

# El éxito de la transformación digital gracias al CRM



# Indice

---

Resumen Ejecutivo .....	3
<b>Parte 1</b> - Centrar la empresa en sus clientes .....	4
<b>Parte 2</b> - Apoyarse en un partner de confianza .....	5
<b>Parte 3</b> - Transformar todas las áreas de la empresa .....	8
Conclusiones .....	14
Agradecimientos .....	15



## Resumen Ejecutivo

Hoy en día **la transformación digital** está totalmente reconocida como estrategia necesaria para cualquier empresa que desee crecer, evolucionar e innovar.

Pero no debemos olvidar que es un proceso de cambio que debe durar en el tiempo y que implica transformar una compañía desde dentro, incluyendo no sólo los sistemas sino todo el equipo humano.

Después de años realizando proyectos de CRM como partners Salesforce que han conllevado una transformación digital, desde **Konozca** hemos decidido publicar este *White Paper* para explicar las razones del éxito de este tipo de proyectos en nuestros clientes.

**Las bases para el éxito** se han basado en tres ejes fundamentales:

- Centrar la empresa en sus clientes.
- Apoyarse en soluciones y en un partner de confianza.
- Transformar y alinear todos las áreas de la empresa: Ventas, Atención al cliente, Dirección, Marketing, etc.

En los siguientes apartados detallamos cada uno de estos ejes con ejemplos que refuerzan cómo nuestros clientes han conseguido y consiguen en su día a día, mejorar sus procesos, transformarse en empresas innovadoras y al fin y al cabo crecer y consolidarse.



# Parte 1 - Centrar la empresa en sus clientes

## "Transformar la empresa de Product Centric a Customer Centric"

Los hábitos y prioridades de consumo cambian constantemente y es fundamental la agilidad de las empresas ante estos cambios.

Por esa razón es necesario un aliado en tu plan estratégico que te de soporte y te ayude a entender la forma en que los consumidores adquieren el producto.

Ser capaces de **comunicarnos con el cliente en el momento preciso y de la manera adecuada** son las claves del éxito para crecer.

Centrándonos en el Cliente conociendo sus gustos podremos generar productos y experiencias a su medida.

Para materializar el verdadero potencial de una experiencia de cliente 360° es necesario explotar todas las funcionalidades de un CRM.

Se trata de **organizar, conectar y escalar datos de clientes de calidad**. Se trata de unir contrapartes multifuncionales para sus propios roles en la recopilación de datos y la aparición de conocimientos críticos, en cada etapa del recorrido del cliente, para ayudar a los tomadores de decisiones clave a aprender lo que los clientes realmente necesitan.

Los empleados solo pueden responder a las tendencias de los clientes o tomar decisiones en función de la información que tienen a mano. Con la información adecuada, los empleados pueden actuar con mayor éxito y autonomía, lo que finalmente mejora su propia experiencia en la empresa.



Con la información adecuada, los empleados pueden actuar con mayor éxito y autonomía, lo que se traslada en una mejor experiencia para el cliente.

## Parte 2- Apoyarse en un partner de confianza

### En Konozca seguimos una "Filosofía Customer Centric"

Posicionando a todos los cliente en el centro, para ofrecerles la mejor experiencia posible.



Konozca es **partner de Salesforce desde hace más de 11 años**, realizando proyectos de transformación digital a través de la implementación del CRM de Salesforce en todas sus soluciones.

Además, en Konozca contamos con grandes casos de éxito, siendo un partner de confianza de muchas empresas sumando valor a sus motivos de éxito.

Imagina que vas a un Dietista a que te ayude a realizar una dieta para bajar peso y el dietista es una persona con sobrepeso.

¿Qué confianza ofrece? Prácticamente ninguna. Lo mismo ocurre con tu partner, si no aplica la transformación digital a sus procesos de negocio, como te va a ayudar a adoptar el CRM y por ello transformar digitalmente tu compañía?

El partner debe poseer en su ADN la transformación digital y por tanto debe ser una empresa Customer Centric (CX) y Employee Centric (EX).

Konozca utiliza el CRM de Salesforce desde el principio, no solo para la gestión comercial sino para el Márketing, para la gestión de proyectos, para soporte al cliente, finanzas, y mucho más.

