cuáles son los riesgos de una implementación in-house?** Si surgen problemas durante el periodo de implementación o después, ¿tu equipo está preparado para resolverlos?
7. **¿Necesitarás asistencia y capacitación?** Una capacitación adecuada es esencial para maximizar el valor del sistema, garantizar la adaptación a las necesidades cambiantes de la empresa y minimizar la frustración de los usuarios.
8. **¿Cuáles serán las necesidades futuras del CRM a medida que la empresa crezca y evolucione?** Cuentas con los recursos necesarios para afrontar los cambios.



Por qué un *partner* puede ahorrarte mucho dinero

Al considerar la posibilidad de contratar a un *partner*, es casi seguro que estés evaluando el costo frente al de una implementación interna. Según nuestra experiencia, las empresas que eligen un *partner* desde el principio acaban ahorrando mucho dinero gracias a:

- 1. Conocimiento y experiencia.** La experiencia de un *partner* evita errores costosos.
- 2. Implementación eficiente.** Una configuración más rápida del CRM dirigida por el *partner* reduce el tiempo y el esfuerzo.
- 3. Personalización e integración.** Los *partners* se encargan de la personalización e integración del CRM, ahorrando recursos de TI.
- 4. Tiempo de inactividad minimizado.** Se minimiza la interrupción del negocio durante la transición del CRM.
- 5. Mitigación de riesgos.** Resuelven problemas posteriores a la implementación, reduciendo los riesgos financieros.
- 6. Escalabilidad y preparación para el futuro.** Los *partners* garantizan la escalabilidad del CRM, evitando costosos cambios futuros.
- 7. Centrarse en las competencias básicas.** La externalización de CRM permite a los equipos internos enfocarse en las tareas principales.
- 8. ROI más rápido.** Un CRM gestionado por *partners* ofrece beneficios más rápidos, acelerando el retorno de la inversión.



Nos encantará ayudarte a maximizar el uso del Sales Cloud, **el CRM #1 del mundo**, de forma rápido y sin todas las complejidades de una implementación interna. Hemos ayudado a más de XX clientes transformar su negocio, incrementar sus ventas y mejorar la relación con sus clientes.

Si tú también estás listo para dar el siguiente paso, contáctanos y déjanos ayudarte a transformar tu empresa.

Francisco Slim
Director General
francisco.slim@etcloudmx.com
55 1473 2993

Olga García
Directora Comercial
olga@etcloudmx.com
55 4795 0914



etcloud.com.mx