alfashop

CRMCENTER

V.1.0

MANUAL DE USUARIO

ÍNDICE DE CONTENIDO

CRMCENTER…… 3
VENTAJAS DE UTILIZAR UN CRM…… 3
PRINCIPALES PUNTOS DE LA APLICACIÓN…… 3
ACCESO A LA APLICACIÓN…… 4
MÓDULOS DISPONIBLES…… 5
ADMINISTRACIÓN DE CONTACTOS Y CUENTAS…… 5
Alta de una cuenta…… 6
Búsqueda de cuenta existente…… 6
Ver cuenta…… 7
Actividades…… 9
Tareas…… 9
Redactar Email…… 10
Historial…… 10
Notas…… 10
Archivar correo…… 11
Ver Resumen…… 11
Contactos…… 11
Crear Contacto…… 11
Oportunidades…… 12
Nueva Oportunidad…… 12
Clientes potenciales…… 15
Casos…… 15
Proyectos…… 17
Documentos…… 20
Perfiles de Usuario y Administración…… 21
Empleados…… 21

MÓDULO DE GESTIÓN DE CAMPAÑAS

Campañas de Marketing en CRMCENTER…… 23
Introducción…… 23
Público Objetivo…… 23
Definición…… 23
Listas de Público Objetivo…… 23
Campañas…… 26
Crear Campaña…… 26
Añadir Público Objetivo a Campaña…… 27
Plantillas de Email…… 28
Crear y añadir Plantilla de Email…… 29
URLs de Seguimiento de Campaña…… 32
Enviar Campaña…… 32
Ver estado de la campaña…… 33

CRMCENTER

Es una aplicación CRM que engloba los procesos relacionados con la gestión de los clientes dentro de una organización. Cualquier empresa es susceptible de implantar una solución para la gestión de sus clientes. El único requisito necesario es que la organización diseñe un procedimiento de clasificación de la información, de tal manera que la misma pueda archivarse de una manera coherente. CRMCENTER es una aplicación que puede ejecutarse vía web y engloba perfectamente los procesos relacionados con la gestión de clientes.

VENTAJAS DE UTILIZAR UN CRM

La principal ventaja es disponer en un solo golpe de vista de toda la información relativa al cliente y las comunicaciones con él. Permite archivar documentación y gestionar visitas, llamadas, reuniones, emails, proyectos y tareas. Así mismo permite realizar campañas y realizar un seguimiento de las mismas.

PRINCIPALES PUNTOS DE LA APLICACIÓN

1. Administración de Contactos y Cuentas
2. Gestión de Fuerza de Ventas (comerciales)
3. Biblioteca de Documentos
4. Gestión de Incidencias (tanto con clientes como internas en la empresa)
5. Calendario
6. Email

MÓDULOS DE LA APLICACIÓN

1. Mi cuenta
2. Calendario
3. Actividades
    a. Llamadas
    b. Reuniones
    c. Tareas
    d. Notas y adjuntos
    e. Archivo de correos
    f. Emails
4. Contactos
5. Cuentas
6. Oportunidades
7. Casos
8. Incidencias
9. Documentos
10. Correos
11. Campañas
12. Proyectos

La aplicación se entrega con una configuración básica por defecto suficiente para la mayor parte de las organizaciones y totalmente funcional pero debe tenerse en cuenta que puede extenderse con módulos adicionales y permite la personalización de los diferentes módulos para adaptarse totalmente a las particularidades de cada empresa.

ACCESO A LA APLICACIÓN

CRMCENTER permite gestionar distintos perfiles de usuarios, para ello se configuran los correspondientes permisos. Cada usuario dispone de su nombre de usuario o login y su contraseña que le habilitaran para acceder a la aplicación con su configuración personal. Los únicos requisitos para acceder a la aplicación es una conexión a Internet y un navegador compatible (Google Chrome, Firefox, Safari o Internet Explorer, en este último caso recomendada la versión 10 o superior)

URL DE ACCESO: http://crmcenter.es/*empresa*

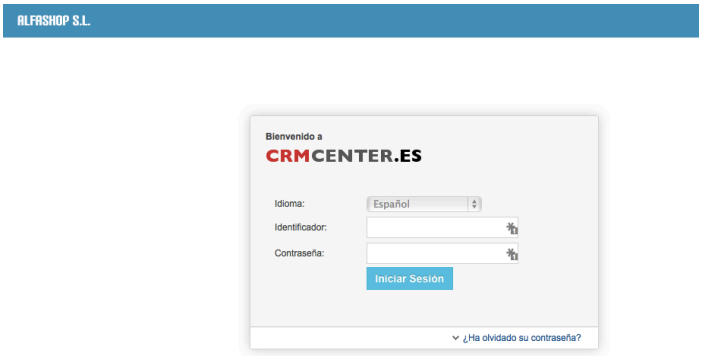


Gráfico 1. Pantalla de acceso a CRMCENTER

Una vez dentro de la aplicación, nos encontramos con varios menús que nos permiten escoger la opción que deseemos consultar en cada momento. Así entre las opciones posibles podemos realizar consultas y nuevas gestiones de:
Tareas, Visitas, Contactos, Agenda… y un amplio etc. que iremos poco a poco comentando, pero que de apariencia es como la descrita en el gráfico de la figura 2.
También vemos los "DASHLETS" que son pequeños extractos de información que podemos situar en la pantalla principal para tener la información más a mano.

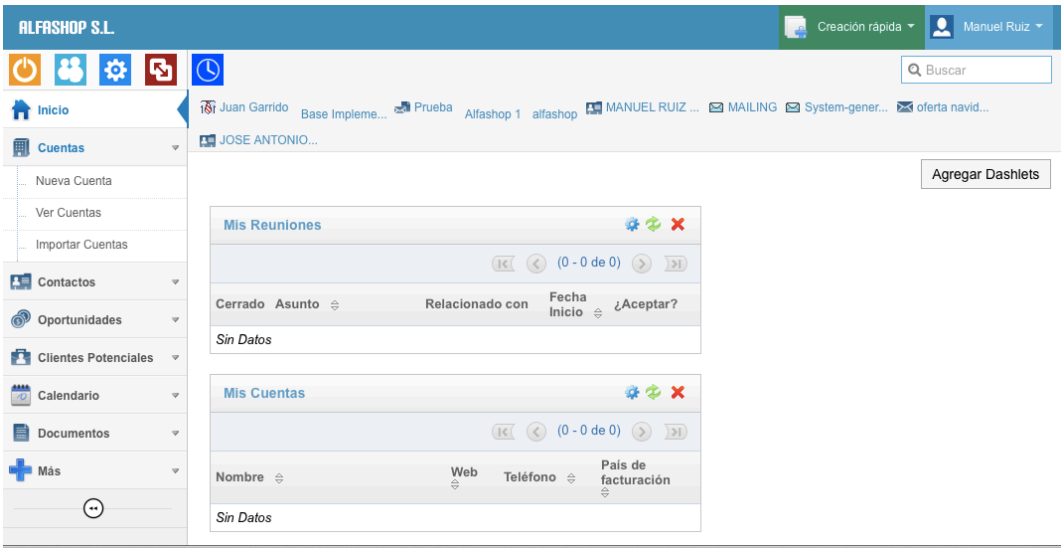


Gráfico 2. Pantalla principal de CRMCENTER

MÓDULOS DISPONIBLES

En el menú lateral nos permite acceder a los datos globales de las diferentes funcionalidades de la aplicación (o módulos) que son:

Cuentas: Son los datos de los clientes efectivos.

Contactos: Son las personas o grupos de referencia dentro de cada cuenta.

Oportunidades: Son las oportunidades de venta (presupuestos, proyectos activos) que existen para las distintas cuentas.

Proyecto: Es una herramienta para anotar y seguir los datos relacionados con una oportunidad o venta para un cliente.

Clientes potenciales: Son los datos de los prospectos o futuros clientes que pretendemos convertir en cuentas.

Calendario: En un calendario como indica su nombre en el que poder fijar los eventos (llamadas, reuniones, tareas)

Documentos: Archivo documental donde colgar los archivos corporativos por ejemplo a modo de plantillas, de tal manera que cualquier persona de la organización desee realizar una oferta acuda a este repositorio de información para seleccionar la plantilla adecuada. (Capacidad limitada según el contrato de mantenimiento, inicialmente de 1 GB con el contrato básico)

+ Más:

Emails: CRMCENTER permite el envío y recepción de emails desde la aplicación así como archivar los correos.

Campañas: Permite gestionar nuestras campañas de comunicación.

Llamadas: Para generar un histórico de las llamadas realizadas/recibidas.

Reuniones: Gestión de reuniones con invitación a los participantes.

Tareas: Gestión de tareas y proyectos.

Notas: Anotación de información en general (incluye adjuntar archivos)

Casos: Gestión de incidencias con seguimiento a través de TICKETS o número de caso.

Público objetivo: Para gestión de listas de contactos y campañas de marketing y asignación de clientes potenciales para su seguimiento a la fuerza de ventas.

Todos los módulos permiten importar/exportar los datos mediante el intercambio de ficheros CSV (Excel). **Opcionalmente puede contratar el Módulo de INFORMES personalizados para generar vistosos informes con la información ordenada según diferentes criterios y disponible en diferentes formatos (HTML, PDF, CSV). Consultar presupuesto.**

ADMINISTRACIÓN DE CONTACTOS Y CUENTAS

A nivel global, la gestión de los clientes se efectúa desde el menú de cuentas y el de contactos. Tanto desde el menú lateral como desde dentro de los contactos y cuentas.

ALTA DE UNA CUENTA

Para dar de alta una cuenta, iremos al menú superior de atajos "Creación rápida" o en el menú lateral Cuentas / Nueva Cuenta y pincharemos en la opción correspondiente, visualizando una pantalla como la del gráfico 3. Basta en este caso con ir introduciendo los datos en cada uno de los campos y cuando se haya finalizado pinchar en la opción guardar.

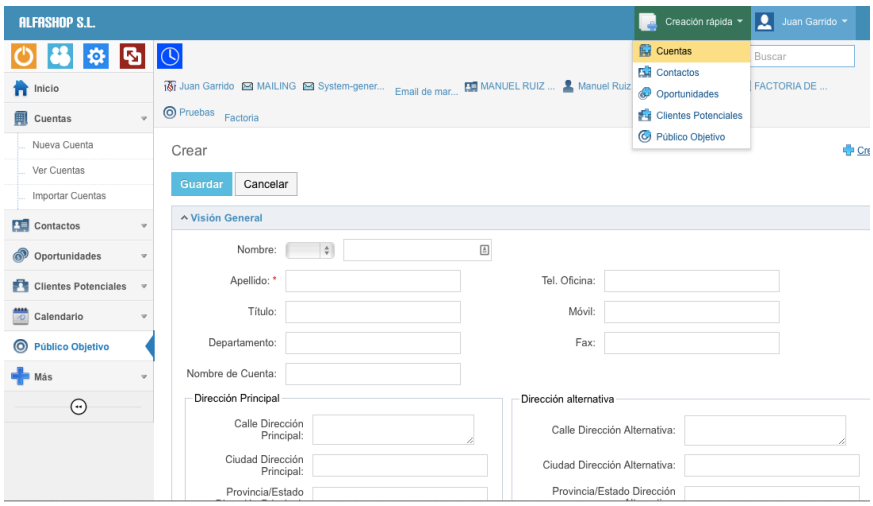


Gráfico 3. Pantalla de creación de cuentas

BÚSQUEDA DE UNA CUENTA EXISTENTE

Pinchando sobre el menú lateral "Ver cuentas" accedemos a la vista de la lista de cuentas existentes. Podemos abrir la ficha de la Cuenta pinchando sobre el Nombre resaltado, ordenarlas por nombre, ciudad, fecha de creación, etc… marcarla para realizar una acción sobre la cuenta o pinchar en el icono de un lápiz para editar

Gráfico 4. Listado de cuentas. Ver cuentas

BÚSQUEDA AVANZADA

En la parte superior de la tabla con el listado de cuentas aparece un campo de texto para buscar.

El campo de búsqueda por defecto (búsqueda simple) solo busca en el Nombre de la cuenta, pero podemos acceder a la "Búsqueda Avanzada" en la que podremos establecer diferentes filtros en uno o varios campos de la ficha del cliente, también se permite guardar las búsquedas y filtros avanzados con un nombre para poder volver a utilizarlas siempre que sea necesario.