**Todos los empleados y departamentos de Konozca usan Salesforce y tienen una visión completa de sus clientes.**

Esta visión completa implica también una **filosofía Customer Centric**. Nuestros empleados están formados en esta filosofía de posicionar el cliente en el centro, lo que ha llevado al éxito y fidelización de nuestros clientes.

Como partner de referencia a nivel nacional, queremos sintetizar cuales son y han sido las claves del éxito como implementadores de la solución CRM de Salesforce:

**1. Entender bien a nuestro cliente:** No iniciamos nunca un proyecto sin antes conocer a fondo a nuestro cliente.

Para ello siempre buscamos la forma de contestar a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son sus objetivos?
- ¿Cómo trabajan?
- ¿Cuáles son sus clientes?
- ¿Cuál es el equipo humano de la compañía?

**2. Trabajamos sobre una metodología SCRUM:** efectiva con un continuo seguimiento de cliente.

- **Sistema modular**, las características permiten desarrollar una base funcional mínima y sobre ella ir incrementando las funcionalidades según las necesidades del cliente.
- **Entregas frecuentes y continuas** al cliente de los módulos terminados, y a partir de ahí un incremento y mejora continua del sistema.
- En caso de necesidad, poder implementar más funcionalidades de las inicialmente identificadas de una manera sencilla.

**3. Construimos un equipo Konozca - Cliente - Terceros** efectivo que permita colaborar y resolver situaciones durante todo el proyecto.

**4. Consultoría adaptada a cada cliente:** No nos limitamos a implementar, realizamos una consultoría implícita en cada proyecto para recomendar las mejores prácticas usando la solución Salesforce.



"No nos limitamos a implementar, realizamos una consultoría implícita en cada proyecto"





En Konozca, disponemos de un equipo de soporte que permite que este cambio continuo sea natural y ágil

**5. Empleados en el centro del negocio:** Estamos formándonos continuamente, trabajamos en equipo y nos ayudamos unos a otros con experiencias de otros proyectos que pueden aportar valor a los nuevos.

Hacemos sesiones continuas de innovación y actualización. Nos certificamos en nuevos productos y actualizamos nuestras certificaciones 3 veces al año.

**6. Hacemos encuestas de satisfacción a nuestros clientes:** Esto nos llevó a ganar el premio en 2021 al mejor partner implementador por tener los mejores resultados en las encuestas de satisfacción.

"Nuestros clientes han opinado y nos han posicionado"

**7. Realizamos gestión del cambio:** lo cual permite que los empleados de nuestros clientes adopten el CRM de manera efectiva, gracias a dos ejes fundamentales:

- El proyecto está basado en una **solución centrada en el cliente y en el empleado.**
- Realizamos la formación en los proyectos aseguran la **gestión del cambio** de forma gradual y a medida según el perfil de empresa y empleados.

**8. Acompañamos a nuestros clientes en todo el proceso de transformación:** No solo se limita al momento del proyecto sino también posteriormente.

La transformación digital de una compañía es una carrera continua: hay que actualizar procesos, mejorar relaciones con cliente, modificar y ajustar continuamente acciones que implican la mayoría de veces apoyarse en tu partner de confianza.

## Parte 3- Transformar todas las áreas de la empresa

"La base de un CRM es la unificación de la información de toda la empresa".

Patricia Velasco, CEO de Konozca

Tras años de experiencia, hemos podido observar que muchos de nuestros clientes han iniciado sus proyectos de transformación digital involucrando al mismo tiempo varias áreas de su negocio.

Esto es debido a que han entendido que la base del CRM de Salesforce es la unificación de la información de toda la empresa. No puede ser un proceso independiente de cada departamento.

Por esa razón, cada área de la compañía debe colaborar para mejorar su procesos de una forma totalmente integrada y con plena visibilidad de cómo interactúa con sus clientes.

Esta colaboración es vista como un crecimiento en el conocimiento del cliente porque permite ver como reacciona no solo por interacciones del propio equipo sino también por interacciones de cada uno de los departamentos que se relacionan con el cliente.

A continuación detallamos cómo se transforman digitalmente con éxito con Salesforce las diferentes áreas de un compañía.



Con Konozca y Salesforce tenga Clientes comprometidos:

- Ofrezca una UX en todos los canales de comunicación.
- Adapte los productos a las nuevas tecnologías.
- Aproveche los nuevos canales y novedades.





