



Guía para la adopción del CRM





Introducción

Use este guía para incentivar a sus usuarios a aceptar el cambio de manera efectiva y comunicar el valor de implementar un CRM. Combine la tecnología de un CRM moderno con estrategias de adopción efectivas para garantizar que la implementación de software supere sus expectativas.

El playbook

Muchas organizaciones se someten a una revisión o reemplazo de su tecnología CRM. Cuando esto sucede, surgen desafíos comunes durante la fase de adopción entre los usuarios que no están preparados para el cambio. Con base a esta información, hemos analizado los problemas centrales que pueden contribuir a la adopción deficiente de los usuarios y cómo puede abordar estos desafíos.

#	JUGADA	PROBLEMA	OBJETIVO
1	Comunicar valor	Los usuarios no ven todo el potencial del CRM	Educar a los usuarios sobre los beneficios del CRM y cómo les facilitará la vida
2	Incentivar a los usuarios	Los usuarios no se sienten motivados para usar el nuevo CRM	Reconocer y recompensar el uso exitoso de la plataforma
3	Líder interno	Bajo grado de adopción debido a la falta de un líder interno	Tener un fuerte CRM para motivar a otros usuarios
4	Gestión del cambio	Los usuarios no están contentos con la funcionalidad del producto	Muestre a los usuarios cómo aprovechar su inversión en CRM
5	Usuario feliz	Los usuarios están contentos con el nuevo CRM – ¿y ahora qué?	Mantenga a los usuarios contentos y constantemente comprometidos con el uso del CRM

Jugada # 1

Comunicar valor

OBJETIVO

Educar a los usuarios sobre los beneficios del CRM y cómo les facilitará la vida



Durante la implementación de su nuevo CRM, puede encontrar usuarios que no entienden por qué necesitan usarlo. Esta resistencia podría provenir de:

- Procesos comerciales mal definidos
- Falta de claridad sobre los objetivos a corto y largo plazo
- Falta de comprensión sobre los beneficios para el usuario
- Interfaz difícil de usar

Resuelva este problema realizando una reunión con los usuarios para mostrar el valor del nuevo CRM.

- Reitere la visión estratégica detrás de la implementación del CRM. Asegúrese de que los usuarios sepan el por qué detrás de la decisión.
- Evalúe cómo están utilizando el CRM y recomiende prácticas para el aprovechamiento de la plataforma.
- Destaque los beneficios del CRM, como la automatización de ciertas tareas triviales y el uso de la automatización para darles una mejor visibilidad de la información que es más importante para ellos. Hágalo interesante y relevante.
- Aproveche las herramientas y recursos proporcionados por el socio de del CRM. La capacitación es fundamental para una implementación exitosa y complementaria para aumentar la confianza del usuario.
- Encuentre el entrenador adecuado: alguien que hable tanto del valor del aprovechamiento efectivo por parte de los usuarios. El envío de mensajes es parte importante de la adopción.
- Use ejemplos específicos para demostrar los casos de uso de su nuevo CRM basado en acciones comunes de los usuarios objetivo en su organización.
- Hágalo simple. Introduzca la funcionalidad en fases, comenzando con por las características que habilitarán inmediatamente a los usuarios.
- Considere una campaña de marketing interna para garantizar que los usuarios entiendan el beneficio y el valor del nuevo CRM.

Jugada # 2

Incentivar a los usuarios

OBJETIVO

Reconocer y recompensar el uso exitoso de la plataforma

Use la psicología del refuerzo positivo a su favor para alentar la adopción del usuario.

- Proporcione recompensas a los usuarios como una forma de reforzar la adopción de la plataforma: estas recompensas pueden ser pequeñas tarjetas de regalo para ciertos hitos o tareas.
- Incorpore la gamificación como una opción divertida para fomentar la adopción y crear una competencia amistosa. Motive a los usuarios con una tabla de clasificación y un sistema de puntos para que sea una experiencia realmente gratificante.
- Proporcione reconocimiento de pares o colegas en una reunión de equipo o a través de redes sociales. Las personas pueden estar motivadas por el reconocimiento y esto aumentará su desempeño.
- Incluya el uso del CRM como parte de los objetivos mensuales o trimestrales del usuario. Manténgalo simple con un enfoque gradual para adoptar completamente el sistema.



