

Proyecto de tesis de grado sobre la “Implementación del Módulo de CRM de PEOPLESOFT en el Banco Popular de Colombia”

Freddy G. Buendía Gallegos ⁽¹⁾, Kelvin V. Ortega Macías ⁽²⁾, Angel H. Veloz Rodríguez ⁽³⁾
MSIG, Ing. Lenin Freire Cobos, Director de Tesis ⁽⁴⁾
Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación ⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾
Escuela Superior Politécnica del Litoral ⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾⁽⁴⁾
Urbanización Matices Sector Diamante, Mz. 13 V.2, Guayaquil, Ecuador ⁽¹⁾
Alianza 757 y la 16ava, Guayaquil, Ecuador ⁽²⁾
Huancavilca Norte, Mz. M1 V. 6, Guayaquil, Ecuador ⁽³⁾
ESPOL Campus las Peñas Malecón 100 y Loja, Guayaquil, Ecuador ⁽⁴⁾
gbuendia@espol.edu.ec ⁽¹⁾, kortega@espol.edu.ec ⁽²⁾, ahveloz@espol.edu.ec ⁽³⁾, lfreire@espol.edu.ec ⁽⁴⁾

Resumen

Actualmente el Banco Popular de Colombia cuenta con un ERP llamado PeopleSoft, Producto Oracle, que es una solución robusta que apoya la gestión de todas las áreas de la empresa, este sistema integrado está disponible en más de 10 idiomas y cuenta con una gama de módulos que satisfacen las necesidades de toda empresa.

Inicialmente no fueron implementados todos los módulos del ERP, pero actualidad el Banco noto la necesidad de tener a la mano un modulo CRM que le permita tener, de manera rápida y oportuna, toda la información relevante de sus clientes.

Por lo mencionado, se logro un acuerdo con el Banco a fin de realizar la implementación de dicho modulo, apoyados en la confianza de nuestro cliente y la experiencia con la que contamos, tenemos la plena seguridad de éxito del proyecto.

La implementación del modulo CRM de PeopleSoft le permitirá al Banco: almacenar, y mantener información relevante de sus clientes, esto incluye:

- Manejo de Personas Naturales y Jurídicas
- Manejo de la agenda de los clientes:
 - Contactos
 - Direcciones
 - Teléfonos
 - Correos electrónicos
 - Referidos
 - Entre otros.
- Manejo de empleados y su relación con los clientes.
- Manejo de historial de actividades de los clientes:
 - Manejo de Cuenta
 - Ventas potenciales
 - Productos disponibles
 - Seguimiento de Constancia
 - Manejo de Riesgos
- Segmentación de clientes.
- Manejo de sucursales y su relación con los clientes.
- Relación Ventas y Clientes.

El CRM está enfocado a la fidelización de sus clientes más valiosos, sin embargo las estrategias deben estar enfocadas no solo a satisfacción sino también a:

- Incrementar los ingresos.
- Reducción de costos.
- Incrementar la satisfacción de los clientes.
- Conocimiento de los clientes.
- Ventaja competitiva.

La implementación del módulo CRM se lo realizará en 17 Semanas con un costo de \$ 36,000.00, la cual ha sido dividida en las etapas: Organizacional, Planeación, Ejecución, Producción, la misma que estará bajo la dirección de Consultores con una amplia experiencia en Tecnología.

Cima Consulting es una empresa que no subcontrata consultores free lance para el desarrollo de sus proyectos. Esta forma de actuar nos ha posicionado como una empresa seria y digna de garantía entre nuestros clientes y socios de negocio. Esto nos permite administrar los proyectos con estándares de calidad sólidos y consistentes y desarrollar colaboradores en un ambiente de exigencia profesional y calidez humana.

Abstract

Currently the People's Bank of Colombia has called ERP PeopleSoft, Oracle product, which is a robust solution that supports the management of all areas of the company, this integrated system is available in over 10 languages and has a range of modules that meet the needs of every business.

Initially they were not implemented all modules of the ERP, but now I notice the Bank the need to hand a CRM module that allows you to have, quick and timely manner, all relevant information of their customers.

As mentioned, agreement was reached with the Bank to carry out the implementation of this module, supported by our customer's confidence and experience that we have, we have full assurance of success of the project.

The implementation of PeopleSoft's CRM module will enable the Bank: store, and maintain relevant information from its customers, this includes:

- Management of Natural and Legal Persons
- Managing the customer agenda:
 - Contacts
 - Addresses
 - Telephones
 - Emails
 - Referrals
 - Other.
- Management of employees and their relationship with customers.
- Management of record customer activity:
 - Account Management
 - Potential Sales
 - Products available
 - Follow Constance
 - Risk Management
- Customer segmentation.
- Management of branches and their relationship with customers.
- Sales and Customer Relationship.

The CRM is focused on the loyalty of their most valuable customers, but strategies must be focused not only satisfaction but also:

- Increase revenue.
- Cost reduction.
- Increase customer satisfaction.
- Knowledge of customers.
- Competitive advantage.

The implementation of the CRM module will be conducted in 17 Weeks at a cost of \$ 36,000.00, which has been divided into stages: Organizational Planning, Implementation, Production, the same shall be conducted by consultants with extensive experience in Technology.

Cima Consulting is a company that does not outsource freelance consultants to develop their projects. This approach has positioned us as a serious enterprise security and dignity among our customers and business partners. This allows us to manage projects with quality standards and develop strong and consistent partner in a professional standards and human warmth.