## 1. Ventas

El área de ventas ha sido uno de los principales proyectos de CRM y por consiguiente de transformación digital que hemos realizado en nuestros años de experiencia.

Sin embargo, una vez que la compañía ha transformado sus procesos de venta, enseguida ha entendido que esta nueva forma de trabajar debe ser llevada al resto de áreas.

Los directores comerciales han detectado enseguida una gran ventaja al incorporar un CRM en sus procesos porque les ha permitido: eliminar tareas administrativas, automatizar procesos manuales, centrar el trabajo comercial en mejorar el conocimiento del cliente y el enfoque de la venta así como mejorar la visión global de sus responsables respecto a sus representantes de ventas.

" *Alejandro Closa (Director de Estrategia y Negocio Digital) de [Closa Seguros](#) nos explica que gracias a la implementación del CRM de Salesforce, dejaron de usar su sistema transaccional y poco usable que solo les permitía preparar cotizaciones de seguros. **Se centraron en ofrecerle la mejor oferta al cliente en el mejor momento del proceso de compra.***

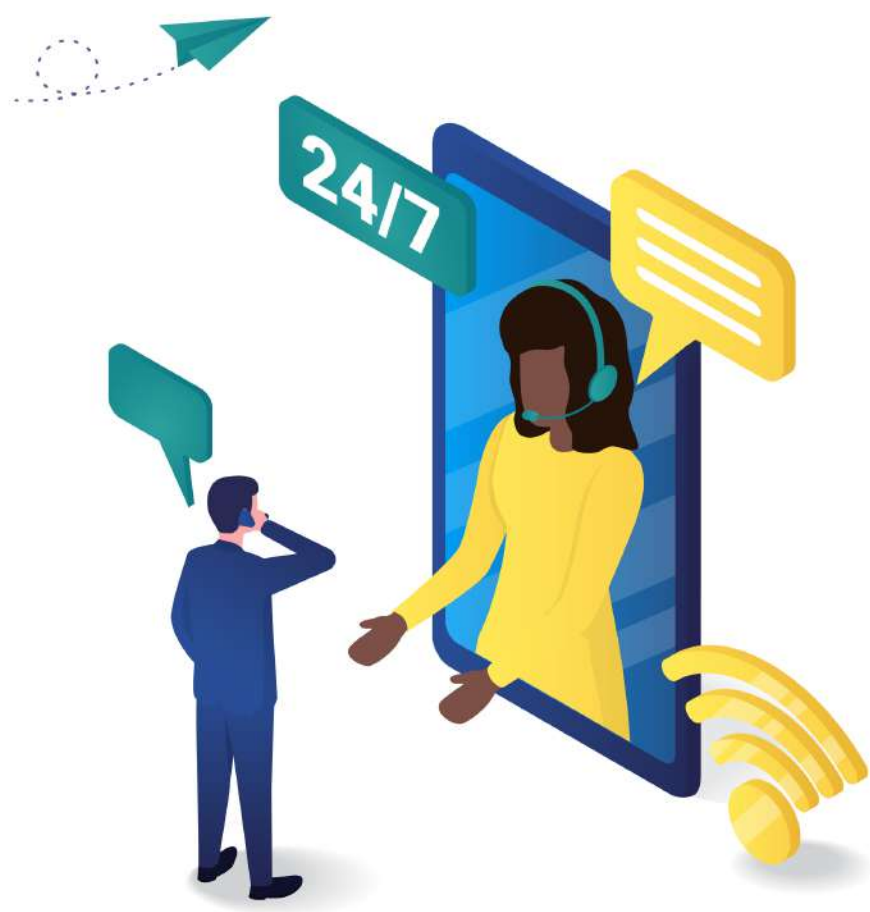
Usando herramientas de automatización de procesos de forma adecuada, **con Salesforce han podido eliminar tareas manuales y mejorar tanto la experiencia del cliente como la del propio comercial**, de esta manera consiguiendo vender más y mejor.

Ahora el siguiente paso de la empresa es conectar su Salesforce con sus clientes directamente para que los comerciales puedan ayudarlos dándoles un mejor servicio."

