

PÍLDORA FORMATIVA 3 / ¿Cómo elegir la herramienta CRM adecuada?

Claves para dar el salto al CRM en entidades sin ánimo de lucro

Principal criterio de eleccion

¿Cómo de compleja es tu base social?

El primer indicador para **detectar la necesidad de un CRM** es la complejidad de las relaciones con los diversos grupos de interés que conforman la base social.

“A mayor complejidad de la base social, más necesaria es una adecuada gestión de las relaciones a través de un CRM.”

GRUPOS	PERSONAS	NECESIDADES	TIPO CRM
--	--	BAJA	BBDD
-+	--	BAJA	BÁSICO
--	-+	MEDIA	BÁSICO
-+	-+	ALTA	AVANZADO
++	-+	ALTA	AVANZADO
++	++	MUY ALTA	360 Grados

Los problemas más comunes

Test de idoneidad

Si en tu entidad sufrís algunos de los siguientes problemas, es que realmente necesitáis un CRM social...

Datos en excel y falta de normalización de los mismos.



Picado recurrente de mismos datos y duplicidades.

Datos disgregados en varios archivos que no comparten el resto de áreas.



Entornos aislados de información y gestión por área.

Mail marketing a través de servidor de correo con CCO o algo como *Mailchimp*.



Escasa segmentación y personalización de los envíos.

Gestión manual de recibos, donativos y devoluciones.



Procesos ineficaces para control y seguimiento flujos donativos.

Dificultades para generación de estadísticas y gráficos para informes.



Informes inconsistentes y falta de análisis de los datos.

Barreras y miedos

¿Cuáles son las principales barreras?

Hablemos de esas barreras que aparecen cuando pensamos en dar el salto al CRM, y veamos si tienen algún fundamento.

MIEDO AL CAMBIO: NUEVA METODOLOGÍA

Centralizar los datos y hacerlos accesibles supone cambiar la forma de trabajar...pero para mejorar.

HAY OTRAS PRIORIDADES: EL PRESUPUESTO

Es importante entender que hablamos de una inversión de futuro, no de un gasto como otro cualquiera. ¿Sabes cuánto ahorra un CRM?

RESISTENCIA A LA TECNOLOGÍA: DIGITALIZACIÓN

En un mundo digital no podemos negarnos a digitalizarnos. ¿Acaso nuestra base social va a dejar de participar en esta revolución digital?

UNA DECISIÓN COLECTIVA: UN PROYECTO DE ENTIDAD

Implica a gran parte de los miembros o colaboradores de la entidad.

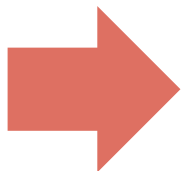


Elegir el proveedor

¿Qué diferencia a un proveedor de CRM social?

Elegir un CRM es también elegir un proveedor. Aquí van algunas de las características que deberíamos priorizar:

- **Especialización** en el ámbito no lucrativo.
- **Servicios adicionales** para el *fundraising* digital.
- Amplia **experiencia y conocimiento** del tercer sector.
- **Innovación** y juventud del equipo.
- Base de **clientes y referencias** propias del sector.
- **Flexibilidad** mediante desarrollos ad hoc.
- **Compatibilidad e integración** de sus productos.
- **Compromiso** con el sector y con sus clientes.



Un CRM social aporta un desarrollo *ad hoc* acorde con las necesidades reales de las ONL.

Requisitos mínimos

¿Cómo detectar las fortalezas de un CRM social?

Hay una serie de variables que son fundamentales para considerar que un CRM social es fiable y ofrece posibilidades de desarrollo futuro.

Acceso y tratamiento datos

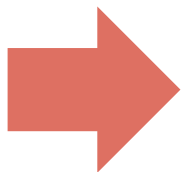
- Amplia segmentación y categorización de relaciones complejas.
- Extracción con múltiples parámetros.
- Adaptación a nuevo RGPD.