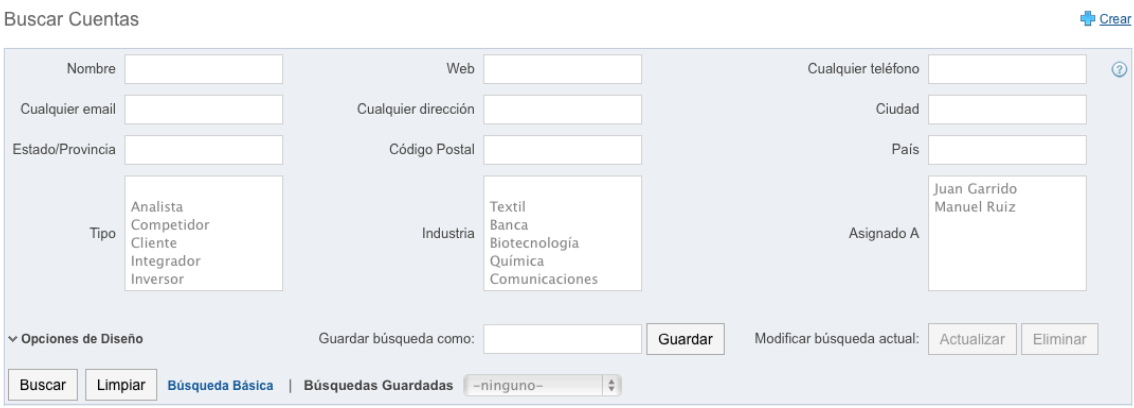


Gráfico 5. Búsqueda avanzada. Cuentas

Al acceder a la búsqueda avanzada se recordará la última búsqueda realizada por el usuario por lo que si deseamos establecer un nuevo filtro o ver todas las cuentas se deberá pinchar sobre el botón "Limpiar" para definir una nueva búsqueda.

TRUCO: En los campos de texto se pueden utilizar comodines para buscar, por ejemplo %fontanería% busca todos los registros que contengan la palabra fontanería, fontanería% busca todos los registros que empiecen por fontanería y %fontanería busca todos los registros que acaben en fontanería.

Si deseamos realizar una búsqueda de cuenta genérica porque no recordamos el nombre exacto de la entidad, basta con que pongamos el comando % nombre cuenta%, es decir, supongamos que buscamos Fontanería Express, y no recordamos que es Express, basta con que pongamos entre % fontanería% y nos listará todas las cuentas con la palabra fontanería que estén introducidas en el CRM.

VER UNA CUENTA

Al pinchar sobre el nombre de una cuenta se abre la FICHA de la cuenta con todos los datos introducidos y los datos relacionados con esa cuenta recuperados desde los otros módulos. Así por ejemplo, si esa cuenta tiene CONTACTOS asociados aparecerán en su ficha, así mismo podremos ver los mensajes de correo archivadas, llamadas, reuniones, oportunidades, clientes potenciales, incidencias, proyectos, etc… también podremos programar actividades como "nuevas llamadas, reuniones, tareas" o enviar un email directamente desde aquí.

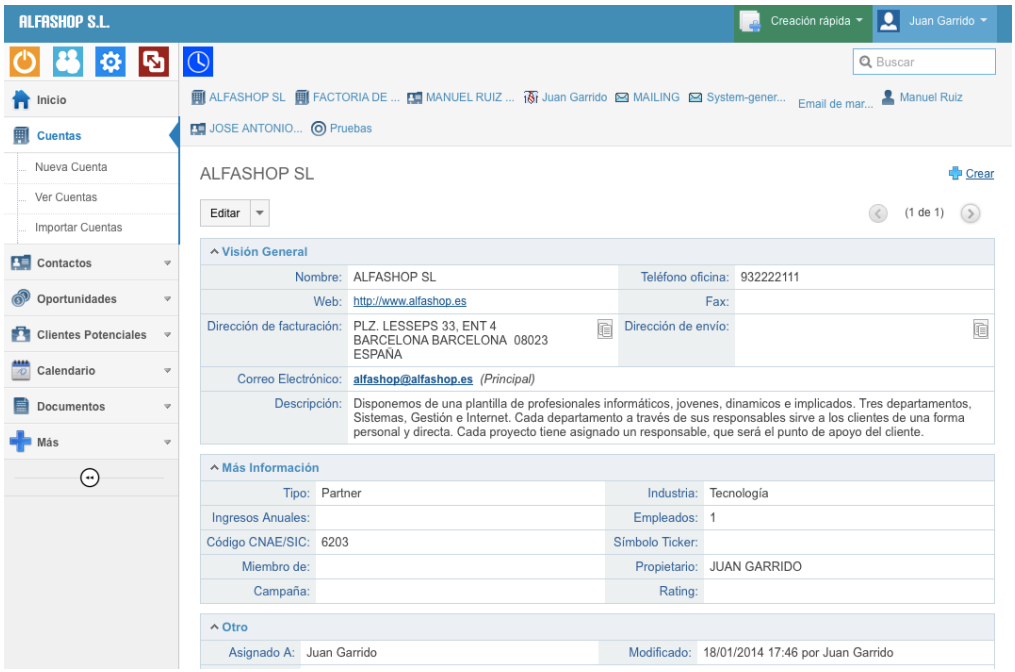


Gráfico 6a. Vista Cuentas

Pinchando sobre cada uno de los elementos se accederá al módulo correspondiente para ver más detalle, editarlo, etc. La cuenta es el elemento unificador que se corresponde con el concepto de CLIENTE y el elemento que ejerce como índice o referencia única para el resto de funciones. Por lo tanto una llamada, cita, presupuesto/oportunidad/, email, incidencia siempre estará relacionado con una cuenta o al menos con un contacto.

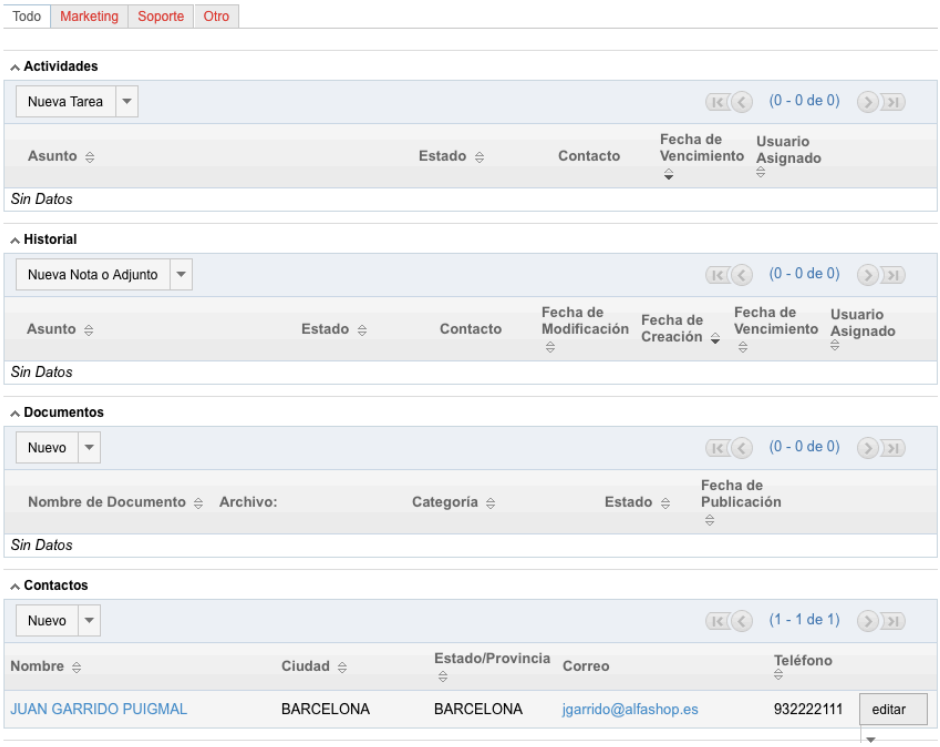


Gráfico 6b. Vista detalle de las Cuentas

Comencemos por cada uno de los campos, no sin antes hacer una anotación previa. Es muy importante seguir un modelo de clasificación de la información, con el objetivo de poder diferenciar y seguir la información que a lo largo del tiempo se va introduciendo en el CRM, este punto es importante, sobre todo para el apartado de Incidencias, Casos, Oportunidades y Proyectos.

Es decir, si estamos ante un a oferta presentada a un cliente y ésta debe ser revisada, se debiera establecer un sistema de codificación de la oferta para poder distinguir entre distintas versiones y/o revisiones de una oferta.

ACTIVIDADES

En este campo se reflejan las tareas asociadas a una cuenta, que son: Tareas, Reuniones, Llamadas, Correos

Cuando una de estas funciones, se ha ejecutado, entonces esta actividad se desplaza al apartado Historial.

Veamos dos ejemplos de funcionamiento con la variable Tareas y Emails, ya que el resto funcionan exactamente igual.

TAREAS

Supongamos que definimos una tarea de preparar un informe para una cuenta, introducimos los campos correspondientes y detallamos que la tarea está sin iniciarse, con lo que la pantalla gráfica, sería del tipo:

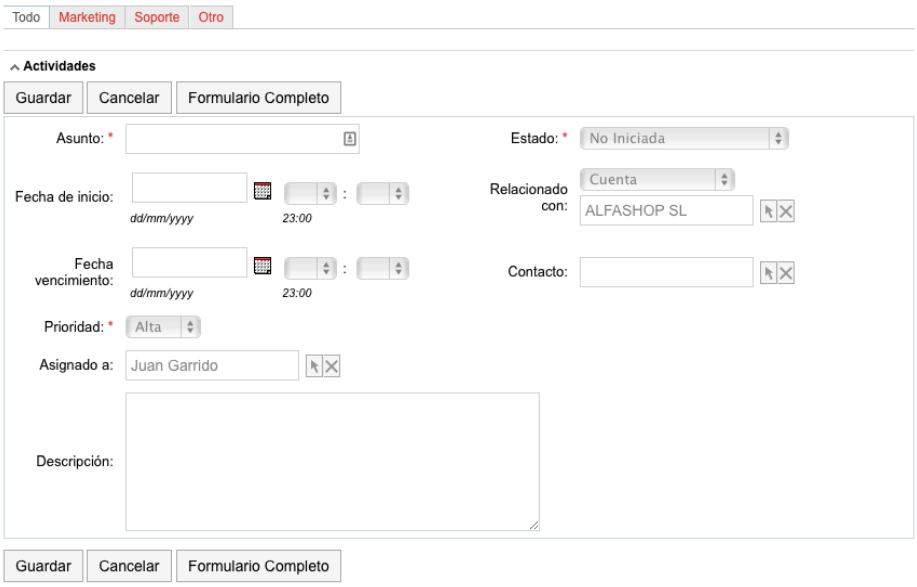


Gráfico 7. Nueva tarea

Cuando la tarea se ha realizado se especifica en el menú Estado, se despliega el menú y se elige la opción completada, en este momento, esta Tarea se desplaza al menú de Historial.

REDACTAR EMAIL:

Desde esta opción se pueden redactar emails y asociarse los mismos a todas las funcionalidades descritas, como son: Asociación a cuenta, contacto, posibilidad de enviar desde plantillas y adjuntar archivos.

Cabe señalar que los emails que se envíen desde esta aplicación no se "integran", en los clientes de correo tipo "Thunderbird" o "Outlook".

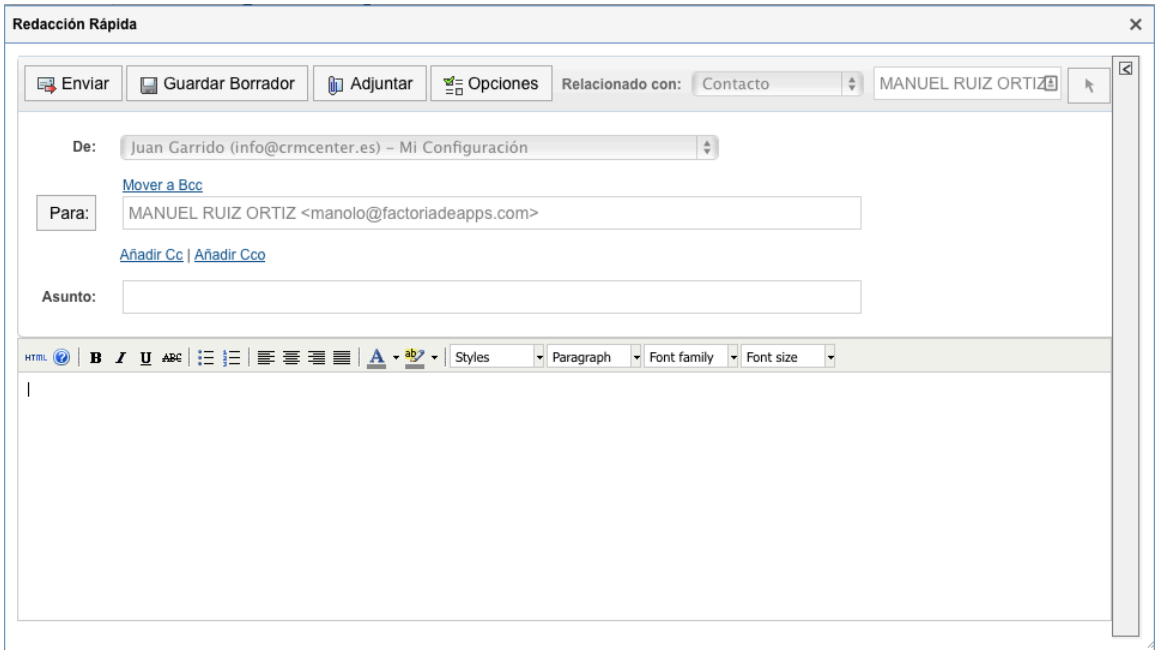


Gráfico 8. Redacción de un nuevo email

HISTORIAL

Refleja el Histórico de las Actividades. En el Historial, podemos guardar los documentos que deseemos asociar a una cuenta, y que no pertenezcan a las categorías de Ofertas, Incidencias, Casos y Proyectos, ya que existe la posibilidad de adjuntar archivos a cada uno de estos eventos.

