



Listas de verificación de evaluación de CRM

Kit de planificación





Índice

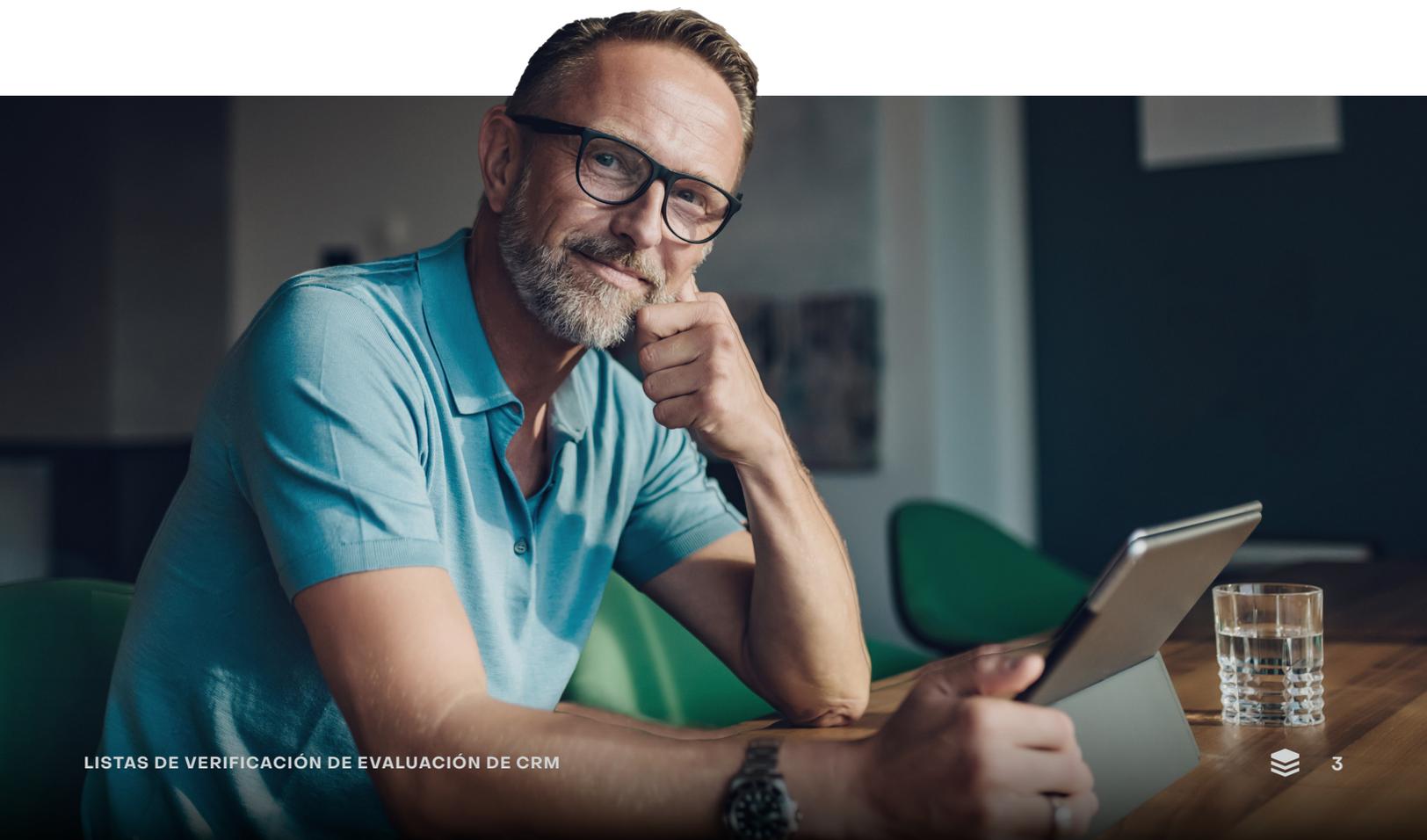
| | |
|----------|---------------------------------------|
| 3 | Introducción |
| 4 | Hoja de ruta de implementación |
| 5 | Características del producto |
| 6 | Otras características y funcionalidad |
| 7 | Evaluación de la plataforma |
| 8 | Seguridad, precios y proveedores |



Introducción

Si está pensando en migrar a un nuevo sistema CRM, es importante que su empresa averigüe de antemano qué necesitará exactamente para crear una experiencia del cliente óptima. Sin excederse ni quedarse cortos: no hay por qué pagar más por funciones complejas que jamás harán falta.

Este kit le proporciona una hoja de ruta para planificar su proyecto de CRM. Durante la evaluación de sistemas CRM para su empresa, las listas de verificación que encontrará aquí le ayudarán a cuestionar lo necesario, ya sea en lo relativo a características de producto, evaluación de plataformas o precios de proveedor.



Hoja de ruta de implementación



1. Planifique su arquitectura

Al evaluar las soluciones, los equipos deben plantearse cuestiones de bases de código, marcos de extensión y facilidad de personalización. Estos factores influirán en las oportunidades y los costes de desarrollo.