" *Ignacio Laiz (Director Financiero) de [Scharlab](#) comenta que gracias a Salesforce sus comerciales pueden vender más rápido teniendo acceso a la información de acuerdos comerciales y ofertas **en cualquier momento y desde cualquier dispositivo.***

Además van más allá pudiendo ver al mismo tiempo lo que el cliente ha comprado en los últimos meses y su mix de productos, con lo cual es más fácil plantearle descuentos especiales sabiendo qué es lo que más les encaja."

" *Guillem Bergadà (Sales Operations & Sales Admin) de [RedPoints](#) cuenta cómo gracias a Salesforce consiguieron automatizar el proceso de captación de leads haciendo que los *Inside-sales* fueran más productivos."*



## 2. Atención al Cliente

Los departamentos de Atención al cliente en compañías con grandes volúmenes de clientes han mejorado sustancialmente gracias a:

- La redefinición de sus procesos de Atención cliente
- Tipificación de soluciones, de modo que los agentes de ATC son más efectivos. De esta manera incrementando su satisfacción y la de sus clientes.
- Además, en muchos casos ha permitido que los agentes de ATC también se dediquen a tareas de ventas.

Un cliente satisfecho será más propenso a comprar.

"Yolanda Trujillo (Directora de Operaciones, Márketing y Comunicación) de [Mutua Previsora General](#) comenta que pusieron Service Cloud de Salesforce a su equipo de Atención al cliente no solo por sus necesidades de dar servicio a sus clientes, sino también para poder incrementar su capacidad de vender e informar a sus clientes de sus productos y servicios.

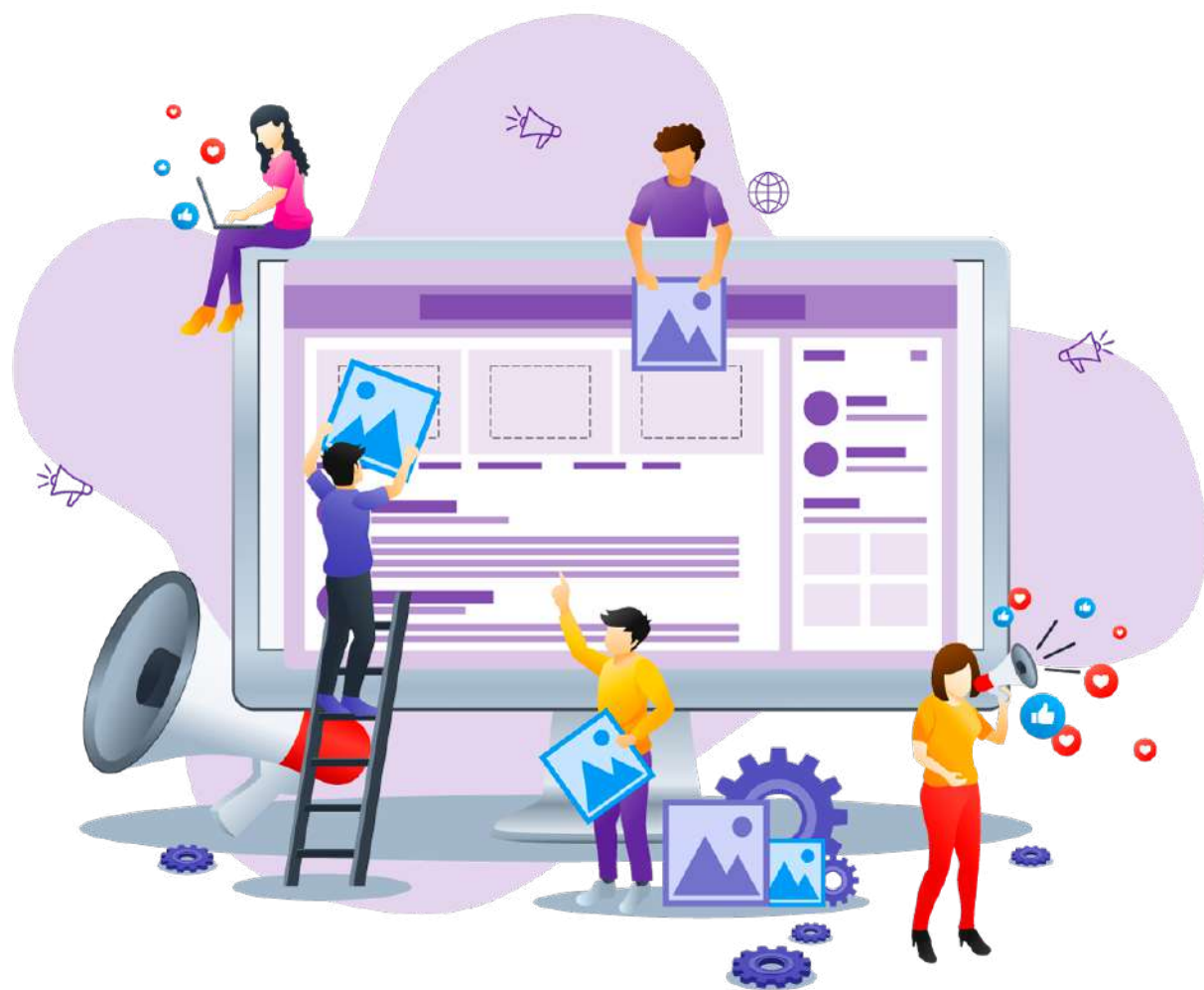
Gracias a Salesforce y Konozca lo consiguieron y su equipo de ATC ha mejorado sus resultados. Desde Mutua Previsora reconocen que trabajan más a gusto con una herramienta que les muestra la visión completa de sus clientes: [que va desde conocer sus problemas hasta aportarles soluciones con nuevos productos.](#) "