NOTAS

Nueva Nota o Adjunto, nos permite asociar a una cuenta un documento, por ejemplo: Facturas

Veamos cada una de estas ventanas:

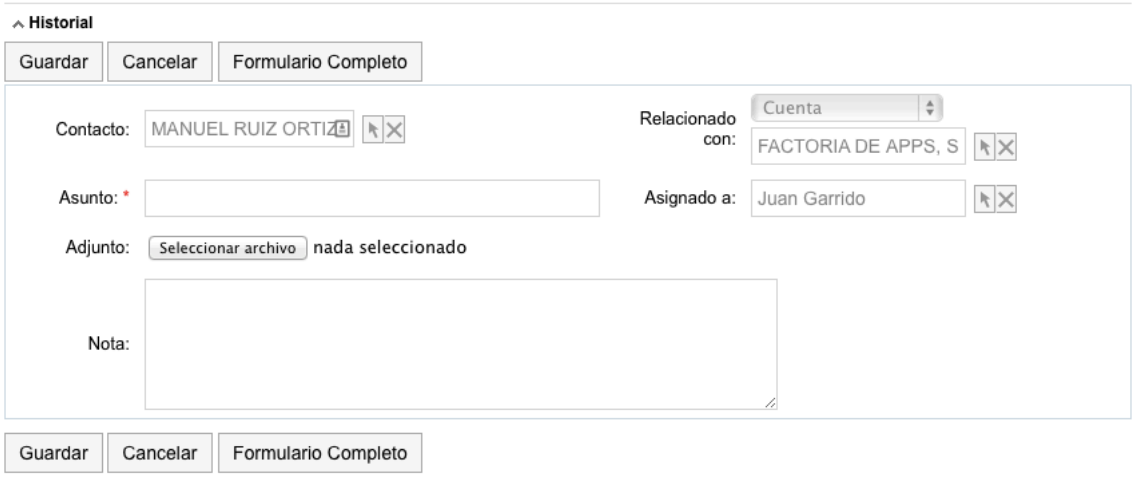


Gráfico 9. Formulario Nueva nota

ARCHIVAR CORREO

Esta función nos permite guardar (de una manera manual) aquellos emails, que no se han generado directamente desde la aplicación, y que deseamos que queden reflejados en la misma.

Obsérvese como en el menú superior sólo se permite, Guardar o Cancelar, es decir, no se pueden enviar desde esta opción, y sin embargo, podemos asociar a este email, los documentos que hayamos adjuntado al email enviado.

VER RESUMEN

Por último Historial tiene disponible una opción de Ver resumen desde donde pinchando, se ven de un simple vistazo, todos los emails que han sido enviados y archivados.

CONTACTOS

Dentro de esta opción podemos tanto crear como buscar los contactos que deseamos (ilimitados). Disponemos de dos opciones:

Nuevo (que permite crear todos los contactos que deseemos)

Seleccionar (para localizar contactos: interesante opción si la lista de contactos de la cuenta es muy extensa).

CREAR CONTACTO:

Es bastante intuitivo, basta con cumplimentar los campos del gráfico 10.

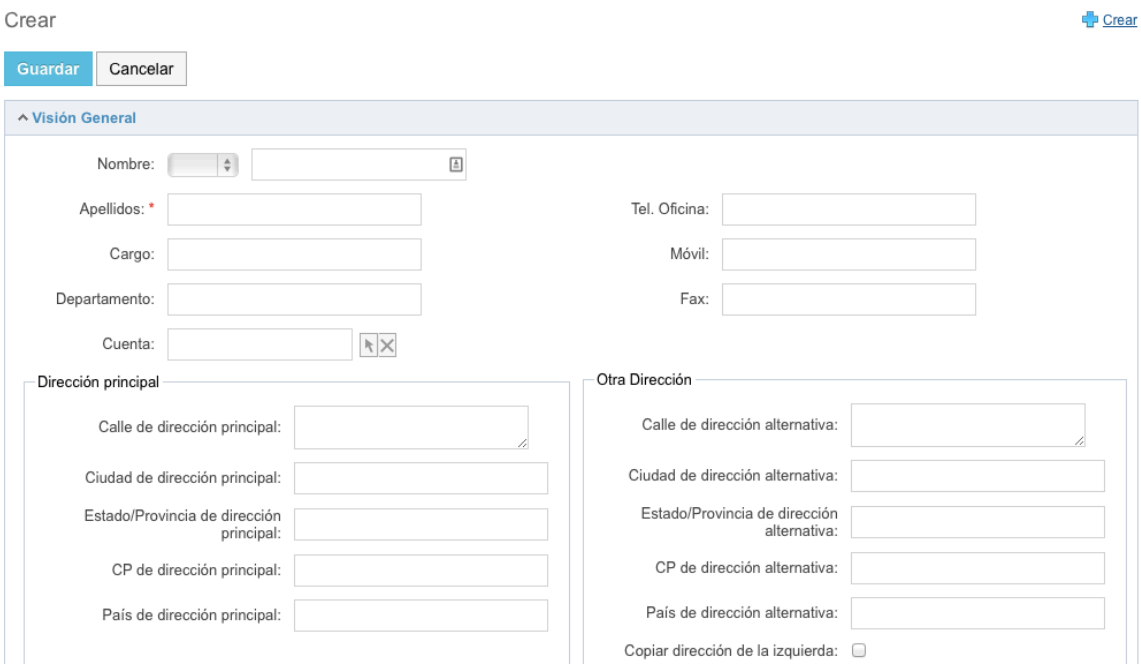


Gráfico 10. Formulario Nuevo contacto

OPORTUNIDADES

Las oportunidades o ventas, siguen el mismo patrón que el caso anterior, se pueden generar tantas oportunidades como se deseen y se pueden hacer las búsquedas que se deseen.

Nueva Oportunidad

Lo primero que debemos hacer, es identificar la nueva venta a través de un número, digito o conjunto de palabras que nos permita posteriormemte localizarlas.

Así por ejemplo un criterio sencillo a utilizar sería:

Nombre cliente, tipo de proyecto y por último fecha.

Supongamos que somos una empresa que vende material de oficina al cliente Gobierno, y que le vende en el mes de marzo del año 01, un toner.

Un código para la oferta puede ser: Gobiernotoner0301.

Por supuesto que esto se trata de un ejemplo, y cada empresa tendrá sus sistema, simplemente anotar que a través de un sistema de codificación, podremos, buscar documentos, y visualizar de un simple golpe de vista, las ofertas presentadas a una cuenta, en distintos meses y de que tipología.

Una vez decidido el criterio de identificación de ofertas, procedemos a generar la oportunidad, tal y como se describe en el gráfico 11.

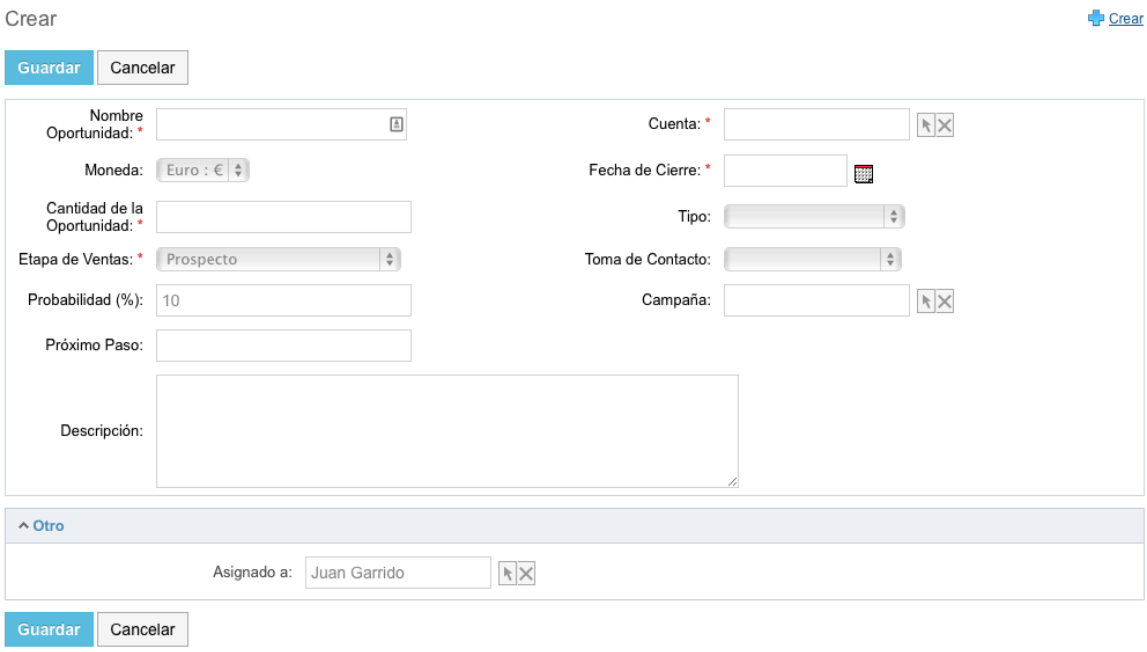


Gráfico 11. Formulario Nuevo contacto

Guardamos la oportunidad y esta queda reflejada de un simple golpe de vista dentro de la cuenta.

A partir de aquí, las opciones que disponemos dentro de cada oportunidad, son las siguientes:

Actividades
Historial
Candidatos
Contactos
Proyectos

Esto es así, porque dentro de una posible venta, es decir, cuando nos llama un cliente para solicitar información sobre un producto y/o servicio, es probable que debamos enviar información por email, que debamos redactar un documento del tipo oferta, que cambiemos los interlocutores con los que hablamos...etc., y todo esto es posible que esté registrado en la aplicación.

En el gráfico 12 se resume las posibilidades de las oportunidades:

Gobierno-toner-03-01 Crear

Editar

Nombre Oportunidad:	Gobierno-toner-03-01	Cuenta:	ALFASHOP SL
Cantidad de la Oportunidad: (EUR €):	5.000,00	Fecha de Cierre:	01/01/2014
Etapa de Ventas:	Propuesta/Presupuesto	Tipo:	Negocios Existentes
Probabilidad (%):	65	Toma de Contacto:	Recomendación
Próximo Paso:		Campaña:	
Descripción:	Venta de toner		

Otro

Asignado a:	Juan Garrido	Última Modificación:	18/01/2014 18:58 por Juan Garrido
Fecha de Creación:	18/01/2014 18:58 por Juan Garrido		

Todo | Marketing | Soporte | Otro

Actividades

Nueva Tarea (0 - 0 de 0)

Asunto	Estado	Contacto	Fecha de Vencimiento	Usuario Asignado
Sin Datos				

Historial

Nueva Nota o Adjunto (0 - 0 de 0)

Asunto	Estado	Contacto	Fecha de Modificación	Fecha de Creación	Fecha de Vencimiento	Usuario Asignado

Gráfico 12. Formulario Nuevo contacto

La mecánica de funcionamiento de las opciones de :

Actividades
Historial
Documentos
Contactos
Clientes Potenciales
Proyectos

Es como la descrita en páginas anteriores. La opción de proyectos, se detallará en apartados posteriores, no sin antes hacer una explicación previa de este punto.

La opción proyectos se utiliza cuando una venta ya es efectiva y desde ese mismo momento se tienen que realizar una serie de “trabajos” para poder entregar el producto y/o servicio al cliente. Esta opción no es válida para cualquier tipología de empresas, principalmente se utiliza en empresas de servicios, donde una vez efectuada la venta, se inicia todo el proceso de

asignación de tareas para esa oportunidad, así como la asignación de contactos de la empresa cliente... etc.

¿En que casos se asocian las oportunidades a los proyectos?, cuando supongamos que el departamento de producción está inmerso en el desarrollo de un proyecto, y con el tiempo se ve que surgen nuevas necesidades y que debe hacerse una oferta nueva. Este es por ejemplo un caso de uso.

Sectores en los que no es usual habilitar este campo, es donde se despachan artículos directamente para la atención del público, ya que la venta se produce y ahí termina el proceso pero en empresas en las que es habitual realizar un presupuesto sobre un trabajo es muy útil para realizar un seguimiento.

Por último señalar que este apartado tendrá mención aparte en un punto exclusivo para PROYECTOS.

CLIENTES POTENCIALES

Esta opción está disponible para aquellas situaciones en las que la empresa desee separar los clientes efectivos de los potenciales.

Lo habitual es hacer registro de todas las cuentas disponibles y ya dentro de ellas valorar a través de las oportunidades ganadas, quienes son clientes. Sin embargo, para aquellas situaciones en las que se desee disponer de esta posibilidad se utilizará la opción del menú de Toma de contacto para abrir los candidatos que se estimen, y cuando estos se conviertan en ventas efectivas, **"convertir" estos contactos en cuentas.**

Otra posible utilidad de esta opción está el caso de que se disponga de canal de distribución y se desee asignar a la cuenta del distribuidor los posibles clientes potenciales que disponga.

Es decir, las opciones como siempre, son múltiples, es la propia organización la que debe decidir cuales son las opciones y posibilidades que mejor se adaptan a su mecánica de funcionamiento.