Jugada #3

Líder interno

OBJETIVO

Tener un fuerte defensor de CRM para motivar a otros usuarios

Crear un líder interno es un paso importante en la adopción de CRM:

- Los usuarios que ven el valor del CRM y lo adoptan con éxito tienen más probabilidades de compartir sus experiencias positivas con los demás. Influya en estos usuarios para que se conviertan en fuertes defensores del CRM.
- Identifique a una persona que se identifique con las siguientes características:
 - Comportamiento positivo independientemente del cambio
 - Mantiene la confianza de su equipo (independientemente del liderazgo)
 - Admite la nueva implementación del CRM
 - Consultas sobre mejoras en la experiencia del CRM
 - Ansioso por aprender sobre el nuevo CRM y cómo hacerlo más útil
- Los usuarios que ven el valor del CRM y lo adoptan con éxito tienen más probabilidades de compartir sus experiencias e influir en los demás.
- Los influenciadores brindan información sobre métodos de capacitación bien recibidos y pueden relacionar casos de uso específicos para su equipo.
- Las cadencias de mensajes configuradas para la adopción por parte de los usuarios pueden ser reforzadas por los influenciadores en lugar de los líderes.

Jugada #4

Gestión del cambio

OBJETIVO

Mostrar a los usuarios cómo aprovechar su inversión en CRM



El cambio no es bien recibido por todos; las razones comunes por las cuales los usuarios son adversos al cambio incluyen:

- Inadecuada capacitación y comunicación al usuario
- Falta de participación y compromiso durante el proceso de selección del CRM
- La funcionalidad del producto no cumple con las expectativas
- Falta de éxito interno y / o defensores e influenciadores

Gestionar el cambio con éxito es un desafío y requiere paciencia. Las siguientes recomendaciones pueden ayudarlo a prepararse para el retroceso que pueda tener:

- Involucre a los usuarios desde el inicio del proceso, tanto para la retroalimentación como para la evangelización, incluida la solicitud y / o la encuesta de retroalimentación continua
- Establezca la implementación como un programa con un plan que incluya hitos. Concluya el programa con una celebración del lanzamiento
- Personalice los materiales de capacitación para su organización e incluya gamificación para aumentar la participación del usuario
- Utilice los comentarios y llévelos a su asociado de CRM con la finalidad de respaldar mejoras específicas para su organización
- Involucre apoyo de sus líderes ejecutivos auxiliándose de con un kit de Habilidad Directiva, que incluya mensajes y ejemplos de una conversación para motivar a los usuarios tener éxito

Jugada #5

Usuarios felices

OBJETIVO

Mantenga a los usuarios contentos y constantemente comprometidos con el uso del CRM

Continúe interactuando con los usuarios más allá de la adopción inicial de CRM.

- La adopción va más allá de los primeros 90 días. La adopción inicial es crítica, pero el uso continuo también es extremadamente importante.
- Monitoree la adopción y el uso haciendo un seguimiento de las métricas correctas, como los inicios de sesión de los usuarios y las métricas de uso granular.
- Continúe evaluando la funcionalidad y usabilidad del producto para garantizar que el CRM satisfaga las necesidades comerciales específicas.
- Incluso si la adopción es alta, las cosas pueden cambiar. Trate de ser proactivo con educación continua y mantenga abiertas las conversaciones de retroalimentación.
- Agradezca y reconozca sinceramente a los usuarios que participan activamente y progresan en la adopción de del CRM.
- Establezca un “Programa de Campeones” para reconocer y recompensar a los usuarios con un alto uso y una adopción efectiva.





Conclusión

El compromiso constante es importante para garantizar que sus usuarios se mantengan felices y utilicen el CRM en su beneficio. Trabaje con su asesor de CRM para definir objetivos y colabore para tener una implementación exitosa del software en su organización. Las herramientas y los recursos son esenciales para capacitar a los usuarios y ayudarlos a aceptar el cambio.



Deje que la plataforma haga el trabajo

Conozca los recursos que SugarCRM puede liberar dentro de su organización.
Una mejor solución, a un solo clic.

OBTENER UNA DEMO

Información sobre SugarCRM

Con SugarCRM, los equipos de marketing, ventas y servicio finalmente logran obtener una imagen clara de cada cliente – así ayudando a las empresas a alcanzar nuevos niveles de rendimiento y predictibilidad. Sugar es la plataforma de CRM que hace fácil lo difícil.

Miles de empresas en más de 120 países confían en Sugar para alcanzar CX de alta definición, dejando que sea la plataforma la que haga el trabajo. Con sede en Silicon Valley, Sugar cuenta con el respaldo de Accel-KKR.

Para más información, visite www.sugarcrm.com/es o siga a @SugarCRM.



| Let the platform do the work

NORTH AMERICA

| LATIN AMERICA

| EUROPE

| ASIA-PACIFIC