



## PÍLDORA FORMATIVA 4 / Implementar y poner en marcha tu CRM social

---

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

## Punto de partida

### La llegada del CRM: hoja de ruta

Antes de comenzar la implementación, hemos de asumir que la llegada del CRM va a suponer cambios cualitativos en el funcionamiento interno de la entidad. Es muy recomendable partir de un mínimo plan interno que sirva como hoja de ruta:

1. **Asignar responsables y fases del proceso:** un plan de acción.
2. **Detectar las tecnologías y procesos involucrados:** canales, bases de datos, herramientas afectadas.
3. **Detectar las áreas y personas afectadas:** departamentos y personas que van a participar activamente.



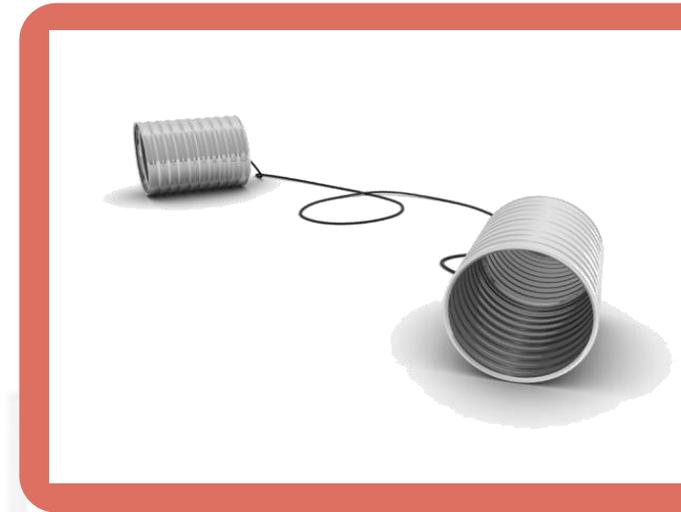
**Estamos ante una gran oportunidad de estructurar, organizar y mejorar nuestros procesos de trabajo.**

# Metodología

## Implementación: procesos y planificación

Será muy importante el asesoramiento de nuestro proveedor para definir la metodología adecuada, teniendo en cuenta:

- Dar **prioridad** a los **procesos actualmente más ineficientes** y que se pasarán a gestionar desde el CRM.
- Puede requerirse **una implantación progresiva** en fases, comenzando por las funcionalidades prioritarias del CRM, que sean independientes de otros procesos.
- Valorar la **dificultad técnica** como criterio para ir intercalando funcionalidades simples e ir dosificando las implantaciones más complejas.



## Colaboración interna

### Un proyecto de entidad

Debemos tener presente que el éxito de la implementación necesita de la involucración del conjunto de la entidad.

- El **compromiso con la nueva herramienta** abarca desde la cúpula directiva hasta cualquier usuario que vaya a utilizarla.
- Es bueno realizar alguna **sesión de motivación** con los futuros usuarios, incluso **ensayos previos** a la instauración definitiva.
- Es importante que existan **personas de referencia** en el uso de la herramienta dentro de la organización y también que cada cual tenga muy claras cuáles serán sus funciones al trabajar con ella.



# Fases de implementación

## Las etapas básicas

Desde una estrecha colaboración entre entidad y técnico o proveedor:

**ETAPA 1 - Reunión de inicio:** formación equipo trabajo (proveedor/entidad), según fases y *timing* acordados.

**ETAPA 2 - Análisis y homogeneización datos:** soportes y estructuración de base de datos, categorización, normalización, tratamiento duplicados, etc.

**ETAPA 3 - Migración de datos:** tras preparar los archivos de datos, el proveedor deberá realizar la migración en el plazo acordado.

**ETAPA 4 – Formación:** puede impartirse de forma online o presencial a las personas designadas por la entidad, preferiblemente trabajando con datos reales ya migrados.

**ETAPA 5 – Integración y Set-up:** integraciones con otras aplicaciones, correo masivo, formularios web, etc. Personalizaciones y puesta en marcha.

## Soporte y asistencia técnica

### La importancia de un soporte adecuado

Durante la implementación es fundamental el soporte técnico, pero es quizá aún más necesario contar con un servicio de asistencia técnica permanente, lo más personalizado posible, una vez que el CRM está ya en marcha.

Claves del servicio técnico:

- ✓ **Atención personalizada**, si es posible mediante videoconferencia.
- ✓ **Seguimiento de incidencias** mediante plataforma de ticketing.
- ✓ **Plazo máximo de solución** de incidencias en 48 hs.
- ✓ **Manual de usuario** disponible.



## Migración datos

### ¿Qué tendremos en cuenta a la hora de migrar?

Éstos son los temas prioritarios:

#### ANÁLISIS Y PREPARACIÓN DE DATOS

Definición de los datos a recabar y establecimiento de procedimientos para su introducción y modificación, de cara a obtener una información uniforme y comparable.

#### SEGURIDAD INFORMÁTICA

Garantizar la accesibilidad y, si resulta necesario, la recuperación de los datos que vamos a migrar, así como la seguridad de las transacciones.

#### REQUERIMIENTOS LEGALES

Considerar la normativa tributaria y de protección de datos personales, por ejemplo en el manejo de datos sensibles como los de ámbito médico.



## Formacion

### ¿Qué tipo de formación se requiere?

Un punto muy importante es contar con formación adecuada e impartida por el personal técnico o proveedor del CRM.

- ✓ Una buena **formación** debe ser **flexible**: adaptarse a las objetivos de cada usuario, pero también a su capacitación tecnológica.
- ✓ Debe **seducir**: transmitir la utilidad y potencial de la herramienta.
- ✓ Debe ser **accesible**: abierta a preguntas en las que se muestren los beneficios del CRM.
- ✓ Deber ser lo más **personalizada** posible, según la capacidad tecnológica de cada usuario.



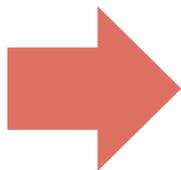
## Mirando al futuro

### Más allá del CRM: ciber-resiliencia

Uno de los mayores desafíos a los cuales se enfrenta un sistema CRM es el continuo surgir de nuevas dinámicas que implican cambios continuos en la estructura de la base de datos.

**Aplicaciones web de gestión de bases de datos** accesibles desde cualquier navegador y sin necesidad de instalar ningún *plug-in*.

**Plataformas de captación online** compatibles con cualquier CRM.



**La ciber-resiliencia es la capacidad de un software de enfrentarse a nuevas exigencias y ser compatible con otras aplicaciones y necesidades futuras.**

## Objetivos finales

### Control de resultados

¿Qué logros se deberían reflejar en una organización tras la correcta implementación de su solución CRM?:

- A. **Conseguir la centralización y accesibilidad** de los datos: al servicio de la entidad, no sólo de las personas.
- B. **Mejorar la eficiencia** en la organización, tanto de la labor de las personas como de los procesos activos.
- C. **Optimizar y readaptar la metodología** de trabajo: no obligada, sino favorecida por la tecnología.
- D. **Explotación estratégica** de los datos para mejorar el análisis y la toma de decisiones



## Para más información



**Giacomo: 610 101 212**

**Javier: 610 157 201**



**[info@mydonor.es](mailto:info@mydonor.es)**