Herramientas comunicación

- Motor de email marketing integrado.
- Campañas por SMS.
- Agradecimientos automáticos.
- Conexión con RRSS.

Servicio y soporte

- Soporte técnico permanente.
- Formación personalizada.
- Integración con otras aplicaciones (API).



Es muy valorable que el CRM sea escalable o permita una construcción modular para ampliaciones futuras.

¿Hasta dónde llega el CRM?: funcionalidades Vs. usuarios

Es muy importante saber quién necesita acceder al CRM y en qué tareas y procesos está involucrado.

**FUNCIONES /
PROCESOS**
(qué hacemos)

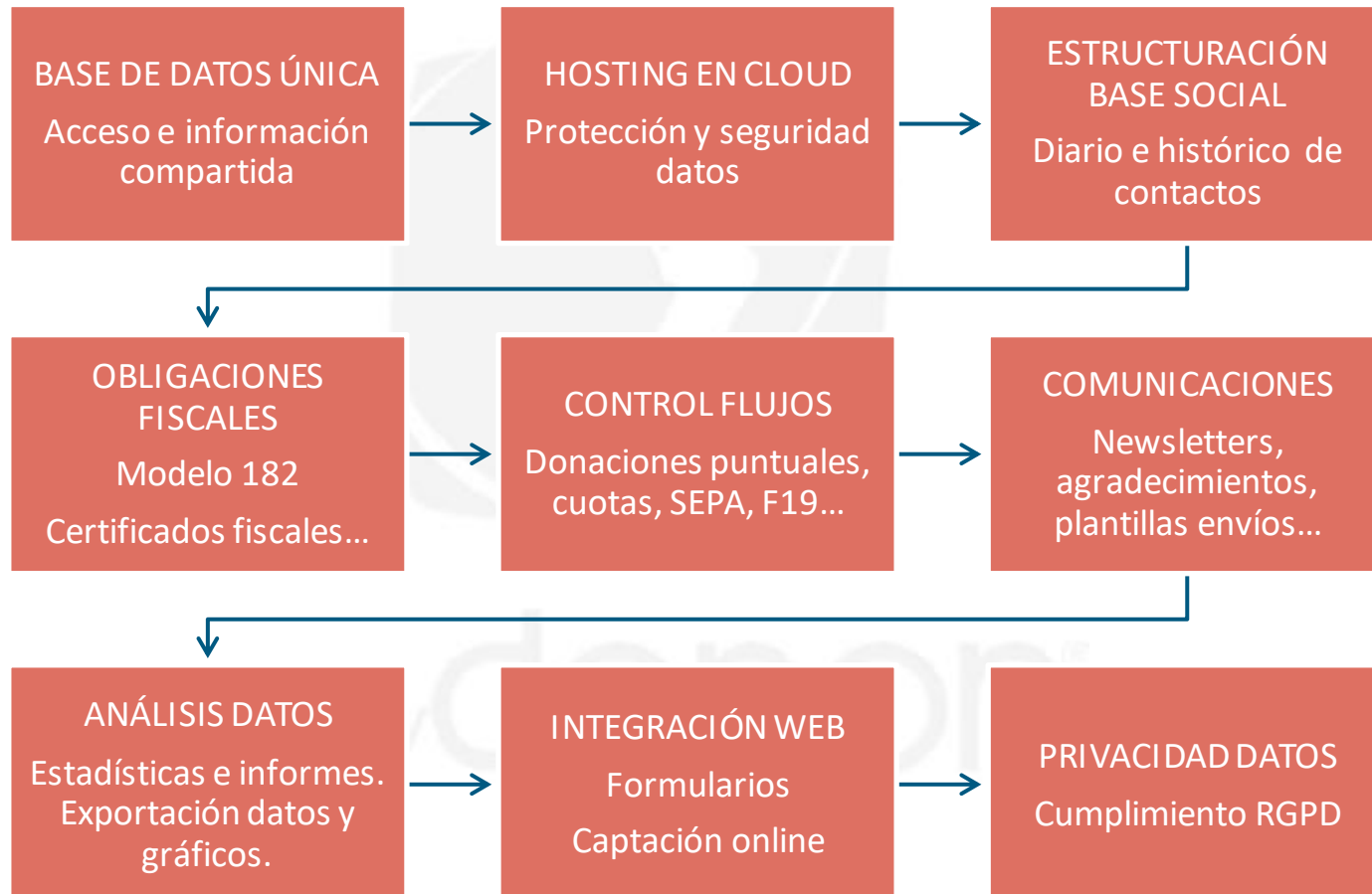
- Fuentes integración de datos: web, formularios, RRSS...
- Tratamiento de la información (RGPD).
- Enriquecimiento datos: eventos, campañas, acciones, etc.
- Procesos financieros: métodos de pago (cobro).
- Análisis estadístico: informes y consultas de datos.