CASOS

A través de esta opción podemos llevar una completa gestión de incidencias de nuestros clientes.

Podemos registrar desde la llamada del cliente especificando el motivo de la incidencia, y una vez creada, se auto numeran correlativamente permitiendo llevar una gestión de incidencias y su facturación.

Veamos un ejemplo

Supongamos que un cliente nos llama porque el toner que se ha vendido en el ejemplo anterior, está mal instalado. A partir de aquí se genera la incidencia. Como siempre señalar, que lo deseable sería que se siguiera un procedimiento de control de incidencias, en donde al menos se especificara el año, ya que la propia aplicación genera la numeración correlativa.

Esto es útil porque si después, debe ir un técnico, en la hoja de parte de trabajo, se pondrá la numeración que se ha generado en el CRM, para su posterior control y facturación.

Al recibir la llamada de incidencia, damos a la opción de Nuevo y cumplimentamos una pantalla como la del gráfico 13.

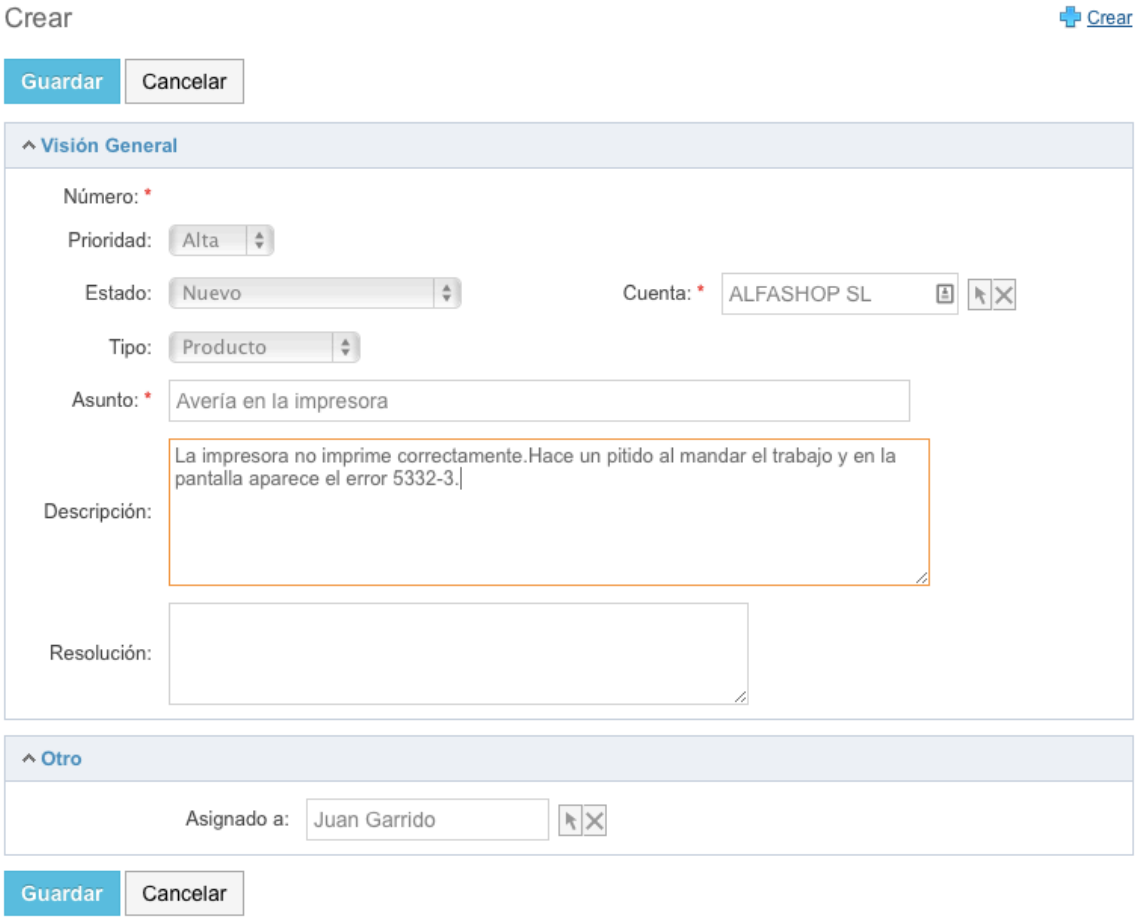


Gráfico 13. Formulario Nuevo contacto

Como puede observarse el caso se asigna a una cuenta y permite dotarle de las posibilidades de prioridad, estado (interesante campo porque cuando se haya terminado habrá que especificarlo) y sobre todo asunto, descripción y resolución.

Una vez guardada la incidencia, de un simple golpe de vista en la cuenta, veremos todos los casos que tiene asignados. Así si por ejemplo, se da parte de otra incidencia, como una avería de impresora, veremos las incidencias anteriores de la cuenta.

La propia aplicación ha numerado el caso, y son los número 37 y 38, que si la organización dispusiera de una hoja de trabajo, los asignaría y se facilitaría el control de facturación y administración.

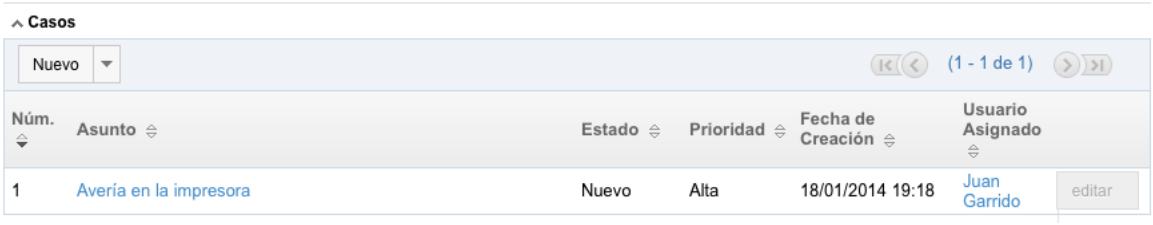


Gráfico 14. Listado de casos asignados a una cuenta

La aplicación nos permite asignar a cada caso la posibilidad de:

Contactos
Actividades
Historial (interesante para adjuntar documentos)

Incidencias (herramienta útil para gestionar las incidencias internas de la propia empresa , no de la cliente).

Es decir, si un cliente nos llama para la avería de toner y esto nos implica que debemos ponernos en contacto con otra persona (ejemplo el de mantenimiento de la cuenta Gobierno), y el encargado de mantenimiento nos pide que le enviemos un email con las instrucciones o que elaboremos un documento por ejemplo de incidencia, todo esto, se podrá asignar a esta sección, facilitando de esta manera la clasificación de las gestiones, documentos, contactos y tareas.

ORGANIZACIONES MIEMBRO

Se suele utilizar para asociar las delegaciones a una cuenta principal, así si por ejemplo la empresa Abartia Team, dispone de una delegación en Madrid, se abría cuenta en esta sección.

Siguiendo con la filosofía de la aplicación, las delegaciones miembros disponen de las mismas funcionalidades que se están detallando a lo largo del presente manual de usuario y son a todos los efectos CUENTAS.

PROYECTOS

La utilización de esta opción, al igual que las anteriores, está condicionada a los procedimientos que tenga la empresa. Pero para el

caso de proyectos, si cabe, esta opción está más condicionada a los procedimientos de trabajo de las organizaciones.

¿Que empresas suelen utilizar "proyectos"?

Aquellas que para cada oportunidad de venta existente y materializada con éxito, deciden que ese trabajo debe ser "tratado" documentalmente de otra forma, es decir, cuando la venta se materializa, se decide que se abre un proyecto, y la documentación y comunicados que se generen mientras se va realizando todo lo que se ha detallado en la oferta.

Ejemplo de esto podría ser sectores como: Telefonía, Ingenierías, Asesorías, Despachos de abogados...etc.

En definitiva sector servicios. Que son sectores que cuando se produce la venta, es cuando se origina el grueso del trabajo.

Supongamos que se ha cerrado una venta de asesoría para la empresa Hnos, Alonso, SL., le hemos abierto la oportunidad correspondiente, y la hemos codificado según el ejemplo descrito en páginas anteriores:

Hnos. AlonsoAsesoria0301.

En el momento que la oportunidad se gana, la empresa abre el proyecto correspondiente para poder disponer de un "gestor documental" para toda la documentación generada mientras se trabaja en esta venta.

A partir de aquí, lo deseable sería dar un código nuevo, para distinguir los distintos proyectos que se tienen . Un código podría ser:

ProyectoHnos.AlonsoAsesoria0301.

Este código se abre tal y como se describe en el gráfico 15.

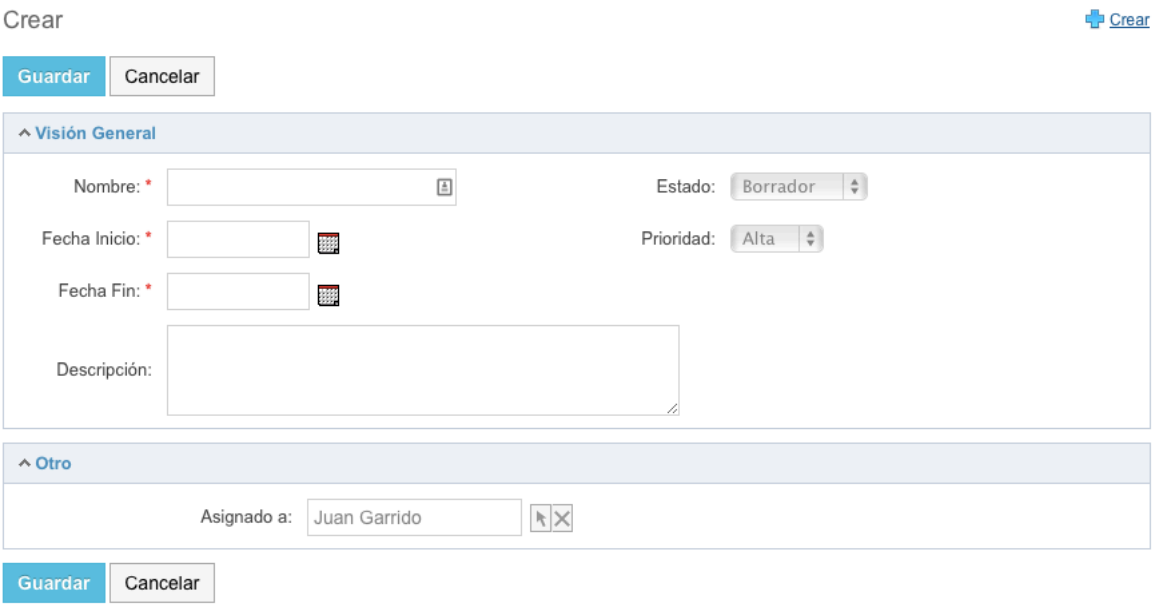


Gráfico 15. Nuevo proyecto

Una vez abierto el proyecto, podemos llevar control de los siguientes aspectos:

1. Tareas del Proyecto
2. Actividades
3. Historial
4. Contactos
5. Cuentas
6. Oportunidades

Es decir, podemos asociar los proyectos a las cuentas, esto es así porque los proyectos pueden abrirse tanto desde la cuenta en

cuestión, como desde el menú superior.

Las oportunidades también se asocian a los proyectos, de esta forma si estamos trabajando en equipo, disponemos del contrato

firmado y podemos "chequear" los alcances de trabajo pactados.

Contactos: Interesante opción, porque a menudo las personas de la empresa cliente que deben colaborar con nosotros, son distintas de las que han firmado el contrato.

Tareas, sigue la misma estructura que la detallada al principio del manual, al igual que Historial.