["El cross-selling funciona cuando tienes una visión completa de tu cliente."](#) - Yolanda Trujillo

"Guillem Cansado (Director de Operaciones) de [Ricardo Molina](#) comenta que aprovecharon la ayuda de Konozca y Salesforce para revisar todos su procesos de Atención cliente para mejorarlos, automatizarlos y garantizar que se [los problemas se resolvían en el tiempo que el cliente esperaba.](#)"

" [Guillermo Romero \(Sales Operation Analyst\) de Comercia Global Payments - La Caixa](#), nos explica que con Service Cloud de Salesforce se realizan el on-boarding de clientes desde todos los canales (web, mail, teléfono...) de manera prácticamente automática hasta el alta en sus ERPs. "





### 3. Márketing

Gracias a la experiencia de Konozca implementando proyectos de Márketing Cloud y Pardot, herramientas B2C y B2B respectivamente, hemos observado cuales son las claves del éxito en nuestros clientes:

- Empezar con una sólida comprensión de tu marca y su valor para tu audiencia.
- Desglosar la estrategia y los objetivos, haciéndolos factibles y alcanzables.
- Crear un "buyer persona": ¿A quién te diriges? ¿Qué quieren oír? ¿Qué problemas puedes resolverles?
- Adapta todas las herramientas de segmentación, automatización e inteligencia de márketing a las necesidades de tu empresa.
- Finalmente, mirar las métricas adecuadas analizando tus datos y buscando tendencias.

" *Sergi Aguilar (Director de Proyectos) de [Grifols](#)* comenta que gracias a la herramienta B2C Márketing Cloud de Salesforce fidelizan a sus donantes, y sobre todo en la época post-covid, les ha permitido seguir informando a sus donantes, fidelizar a los existentes y además captar nuevos.

Por otro lado, ahora sus congresos son virtuales y gracias a **Marketing Cloud** han podido seguir captando clientes potenciales y poder seguir haciéndoles llegar la información y atención necesarias. "

" *Yolanda Trujillo (Directora de Operaciones, Marketing y Comunicación) de [Mutua Previsora General](#)* dice que gracias a Márketing Cloud y las herramientas que esta plataforma proporciona, envían los mails relacionados con renovaciones automáticamente a sus clientes, **simplificando de esta manera los procesos y el tiempo de sus comerciales**. Además también usan esta herramienta para realizar campañas de onboarding exitosas. "





## 4. Dirección

Para poder liderar la dirección de una compañía de forma exitosa es necesario tener la información necesaria al alcance de nuestra mano.

Para ello, muchos de nuestros clientes optan por la implementación de Tableau, el Business Intelligence que se integra totalmente con la plataforma de Salesforce.

Además de ser una herramienta útil para la dirección, se puede poner al alcance de todos los usuarios de manera sencilla haciéndoles llegar a los componente de la compañía información de valor.