USUARIOS
(quién accede)

- Definición de tipo de usuario del CRM.
- Usuarios con acceso absoluto: equipo directivo.
- Perfiles de acceso restringido o específico: técnicos.
- Perfiles por área/función: comunicación, voluntariado...
- Perfiles de mera consulta: Junta directiva, Patronato...

Hacer más con los mismos recursos

Elige qué papel tendrá el CRM en tu trabajo diario...



Tipos de CRM

¿Por qué no todos los CRM son iguales?

Aquí están las principales variables que determinan el tipo de CRM que puede necesitar tu entidad:

Según estructura y flexibilidad de desarrollo

Un CRM puede ofrecer funcionalidades fijas, ser ampliable o desarrollarse 'a la carta'.

¿CRM estándar,
modular o ad hoc?

Según el tipo de tecnología aplicada

Sopesar el respaldo de un desarrollador frente a la responsabilidad de diseñar y mantener tu propio CRM.

¿Software propietario
o de código abierto?

Según su alcance

Un CRM termina ahí donde entramos en la gestión interna de ámbitos específicos (RRHH, Contabilidad...)

¿CRM Vs. ERP?

Según su especialización

Dependiendo de si ofrece una gestión integral o áreas concretas como Fundraising, Comunicación, etc.

¿Integral o por áreas?

Otros criterios muy importantes

Antes de decidirse...

Hay varios puntos clave a la hora de tomar una decisión:

ALOJAMIENTO

¿Puedo hacerme cargo de una infraestructura informática o prefiero un alojamiento en la nube? ¿Necesito acceder desde cualquier equipo y en cualquier lugar?

BARRERAS ENTRADA / SALIDA

¿Es fácil la implementación del CRM?
¿Forman a mi equipo? ¿Cómo me devuelven mis datos si decido irme?

LOS COSTES

¿Son menores los costes indirectos y futuro mantenimiento de un desarrollo abierto frente al pago de una licencia?
¿Hay costes puntuales y recurrentes?

PROTECCIÓN DATOS

¿Qué medidas de seguridad ofrecen los servicios de hosting del proveedor?
¿Cumple el RGPD?

En resumen

¿Cómo sería el CRM de tus sueños?

- ✓ Está **ajustado a mis necesidades** y cubre los procesos de mi actividad.
- ✓ No hace falta ser experto en sistemas, pues es **fácil de manejar**.
- ✓ Tiene un **coste asequible y proporcional** a las posibilidades de mi entidad.
- ✓ Es **flexible** y aunque mi entidad cambie me seguirá siendo de utilidad.
- ✓ Dispone de **asesoramiento y soporte técnico** para solventar dudas.
- ✓ Me garantiza el **mantenimiento y seguridad de mis datos**.
- ✓ **Gestionan la devolución de mis datos** si decido cambiar de CRM.



En el próximo capítulo...

Implementación y puesta en marcha



Pasos para la implementación de tu CRM social. La migración de datos, formación y soporte técnico.