

Abraham
Ramírez



CRM

¿Qué debería esperar usted?

Hemos realizado un listado de aspectos básicos que deben ser considerados a la hora de elegir o evaluar un CRM

Con frecuencia visitamos prospectos que necesitan implementar una solución para administrar su relación con los clientes. Durante la entrevista les pedimos que nos expliquen su expectativa sobre esto y encontramos similitudes en lo que la mayoría pide, por ejemplo buscan guardar información de clientes, segmentar clientes por su potencial, soportar varios tipos de clientes, que funcione *online/offline*, que guarde información de cada contacto con los clientes y que entregue reportes con opción a cruzar contra otras fuentes, entre otras cosas, pero ¿qué debería esperar de un CRM?

Hemos realizado un listado de aspectos básicos que deben ser considerados a la hora de elegir o evaluar un CRM (incluso cuando ya esté implementado, nunca es tarde para corregir):

1. **Que guarde la información que mi negocio necesita.** Nos hemos encontrado con algunas soluciones que soportan mucha información, excepto la que las empresas necesitan, el CRM se debe adaptar a nuestra estrategia y no viceversa.
2. **Disponibilidad en diversas plataformas.** Algunas ocasiones hemos visto que empresas se han visto forzadas a cambiar sus dispositivos para poder implementar un CRM, cuestión que en la actualidad resulta arcaico, vivimos una era tecnológica en la que las firmas tecnológicas tienen mucha facilidad para disponer sus aplicaciones en todas las plataformas: móvil, Web, iOS, Android, Windows Phone, etcétera, ¿Por qué elegir un CRM que desde la concepción del proyecto me limita? Es bueno homologar los dispositivos que tendrán los usuarios, sin embargo, no debe ser una limitante que obligue a comprar fierros.
3. **Seguridad.** Independientemente de que se vaya por una aplicación instalada en sitio o una solución en

la nube, no debemos descuidar a uno de los activos más importantes de la compañía: sus clientes. ¿Qué medidas de seguridad contempla la solución? ¿En dónde resguardan los datos? ¿Contempla el contrato que los datos son míos de forma exclusiva o autorizo a la empresa consultora a emplear los datos?

4. **Disponibilidad.** ¿Cuento con acuerdos de niveles de servicio? Por lo general se tienen pero, aun cuando no sea una aplicación de emisión crítica, es importante que considere por lo menos tiempos de disponibilidad de 96%, de ahí para arriba es una buena métrica, por supuesto, ya contemplando los mantenimientos periódicos preventivos que cualquier plataforma requiere.
5. **Entrenamiento.** Proporcionar a los usuarios una inducción sobre las aplicaciones es lo mínimo esperado, considerando que los CRM de hoy tienen una interfase de usuario intuitiva, a pesar de esto, no contemplar la capacitación sobre soluciones y reglas de uso de la misma es sabotear el proyecto.
6. **Soporte.** No necesariamente por cuestión de fallas en las plataformas, es importante tener un canal de comunicación centralizado con los usuarios, un canal que registra los contactos, tipo de problema o duda y el tiempo de respuesta. Dando visibilidad sobre el uso de la solución en campo.
7. **Actualización.** Como es usual, las firmas tecnológicas están en movimiento constante, eso los hace más competitivos, por lo cual se debe elegir una firma que tenga un plan de mejoras y nuevas funcionalidades. Un buen tip a la hora de elegir proveedor es solicitar el plan de mejoras de los siguientes años.
8. **Presencia.** La presencia global no garantiza el éxito local y, sin embargo, pone en riesgo la capacidad de ejecución, por lo cual hemos visto que la ejecución local tiene mejores resultados. De seguro tiene ejemplos claros sobre lo que escribimos.

Podríamos hacer una lista muy amplia, pero nuestro espacio es limitado, por lo cual le ofrecemos nuestro apoyo ante cualquier duda, independientemente del CRM que quiera implementar. Escríbanos a: contacto@alliancesfa.com 