Las herramientas de BI aportan un valor añadido a la empresa, entendiendo, procesando y pronosticando tendencias de dichos datos. Además de ser plataformas sólidas y dinámicas que pueden adaptarse a medida que crece tu estrategia.

*"Dolores Haba (Business Analyst) de Zimmer Biomet nos comenta que gracias a Tableau monitorizan toda la actividad comercial, y que además sin la ayuda de Tableau no podrían haber puesto en marcha Salesforce en su empresa en 11 países a la vez.*

Dolores nos explica que con Tableau pueden **monitorizar desde el uso, la actividad comercial y los resultados de ventas cruzando todos los datos** y relacionando toda la información de la compañía."

Tableau es una plataforma de análisis visual que te permite explorar, compartir y colaborar con tus datos en toda la organización, impulsada por la Inteligencia Artificial, te ayuda a tomar decisiones basadas en datos y no en opiniones. Permitiendo a las personas y las organizaciones sacar el máximo partido de los datos.



## 5. IT

Hoy en día cada empresa requiere de distintos sistemas y softwares para poder llevar a cabo todas sus acciones comerciales. Por esa razón a menudo son necesarias las integraciones de dichos sistemas con Salesforce.

De esta forma, gracias a las integraciones, la visión 360° del cliente incrementa aportando valor para la empresa y para la visión customer centric.

Además Salesforce se integra fácilmente con otros sistemas gracias a su API o a su solución de integración Mulesoft

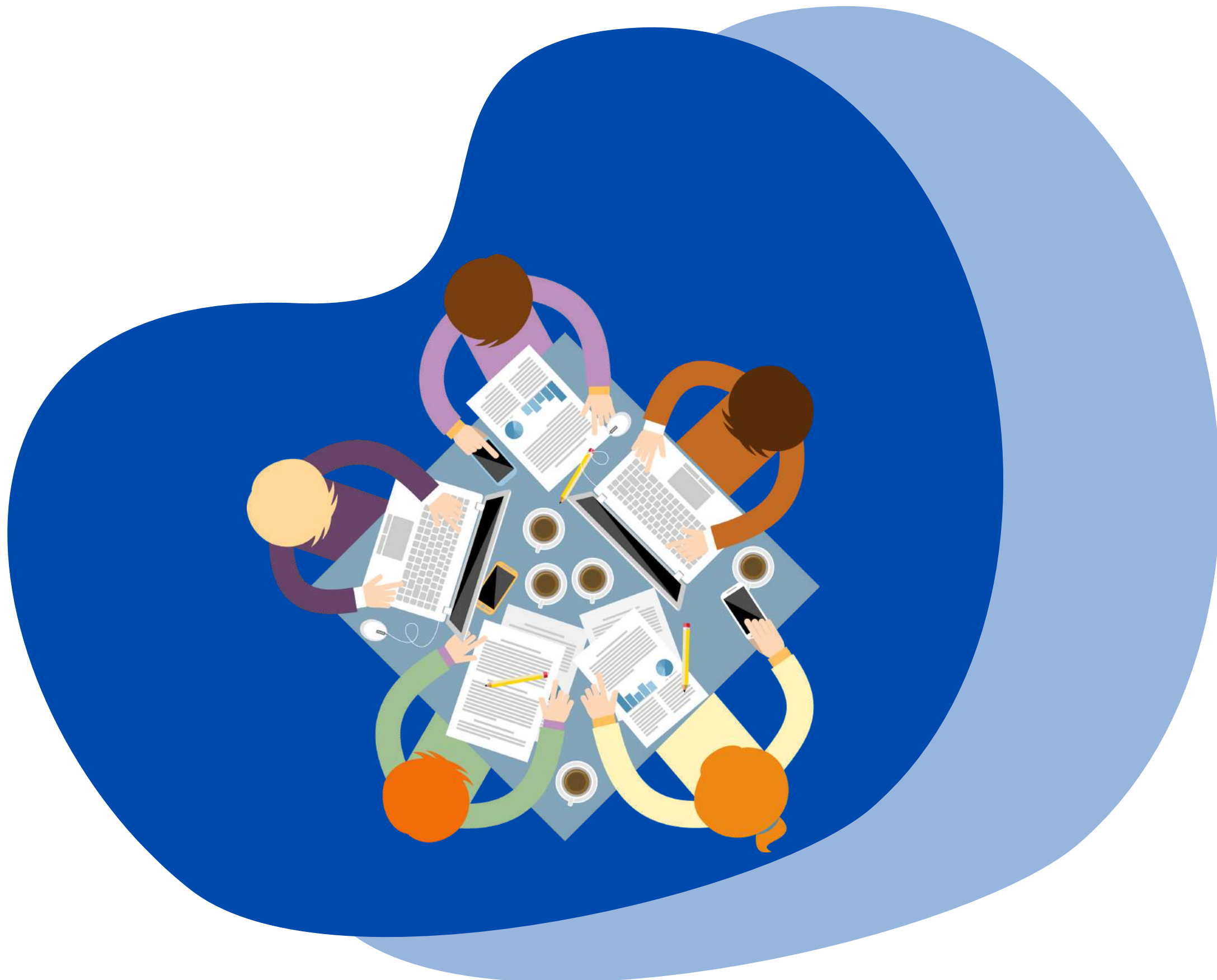
Conecta de forma sencilla cualquier fuente de datos en minutos, en lugar de meses. Con Salesforce puedes establecer conexiones con datos de fuentes externas y acceder a ellos con solo apuntar y hacer clic.