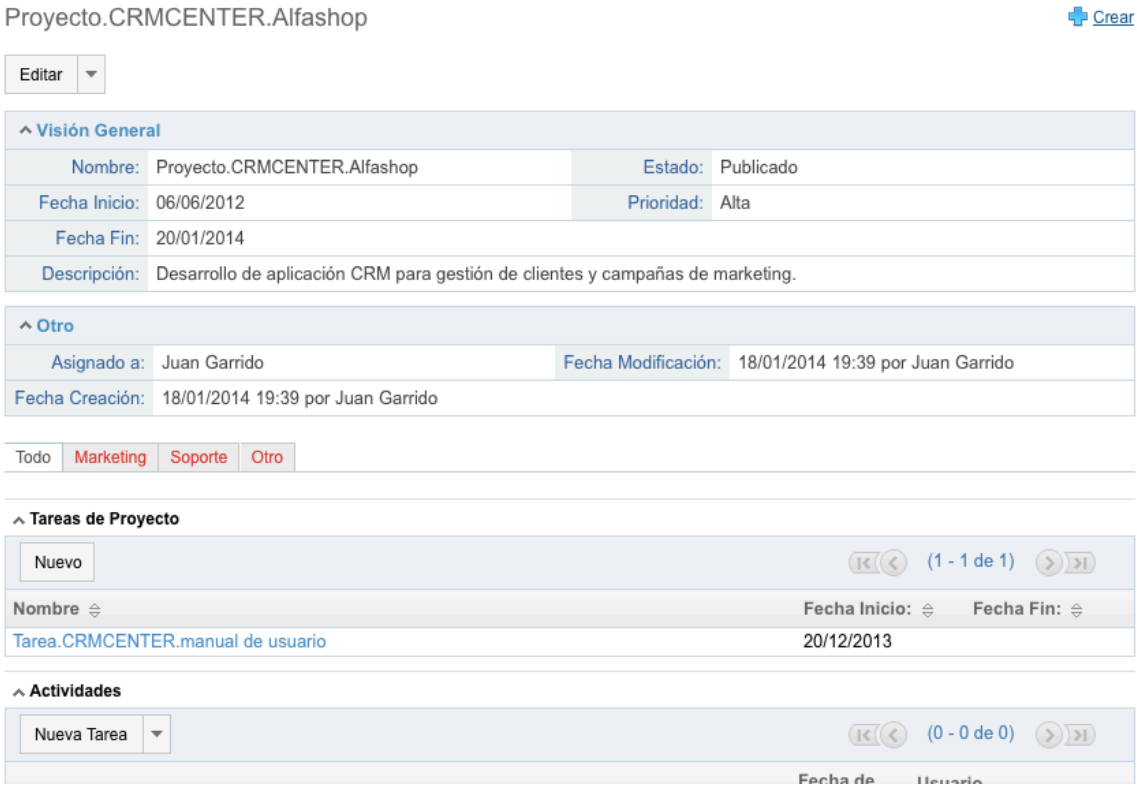


Gráfico 16. Detalles del proyecto y sus tareas relacionadas

De todas estas opciones, merece una especial dedicación la opción de Tareas del Proyecto, porque cumplimentada, nos permite conocer que porcentaje de las tareas del proyecto se han desarrollado. De esta forma, distintos departamentos, pueden conocer y hacer seguimientos de tareas de su competencia. Es decir, el dpt. de administración puede conocer que un proyecto, o una tarea del mismo ha concluido y que debe emitir su correspondiente factura. O por ejemplo, el departamento comercial puede ver la evolución de las fases del proyecto para hacer un buen seguimiento comercial a su cliente.

O también puede servir para controlar internamente la evolución de las fases del proyecto.

Todas las tareas de proyecto que se generen, permiten ser listadas, con las ventajas que esto supone.

DOCUMENTOS

La idea es generar una "biblioteca de documentos", en donde albergar toda la fuente de conocimiento de la empresa.

Esta biblioteca se puede clasificar según distinta naturaleza, para poder agrupar los documentos. Pero ¿que clase de documentación puede ser introducida en este epígrafe? Toda aquella que deba ser utilizada para elaborar otras documentaciones.

Por ejemplo: Plantillas de oferta, plantillas de cartas comerciales, plantillas de facturas, plantillas de ordenes de trabajo...etc. En definitiva es un "cajón de sastre" en donde se aconseja meter la información que constituya base de conocimiento para la empresa.

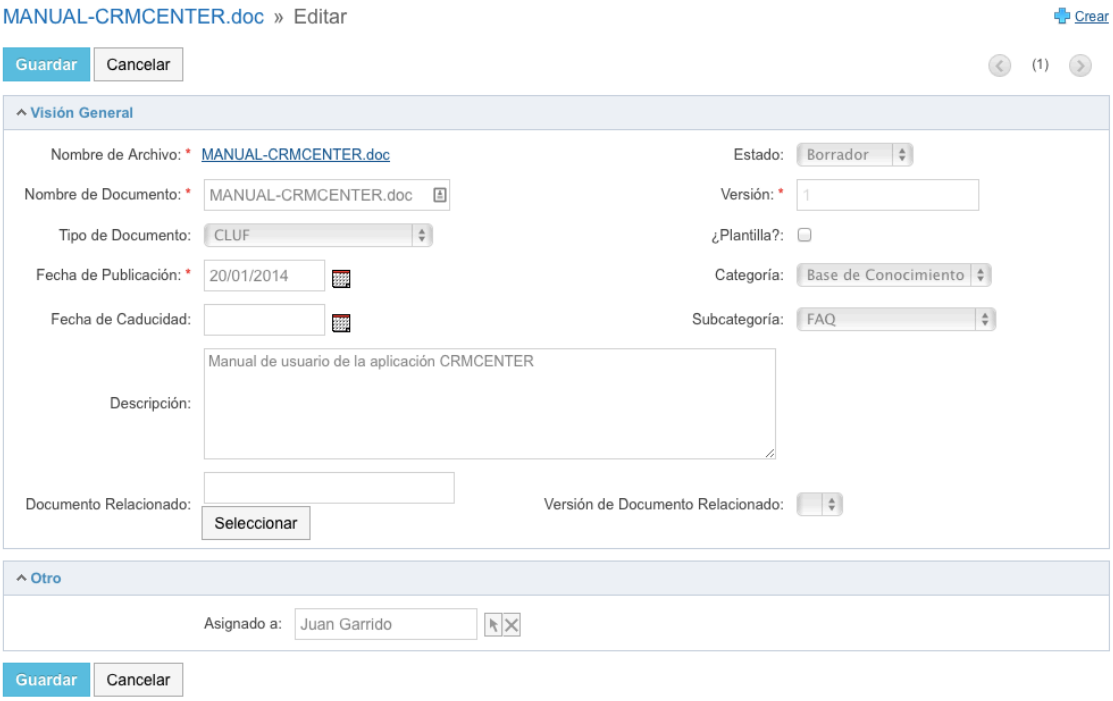


Gráfico 17. Detalles del proyecto y sus tareas relacionadas

Así por ejemplo si deseamos generar una plantilla de ofertas, en el nombre del documento pondremos el título de la plantilla (para poder distinguir unas de otras), en el campo Nombre de archivo, seleccionaremos la ruta donde tenemos guardado la plantillas.

Por seguridad, el cambio de las versiones se efectúa desde el menú de administración (que se expone mas adelante), esto es así para que nadie, ajeno al editor de la documentación, tenga la facultad de alterarla.

PERFIL DEL USUARIO

Si deseamos configurar la opción PERFIL, pincharemos en el menú descrito en el gráfico 18 y cumplimentaremos los campos de la pantalla siguiente:

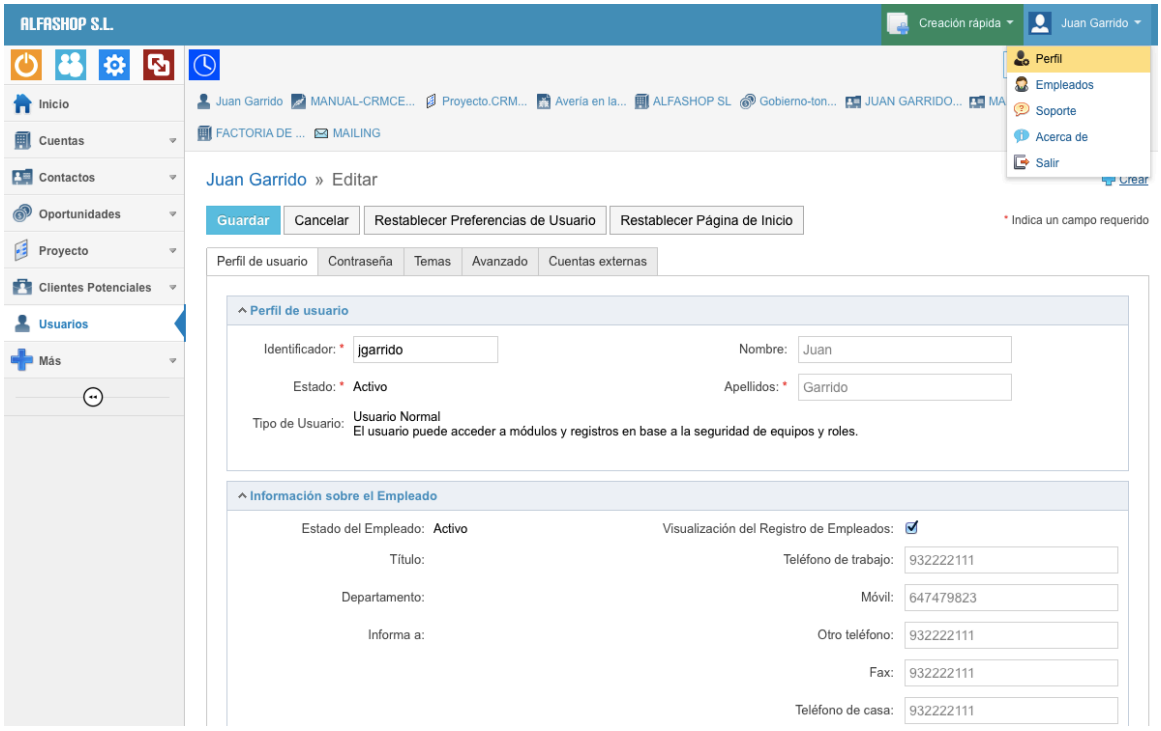


Gráfico 18. Detalles del proyecto y sus tareas relacionadas

Como puede apreciarse la configuración de usuario determinará los privilegios que cada uno deba tener según los criterios marcados por la empresa.

Empleados

A través de esta opción definiremos los datos de cada uno de los empleados que forman parte de la compañía, siendo de esta forma accesible información para localización, notas sobre cumpleaños u otros datos de interés.

CRMCENTER

V.1.0

MÓDULO DE GESTIÓN DE CAMPAÑAS

CAMPAÑAS DE MARKETING EN CRMCENTER

INTRODUCCIÓN

El módulo de las campañas de marketing de CRMCENTER ofrece la opción al usuario de crear ***Campañas de Marketing*** en función de a quién van dirigidas, el soporte en el que van a hacerse (e-mail, radio, teléfono ...), cuando van a hacerse... . Para ello se basa en la creación de Listas de Público Objetivo a las que dirigir las campañas.

A modo introductorio, se listarán los pasos generales a seguir a la hora de crear una Campaña de Marketing:

1.- Seleccionar Público Objetivo
2.- Crear Listas de Público Objetivo
3.- Generar Campaña de Marketing
4.- Crear plantilla de e-mail
5.- Enviar Campaña

Pasemos ahora a detallar el **Módulo de Campañas** de Marketing más detenidamente.

Público Objetivo

Definición

Definamos primero lo que es ***Público Objetivo***. El Público Objetivo es una lista de personas/empresas susceptibles de formar parte en una Campaña de Marketing, esto es, a quienes irá dirigida la campaña.

De este modo, podrán generarse tantas listas de Público Objetivo como se quiera en función del ámbito de difusión de las campañas. Por ejemplo, podrá tenerse una Lista para una campaña de mailing de captación de nuevos clientes, otra lista para la presentación de nuevos servicios a clientes ya existentes, otra para un mailing a los clientes del extranjero ... creando así tantas **Listas de Público Objetivo** como haga falta.

Listas de Público Objetivo

Al seleccionar la pestaña Campañas de entre los menús de CRMCENTER, se accede a la siguiente página, en la que nos centraremos en la opción **Crear Lista de Público Objetivo**.

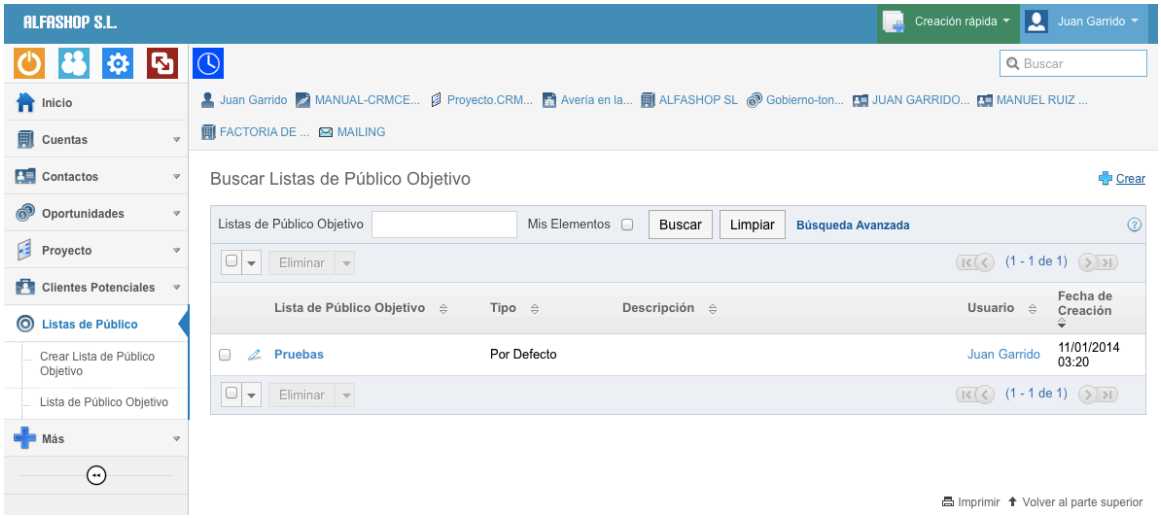


Gráfico 19. Listas de público objetivo

Una vez seleccionada esta primera opción se accede al formulario en el que introducir los datos de la Lista en cuestión. Tras introducir el nombre con el que se identificará a la Lista, el tipo de Lista y la persona a la que estará asignada pulse Guardar.