5. Alinee las operaciones de ventas

Alinee ventas y marketing basándose en definiciones de cualificación de leads. Con estas definiciones establecidas, el sistema CRM puede ayudar a reducir contenido sobrante en su pipeline mediante la automatización de ciertas actividades de seguimiento y puntuación de leads.



2. Diseñe sus procesos

Además de identificar los procesos esenciales que administrará el sistema CRM, debería utilizar su implementación como una oportunidad para corregir procesos que no funcionan bien. Una solución CRM puede ayudar a optimizar íntegramente los procesos a la vista del cliente, pero no es capaz de solucionar por sí misma los que no funcionan.



6. Defina la experiencia del usuario

Trabaje con los responsables de departamento y los empleados en contacto directo con el cliente para averiguar qué insights, indicaciones y funcionalidades requieren en sus respectivos roles. Dada la infinidad de funciones y datos para ventas y servicios que puede integrar el sistema CRM, el equipo del proyecto debería ocuparse de evitar sobrecargar a los usuarios.



3. Diseñe el recorrido del cliente

La planificación debe incluir una definición acordada de cómo es la experiencia óptima del cliente. Un mapa completo del recorrido del cliente ayudará a identificar deficiencias y oportunidades para remodelar los procesos existentes y agregar nuevos flujos de trabajo.



7. Determine aplicaciones y datos

Determine qué aplicaciones y fuentes de datos se necesitan para capacitar a los usuarios y maximizar la eficiencia de los flujos de trabajo. Tenga en cuenta que las aplicaciones periféricas (por ejemplo, herramientas de CPQ, el servicio in situ o la gestión de contratos) integradas en un CRM pueden aportar un ROI más de cuatro veces superior al de las aplicaciones CRM principales.



4. Priorice las oportunidades

Trabaje con los responsables de departamento para desarrollar oportunidades de ingresos y productividad en cada fase. Una vez identificadas las oportunidades, estudie el correspondiente potencial de ROI, compárelas y priorice la expansión de CRM según se requiera.

Características del producto

Automatización de ventas

- ¿Qué funciones integradas proporciona esta solución para acelerar las ventas?
- ¿Rellena automáticamente registros y formularios?
- ¿Puede garantizar la exactitud de los datos de contacto?
- ¿Cómo fomenta la solución la productividad de las ventas? ¿Puede automatizar en sus dashboards el suministro de información sobre empresas e influencers?

Lead Management

- ¿Tiene incorporada la solución una funcionalidad para automatizar el contacto con clientes potenciales y la cualificación de leads?
- ¿Qué funciones de cultivo de leads incluye?

Gestión de casos y autoservicio

- ¿Ofrece la solución un registro completo del cliente para los agentes del centro de atención, con datos del departamento de ventas incluidos?
- ¿Automatiza la solución el enrutamiento de llamadas y correos electrónicos para facilitar la asignación de prioridades y reducir los tiempos de espera?



Otras características y funcionalidad

Flujo de trabajo y automatización

- ¿Automatiza la solución los flujos de trabajo?
- ¿Ofrece registro automático de llamadas?
- ¿Qué habilidades necesitamos para personalizar los flujos de trabajo?
- ¿Es aplicable la automatización a todo el recorrido del cliente, desde la adquisición hasta el asesoramiento?

Integraciones (aplicaciones y fuentes de datos)

- ¿Cómo se integra esta solución con aplicaciones y fuentes de datos?
- ¿Qué capacidades de integración incluye?

Facilidad de uso / Experiencia

- ¿Es la interfaz de usuario predeterminada apta para cualquier empleado?
- ¿Qué grado de similitud hay entre las interfaces de escritorio y móviles?
- ¿Qué hay que hacer para personalizar una interfaz?
- ¿Incluye la solución funciones móviles sin conexión?

Inteligencia relacional

- ¿Ayudará la solución a acelerar el tiempo de preparación de llamadas, suministrando a los empleados toda la información de contactos y redes sociales requerida con solo indicar un nombre y correo electrónico?
- ¿Permitirá la solución dedicar menos tiempo a la investigación y al mantenimiento, y más tiempo para conocer a nuestros clientes?



Evaluación de la plataforma

Personalización y ampliación de la plataforma

- ¿Cómo se optimiza la plataforma para poder ampliarla y personalizarla?

Código base / Acceso a código fuente

- ¿Proporciona la solución acceso al código fuente completo?
- ¿Es el código base el mismo en todos los módulos?
- ¿Se ha usado un lenguaje nativo para escribir la solución?
- ¿Qué aptitudes y herramientas necesitaremos para personalizar la solución?

Hospedaje de la aplicación

- ¿Cuáles son las opciones para hospedar la aplicación?
- ¿Podemos elegir dónde almacenar nuestros datos?
- ¿Hay algún coste de uso de almacenamiento local o una cloud pública?
- ¿Hay algún coste si optamos por reubicar nuestros datos?