Incorpora también datos de sistemas heredados (SAP, Oracle, Microsoft, el que sea) en tiempo real en objetos de aplicación de Salesforce.

*"Sergi Aguilar (Director de Proyectos) de [Grifols](#) nos explica que la experiencia y agilidad del partner es fundamental para que la integración con otros sistemas de la compañía sea fluida y sin incidencias. Toda la suite tecnológica que hace posible el día a día esté 100% relacionada e integrada **facilita las tareas y la comunicación interna, reduciendo tiempo de respuesta al cliente y por ende reduciendo costes**. La importancia de contar con un partner como Konozca ha sido esencial en nuestra evolución y transformación digital."*

*" Josep Bonet (Project Manager) de [Grupo Godó](#) cuenta que gracias a haber integrado fácilmente sus sistemas de facturación (SAP) y su sistema productivo (DFP) sus distintas líneas de negocio se encuentran interconectadas e ofrecen una visión 360° de la compañía."*





## Conclusiones

---

La innovación ágil es la clave para la digitalización y la disrupción positiva del mercado para las empresas que buscan mantenerse al día.

A pesar de los desafíos que presenta la sociedad, las crecientes expectativas de los clientes están dando forma a los esfuerzos de transformación digital, brindando a las empresas de la capacidad de volverse más competitivas y superar los obstáculos de la modernización.

Algunos de estos desafíos se pueden superar gracias a un partner con experiencia que ayude a dicha empresa durante su proceso de transformación digital. De esta forma evaluando sus procesos y ofreciéndoles un asesoramiento personalizado. Centrar por lo tanto la empresa en sus clientes, es uno de los pasos necesarios para lograr una transformación digital finalmente exitosa.

Más allá de las evaluaciones y la planificación adecuada, la transformación digital e alineación de todas las áreas de una empresa juega un papel fundamental: la integración de la mentalidad empresarial en los procesos y departamentos impulsará el cambio radicalmente hacia el éxito.



# Agradecimientos

---

**Konozca** quiere agradecer a las siguientes personas/clientes su alta implicación en todos los proyectos en los que hemos colaborado conjuntamente:

- **Alejandro Closa** (Director de Estrategia y Negocio Digital) de **Closa Seguros**
- **Ignacio Laiz** (Director Financiero) de **Scharlab**
- **Guillem Bergadà** (Sales Operations & Sales Admin) de **RedPoints**
- **Yolanda Trujillo** (Directora de Operaciones, Marketing y Comunicación) de **Mutua Previsora General**
- **Sergi Aguilar** (Director de Proyectos) de **Grifols**
- **Guillem Cansado** (Director de Operaciones) de **Ricardo Molina**
- **Guillermo Romero** (Sales Operation Analyst) de **Comercia Global Payments - La Caixa**
- **Dolores Haba** (Business Analyst) de **Zimmer Biomet**
- **Josep Bonet** (Project Manager) de **Grupo Godó**