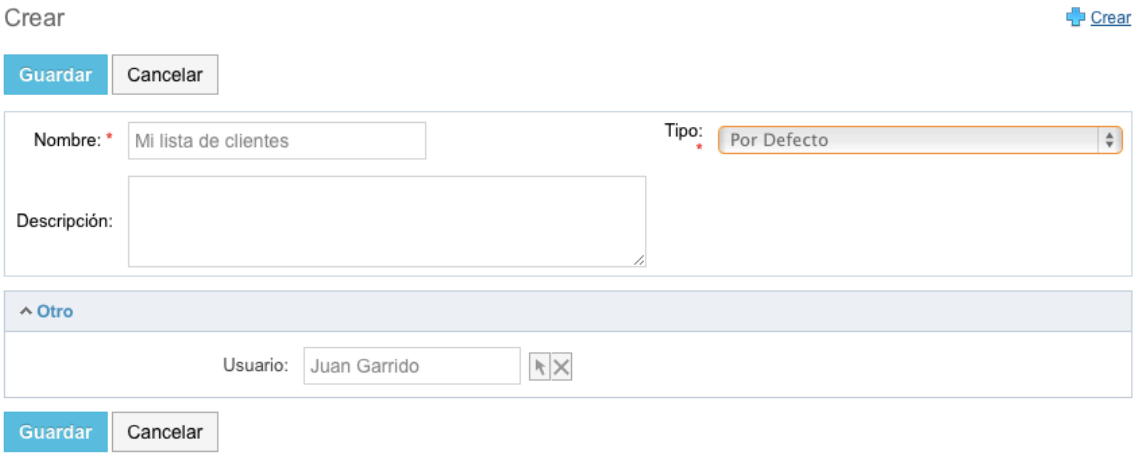


Gráfico 20. Crear nueva lista de público objetivo

Ya está creada la Lista de Público Objetivo. Ahora solo falta poblarla de contactos/empresas que formarán parte de ella.

Al hacer clic sobre la Lista que se acaba de crear nos hallamos ante una interfaz en la que se procederá a la adición de contactos a la misma (en torno al final de la página), creando así la Lista en sí misma, a que hasta ahora solo se le había puesto un nombre identificativo.

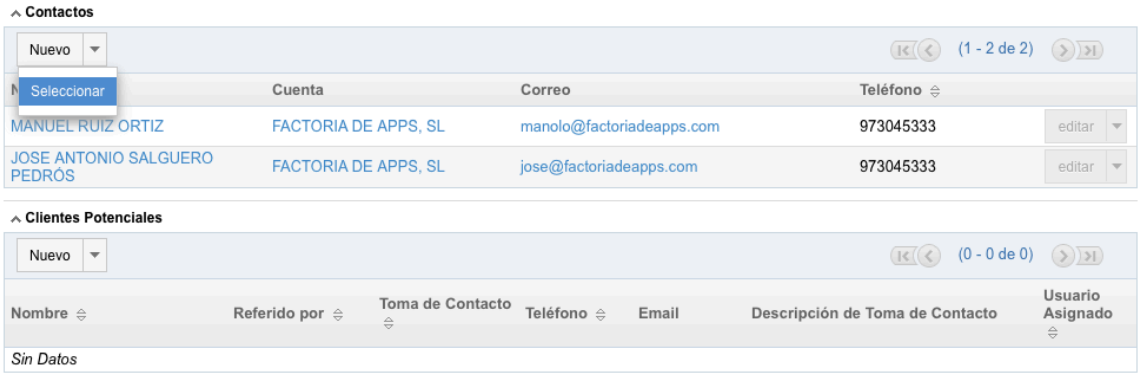


Gráfico 21. Seleccionar contactos para añadir a la lista de público objetivo

Haciendo clic el ***Seleccionar*** bajo el título de Contactos podremos seleccionar los contactos que se desean añadir a la Lista de Público Objetivo realizando su búsqueda y selección en la ventana emergente a la que se accede:

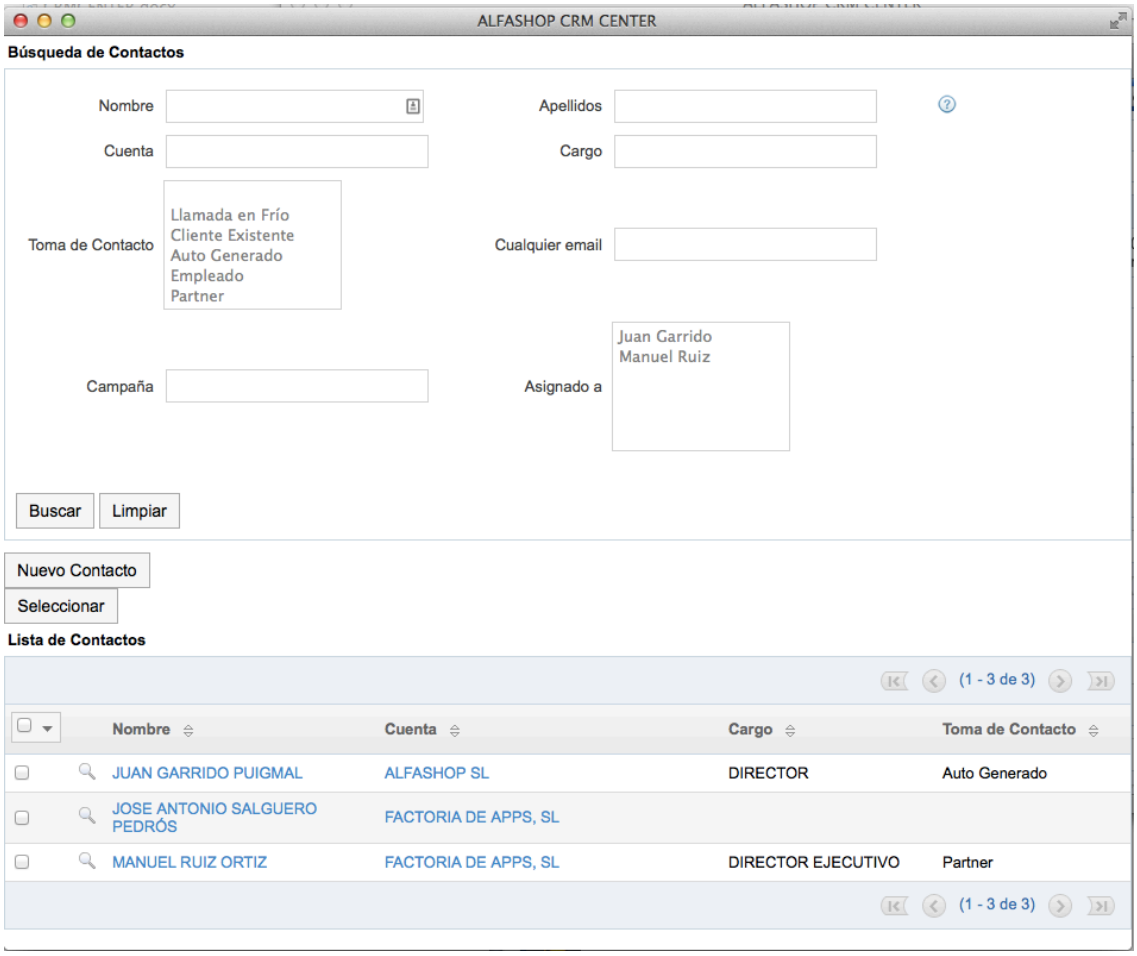


Gráfico 22. Ventana emergente de selección de contactos para añadir a la lista de público objetivo

Una vez seleccionados los contactos clicar el botón ***Seleccionar*** y los usuarios se añadirán a la lista de público objetivo. Del mismo modo, haciendo clic en ***Seleccionar*** bajo el título Clientes Potenciales se accede a una lista similar a la anterior salvo que en este caso se seleccionarán de entre las entradas añadidas en el módulo de Lista de clientes Potenciales.

CAMPAÑAS

Crear Campaña

Ahora ya está creada la Lista de Público Objetivo y ya tiene asignada a ella dicho público al que se quiere dirigir la campaña. El próximo paso es ya **Crear una Campaña**. Volviendo al menú inicial del módulo de Campañas ahora habrá que seleccionar la opción de ***Crear Campaña.***

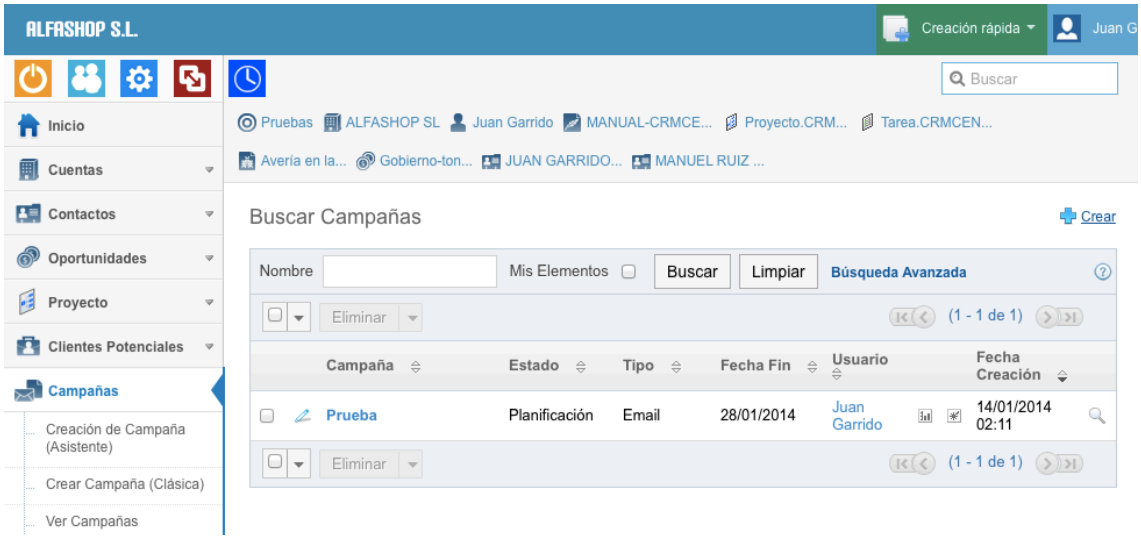


Gráfico 23. Campañas

Nos trasladará a un formulario en el que introducir los datos necesarios para la creación de la campaña en cuestión, que a modo de demostración relacionaremos en pasos siguientes con la Lista de Público Objetivo creada con anterioridad.

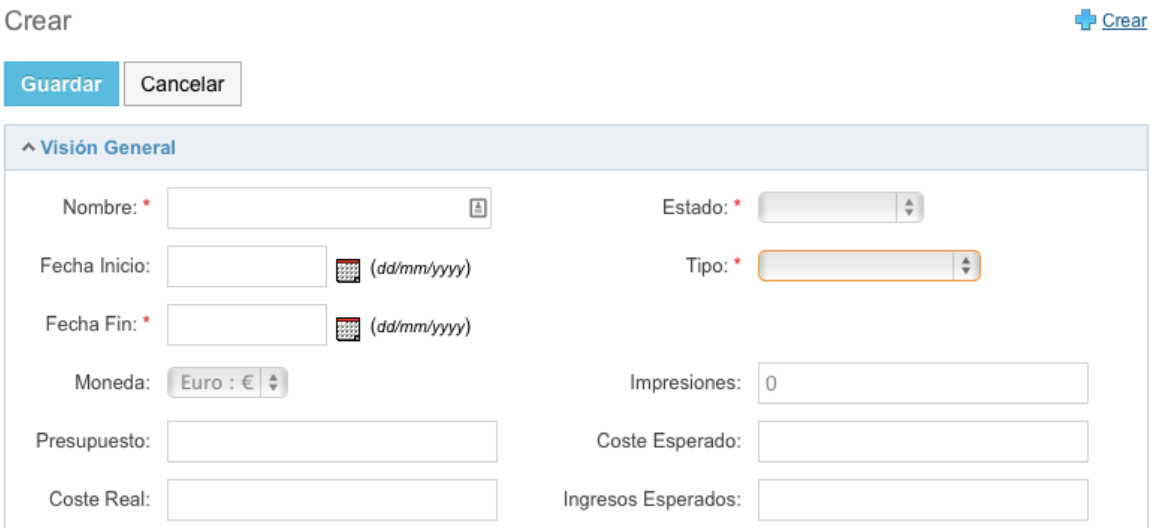


Gráfico 24. Nueva campaña

Una opción que cabe destacar más detenidamente es la de **Tipo**. Es aquí donde se indica de que tipo será la Campaña, ya que hay distintos formatos y/o soportes en los que puede realizarse, como por email, web, radio, correo, etc…

AÑADIR PÚBLICO OBJETIVO A CAMPAÑA

Una vez creada la campaña, siguiendo la página un poco hacia abajo se haya la opción de seleccionar público objetivo. Se puede crear una lista de público objetivo nueva o seleccionar una lista ya existente (creada como se ha explicado anteriormente).