Software único o multiinquilino

- ¿Tenemos control de nuestra propia versión de la aplicación?
- ¿Programamos nuestras propias actualizaciones o es el proveedor el que establece el programa de migración?



Seguridad, precios y proveedores

Seguridad y cumplimiento normativo

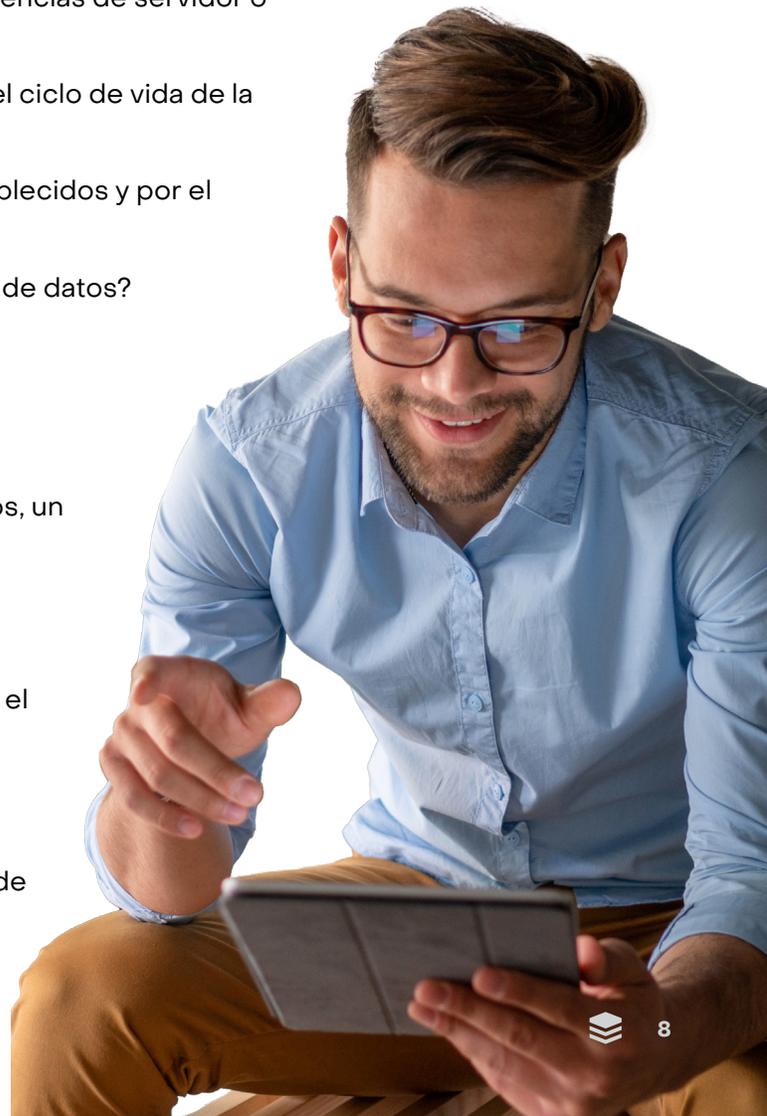
- ¿Puede esta solución cumplir con nuestros requisitos de seguridad y privacidad de datos?
- ¿Proporciona las herramientas de gobierno que necesitamos?
- ¿Nos permite cumplir con nuestros requisitos reglamentarios y de cumplimiento normativo?

Precios / Coste total de propiedad (CTP)

- ¿Cuáles son los modelos y niveles de precios?
- ¿Hay recargos o costes por productos adicionales, licencias de servidor o mantenimiento?
- ¿Qué otros costes y tarifas podríamos tener durante el ciclo de vida de la solución?
- ¿Hay costes de uso por encima de los límites preestablecidos y por el almacenamiento de archivos?
- ¿Hay costes de integración de aplicaciones y fuentes de datos?
- ¿Hay límites de llamadas a la API?

Requisitos del proveedor

- ¿Proporciona el proveedor una base de conocimientos, un portal de casos u otros recursos en Internet?
- ¿Ofrecen conectores empaquetados para funciones cruciales?
- ¿Qué amplitud/profundidad tiene su ecosistema? ¿Es el proveedor parte de una red más amplia de socios de implementación?
- ¿Qué tipo de soporte al cliente se incluye con la solución? ¿Ofrece el proveedor paquetes ampliados de soporte técnico por teléfono?





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

Acerca de SugarCRM

SugarCRM ayuda a los equipos de ventas a alcanzar su máximo potencial. Las empresas eligen SugarCRM para simplificar lo complejo, priorizar oportunidades comerciales e incrementar las ventas, y todo esto utilizando los recursos que ya tienen. SugarCRM es ideal para industrias complejas, como la manufacturera, de mayoreo y de distribución, que buscan acelerar el crecimiento y tomar mejores decisiones.

Más información en www.sugarcrm.com/es