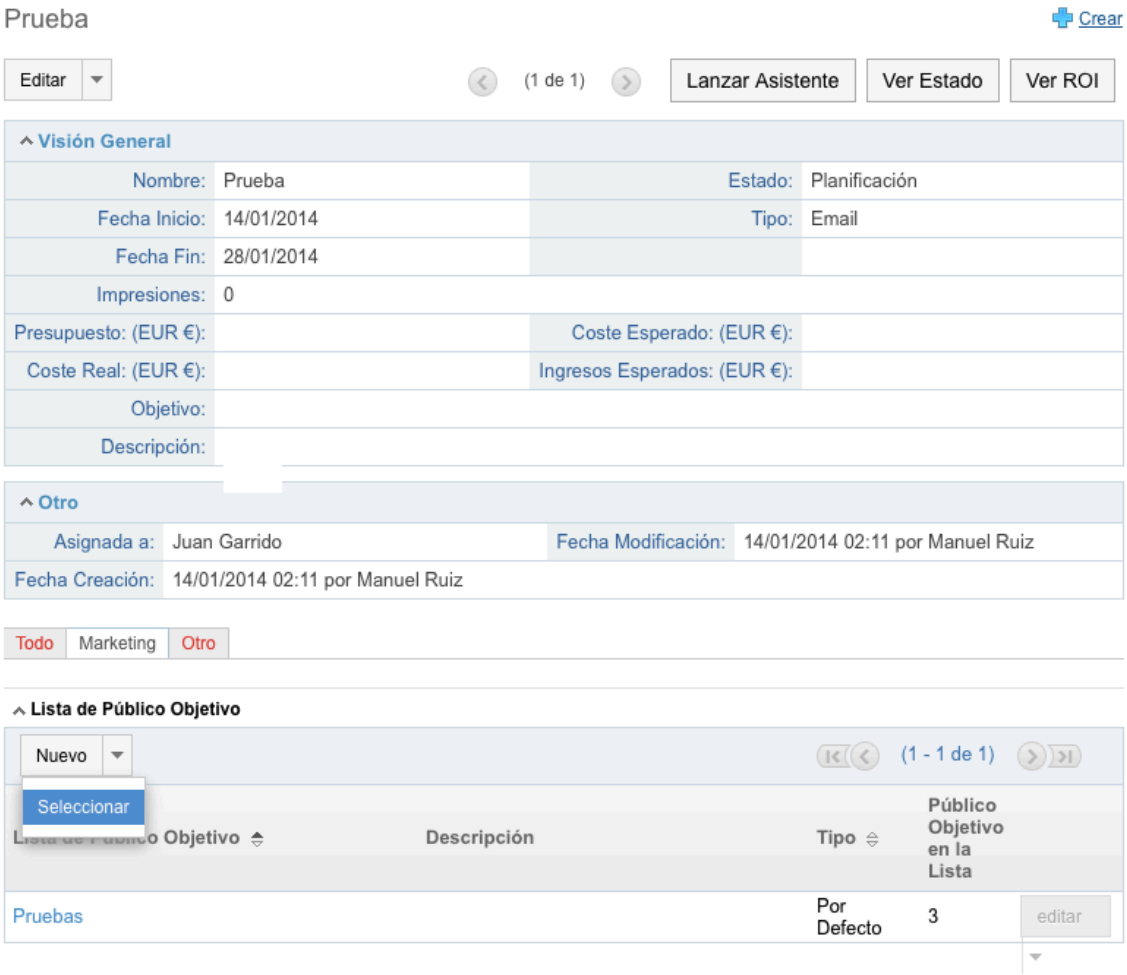


Gráfico 25. Seleccionar una lista de público objetivo para añadir a la campaña

Hay que tener en cuenta que pese a que pueda crearse cualquier tipo de campaña y planificarse en el tiempo, las únicas campañas que pueden monitorizarse y controlarse a través del propio CRMCENTER son las campañas de Correo Electrónico. Esto implica que una vez llegados a este punto, si la campaña creada no es una campaña de mailing, el trabajo está como quien dice finalizado, con lo que este tutorial proseguirá tomando el supuesto de una **Campaña de e-mailing**.

PLANTILLA DE EMAIL

CREAR Y AÑADIR PLANTILLAS DE EMAIL

Para poder realizar una campaña de mailing electrónico primero hay que crear una plantilla de correo electrónico con el contenido del mensaje. Para ello nos dirigiremos a la pestaña Emails del menú de pestañas superior de la aplicación. Una vez allí seleccionaremos la opción **Nueva Plantilla de Email** accediendo de este modo al siguiente formulario:

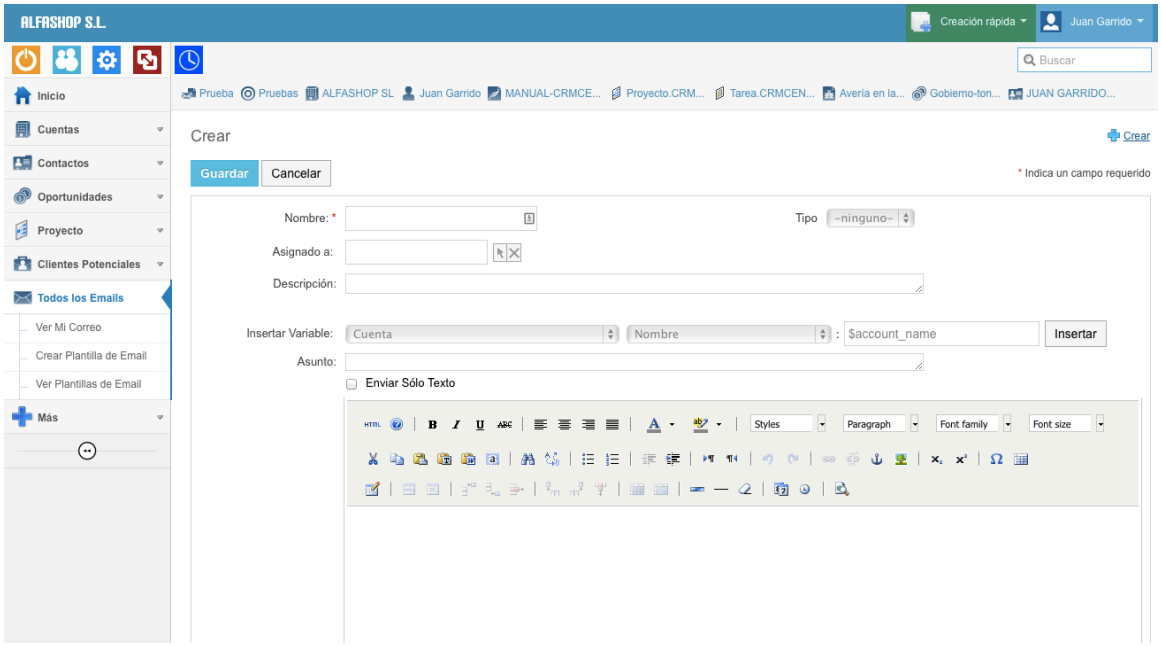


Gráfico 26. Seleccionar una lista de público objetivo para añadir a la campaña

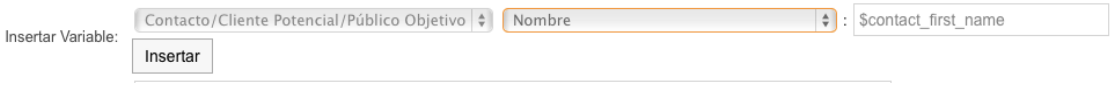
Tal vez se trate del más complejo de los formularios a los que habrá que enfrentarse así que se analizará con detenimiento. El campo más importante a tener en cuenta debido a su utilidad es el de Insertar Variable. Su función es la de añadir información personalizada a la plantilla de email para crear un trato más personalizado con cada destinatario del correo.

Pongamos un ejemplo. Se desea enviar una campaña de mailing electrónico sobre las nuevas ofertas destinadas a clientes. Podría crearse un mail genérico en el que no habría que utilizar la opción de insertar variables que comenzaría tal que así:

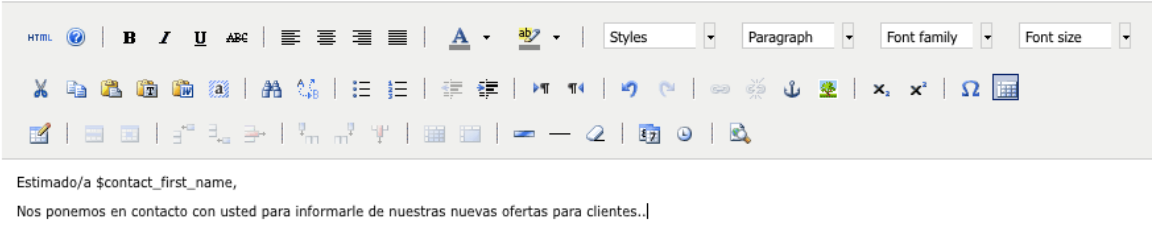
Estimado cliente,
Nos ponemos en contacto con usted para informarle de nuestras nuevas ofertas para clientes...

Si por el contrario se quiere que el contenido del mail sea el mismo pero en vez de Estimado Cliente esto varíe y pueda ser Estimado/a Carlos, Estimado/a Lucía Gomez ... es cuando entra en juego la necesidad de Insertar Variable.

Si se quiere incluir el nombre de pila de cada cliente las opciones serían así:



Cuando se esté redactando el texto basta con pulsar Insertar cuando el cursor esté situado en el lugar en que se quiere introducir el nombre de pila, en este caso. Des este modo podríamos observar como quedaría la redacción del cuerpo del mensaje:



Del mismo modo podría añadirse cualquier variable que se quisiera para personalizar al máximo la plantilla de email. Una vez finalizada la redacción de la plantilla bastaría con pulsar el botón **Guardar** para que la plantilla quedara guardada.

En estos minutos hemos creado una Lista de Público Objetivo a la que se quiere dirigir la campaña. También hemos creado una campaña (de e-mail en este caso) y hemos relacionado la lista creada con ésta última. Finalmente hemos creado una plantilla de e-mail personalizada. El siguiente paso será entonces el de asociar dicha plantilla con la campaña en cuestión.

AÑADIR PLANTILLA DE E-MAIL A CAMPAÑA

Para ello volveremos al módulo de Campañas y seleccionaremos la campaña que hemos creado antes.

En este punto accederemos al ASISTENTE de CREACIÓN DE CAMPAÑA. Podríamos acceder directamente al principio del proceso y la aplicación nos irá guiando en los diferentes pasos para configurar la campaña. En cualquier caso, también podemos crear CAMPAÑAS CLÁSICAS sin usar el asistente, aunque para campañas de mailing es necesario ejecutar el ASISTENTE.

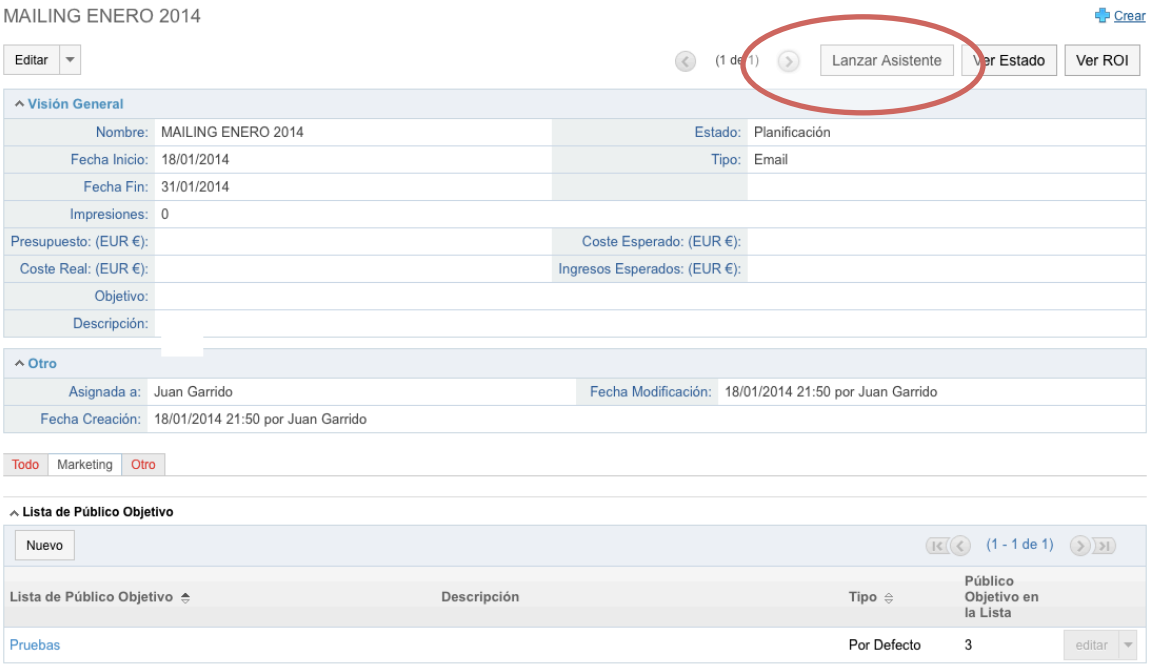


Gráfico 29. Vista de la campaña que hemos creado y la lista de público objetivo asociada.

El formulario al que se accede a continuación es en el que se planifica cuándo se realizará la campaña de mailing y de que plantilla se valdrá para ello, entre otras cosas:

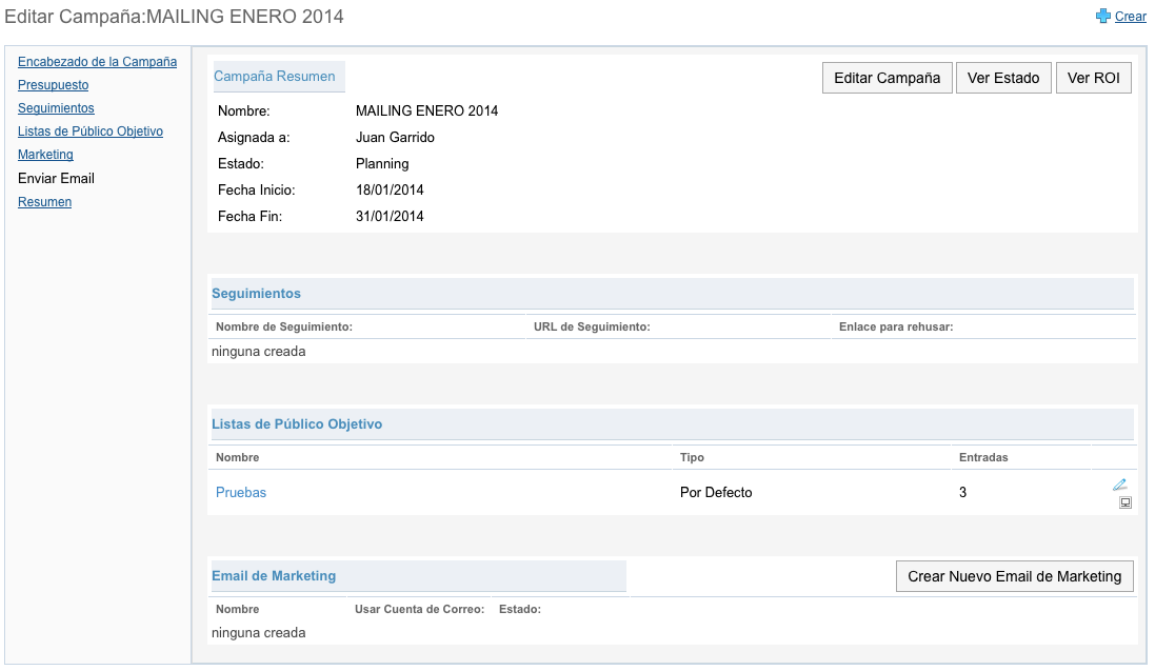


Gráfico 30. Asistente de creación de campañas

.

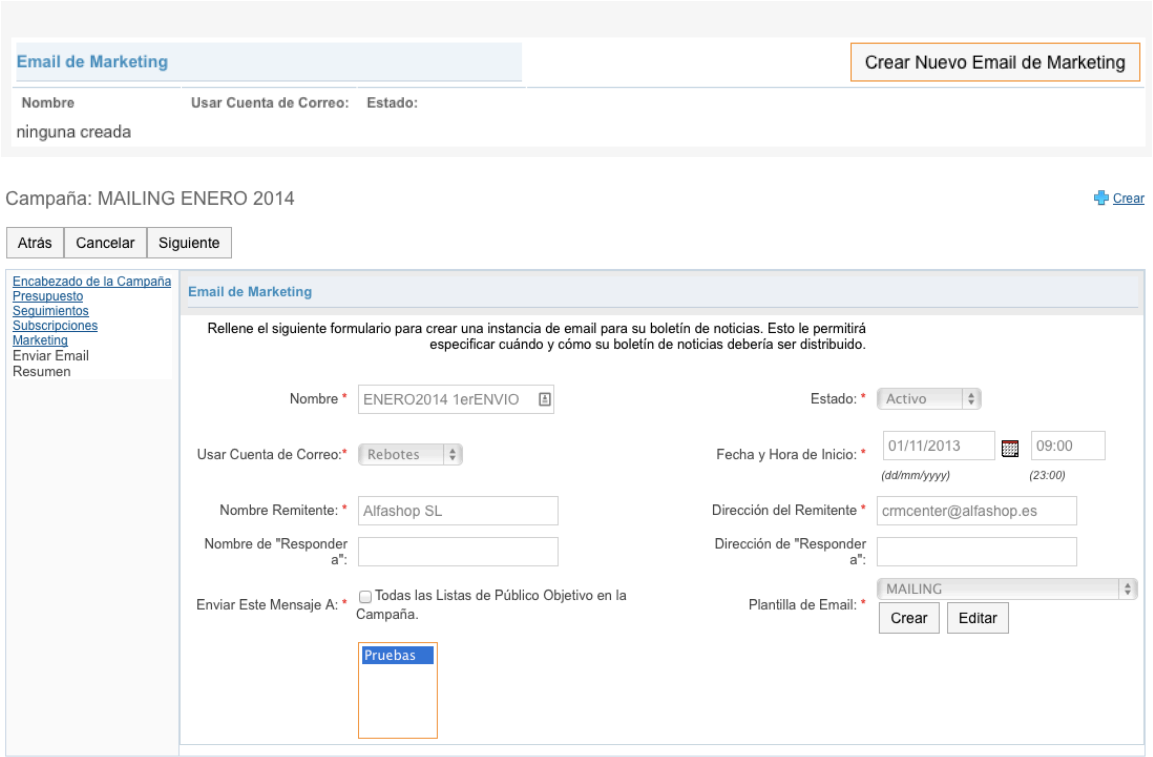


Gráfico 31. Configuración del mailing para una campaña

Nótese el detalle de que pese a que no sea objetivo de este manual la introducción a la creación de buzones de correo hay una opción vital en el formulario superior para que la campaña de emails pueda realizarse: Usar Buzón.

En esta opción hay que seleccionar el buzón desde el que se enviará el correo (para lo cual hay que configurar una cuenta de correo).

AÑADIR URLs DE SEGUIMIENTO A CAMPAÑA

Otra opción que se puede configurar en una campaña es la de las **Urls de Seguimiento**. Se crean clickando en el título ***Seguimientos*** en el asistente de Campañas de email.

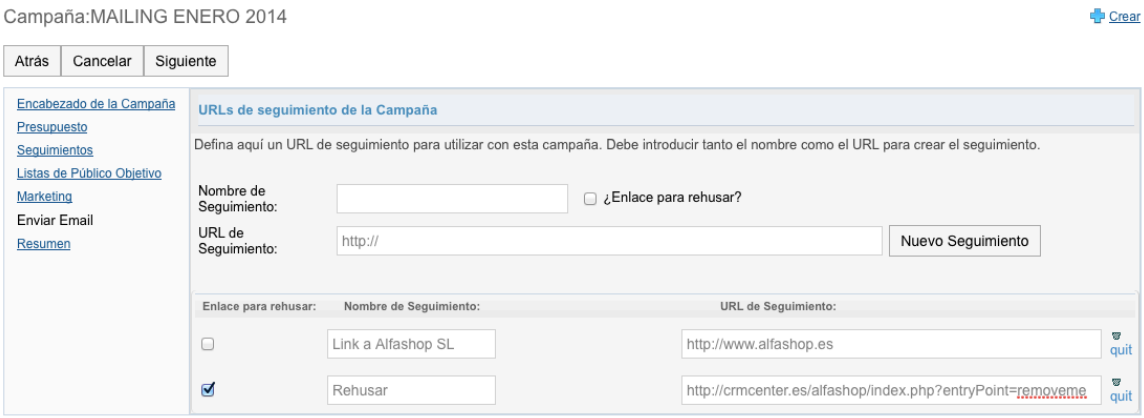


Gráfico 32. Configuración del mailing para una campaña

Esto sirve para que una vez definida esta URL de seguimiento pueda agregarse al cuerpo de la plantilla del correo electrónico e indique cada vez que alguien haga clic en ella, señalando a dichas personas como posible objetivo satisfactorio.

¿Enlace para rehusar?

Sirve para crear un enlace para que el destinatario pueda indicar mediante un click que no desea recibir más correos comerciales (quedando marcado su email como “rehusado”.

Estos enlaces deben pegarse en el cuerpo del mensaje (email) para que funcione el seguimiento.

ENVIAR CAMPAÑA

Para finalizar, una vez configurado todo lo explicado a lo largo de este manual, solo resta esperar a que el propio sistema realice el envío en la hora y el día programados, pudiendo hacer dicho envío al instante pulsando el botón “SIGUIENTE” en el asistente.

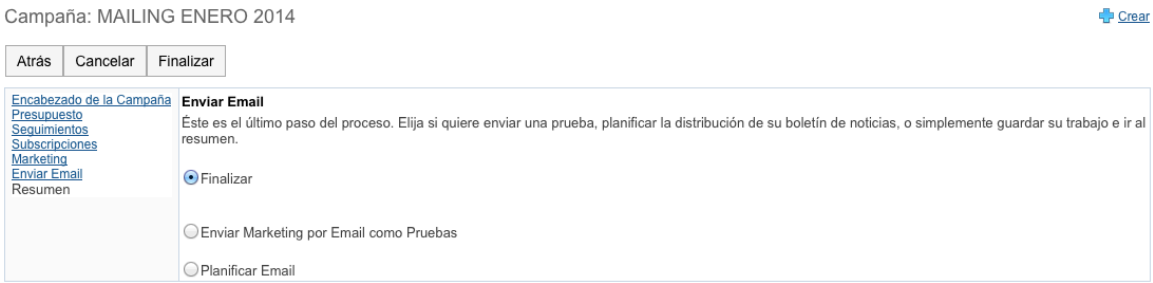


Gráfico 33. Enviar Email

VER ESTADO DE LA CAMPAÑA

En este apartado se puede realizar un seguimiento exhaustivo de la campaña de mailing, ver los mensajes en cola, los que ya han sido enviados, los que han sido leidos y otros muchos parámetros más. Se accede pulsando el botón **Ver Estado** en la ficha de la Campaña.

MAILING ENERO 2014 — Crear

Editar | (1 de 1) | Lanzar Asistente | Ver Estado | Ver ROI

Visión General

Nombre:	MAILING ENERO 2014	Estado:	Planificación
Fecha Inicio:	01/18/2014	Tipo:	Email
Fecha Fin:	01/31/2014		
Impresiones:	0		
Presupuesto: (EUR €):		Coste Esperado: (EUR €):	
Coste Real: (EUR €):		Ingresos Esperados: (EUR €):	
Objetivo:			
Descripción:			

Se abre una ficha de la campaña en la que vemos los datos básicos de la misma y podemos visualizar de forma gráfica los resultados de esta. Debajo del gráfico podemos hacer el seguimiento del desempeño de la aplicación con el detalle de los destinatarios que han recibido el email, los que lo han visualizado, los que han pinchado en los enlaces, los erróneos, etc…

Cola de Mensajes (0 - 0 de 0)

Nombre del Destinatario	Email del Destinatario	Id de Marketing	Enviar el
Sin Datos			

Mensaje Enviado/Intentado

Agregar A Lista de Público Objetivo (1 - 3 de 3)

Nombre de Destinatario	Email de Destinatario	Id de Marketing	Tipo de Actividad	Fecha de Actividad	Relacionado	Aciertos
JUAN GARRIDO PUIGMAL	jgarrido@alfashop.es	ENERO2014 1erENVIO	Mensaje Enviado/Intentado	01/19/2014 01:26	MAILING ENERO 2014: Esto es una muestra de un correo de prueba	0
MANUEL RUIZ ORTIZ	manolo@factoriadeapps.com	ENERO2014 1erENVIO	Mensaje Enviado/Intentado	01/19/2014 01:26	MAILING ENERO 2014: Esto es una muestra de un correo de prueba	0
JOSE ANTONIO SALGUERO PEDROS	jose@factoriadeapps.com	ENERO2014 1erENVIO	Mensaje Enviado/Intentado	01/19/2014 01:26	MAILING ENERO 2014: Esto es una muestra de un correo de prueba	0

Mensaje Visto

Agregar A Lista de Público Objetivo (1 - 1 de 1)

Nombre de Destinatario	Email de Destinatario	Id de Marketing	Tipo de Actividad	Fecha de Actividad	Relacionado	Aciertos
MANUEL RUIZ ORTIZ	manolo@factoriadeapps.com	ENERO2014 1erENVIO	Mensaje Visto	01/19/2014 01:26		1

Enlace

Agregar A Lista de Público Objetivo (0 - 0 de 0)

Nombre de Destinatario	Email de Destinatario	Id de Marketing	Tipo de Actividad	Fecha de Actividad	Relacionado	Aciertos
Sin Datos						

Esta es una potente herramienta para determinar el éxito de nuestras campañas.

En este manual se ha intentado explicar las funcionalidades básicas de la aplicación CRMCENTER. La potencia de la aplicación radica en la capacidad de personalizarla y adaptarla a su empresa. Consulte con nosotros y le explicaremos de que manera podemos hacer de CRMCENTER una herramienta imprescindible para su negocio.

ALFASHOP SL

Plz. Lesseps 33, ent 4
08023 Barcelona – Spain
Tel : +34 932222111
Mov: +34 647479823
Email: alfashop@alfashop.es