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1 METODOLOGÍA

Nuestra metodología se integra perfectamente con PeopleSoft Compass, con la adición de una serie de plantillas de soluciones pre-configurada de CIMA – Consulting:

- Enfocada en resultados
- Flexible
- Simplifica los procesos de implementación
- Facilidad, consistente y control de calidad
- Reduce el Riesgo
- Promueve el rápido retorno de la inversión
- Personal cualificado

1.2. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Brindar al Banco una solución integral a sus necesidades en el manejo de sus clientes, a través del CRM de PeopleSoft que apoya al control y gestión de todas las áreas de la empresa, implementando el modulo de CRM de PeopleSoft en el tiempo pactado con el Banco; haciendo seguimiento y control del modulo puesto en marcha para establecer un lazo de confianza con el Banco para la implementación de nuevos módulos de PeopleSoft logrando fortalecer el concepto del Banco Popular de Colombia, que es “*Cientes para toda la vida*”.

1.3 CICLO DE VIDA DEL PROYECTO

1.3.1 MODELO EN CASCADA

El modelo de ciclo de vida en cascada comenzó a diseñarse en 1966 y se terminó alrededor de 1970. Se define como una secuencia de fases en la que al final de cada una de ellas se reúne la documentación para garantizar que cumple las especificaciones y los requisitos antes de pasar a la fase siguiente:

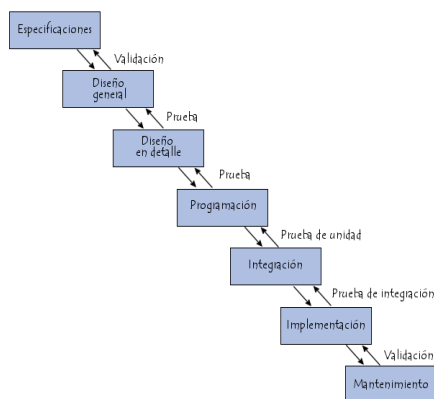


Figura 1 – Modelo en cascada

2. INICIO DEL PROYECTO

2.1 ANTECEDENTES

Actualmente el Banco Popular de Colombia cuenta un ERP llamado PeopleSoft, Producto Oracle, que es una solución robusta que apoya la gestión de todas las áreas de la empresa, este sistema integrado esta disponible en más de 10 idiomas y cuenta con una gama de módulos que satisfacen las necesidades de toda empresa.

Inicialmente no fueron implementados todos los módulos del ERP, pero actualidad el Banco noto la necesidad de tener a la mano un modulo CRM que le permita tener a la mano, de manera rápida y oportuna, toda la información relevante de sus clientes.

Por lo mencionado, se logro un acuerdo con el Banco a fin de realizar la implementación de dicho modulo, apoyados en la confianza de nuestro cliente y la experiencia con la que contamos, tenemos la plena seguridad de éxito del proyecto.

2.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La implementación del modulo CRM de PeopleSoft le permitirá al Banco: almacenar, mantener y tener a la mano información relevante de sus clientes, esto incluye:

- Manejo de Personas Naturales y Jurídicas
- Manejo de la agenda de los clientes:
 - Contactos
 - Direcciones
 - Teléfonos
 - Correos electrónicos
 - Referidos
 - Entre otros.
- Manejo de empleados y su relación con los clientes.
- Manejo de historial de actividades de los clientes:
 - Manejo de Cuenta
 - Ventas potenciales
 - Productos disponibles
 - Seguimiento de Constancia
 - Manejo de Riesgos
- Segmentación de clientes.
- Manejo de sucursales y su relación con los clientes.
- Relación Ventas y Clientes.

2.3 PARTES INTERESADAS

2.3.1 BANCO POPULAR DE COLOMBIA

2.3.1.1 MISIÓN

Satisfacer integralmente las necesidades financieras de nuestros clientes.

2.3.1.2 VISIÓN

Lograr que nuestros clientes actuales y potenciales nos prefieran entre todas las entidades financieras.

2.3.2 CIMA – CONSULTING

Cima Consulting es una empresa que no subcontrata consultores free lance para el desarrollo de sus proyectos. Esta forma de actuar nos ha posicionado como una empresa seria y digna de garantía entre nuestros clientes y socios de negocio. Esto nos permite administrar los proyectos con estándares de calidad sólidos y consistentes y desarrollar colaboradores en un ambiente de exigencia profesional y calidez humana.

3. PLAN DEL PROYECTO

3.1 ALCANCE

A través de la implementación del CRM de PeopleSoft se tiene el portafolio de clientes más valioso del mercado, los clientes más satisfechos y leales a través de los empleados más comprometidos con el cliente.

El CRM está enfocado a la fidelización de sus clientes más valiosos. Sin embargo las estrategias deben estar enfocadas no solo a satisfacción sino también a:

- Incrementar los ingresos.
- Reducción de costos.
- Incrementar la satisfacción de los clientes.
- Conocimiento de los clientes.
- Ventaja competitiva.

3.1.1 CLIENTES NUEVOS

- Crear una base de datos de clientes potenciales.
- Incentivar ventas para obtener mayor número de clientes.
- Captar nuevos clientes.
- Campañas de mercadeo y ventas.

3.1.2 VENDER MÁS A CLIENTES ACTUALES

- Conseguir la recompra.

- Market Share vs. Client Share.
- Venta cruzada.
- Desarrollar productos o servicios basados en necesidades.
- Campañas para ofrecer productos y servicios personalizados.

3.1.3 FIDELIZACIÓN

- Conocer nuestros clientes.
- Identificar los clientes de alto valor.
- Interactuar y potencializar cada contacto.
- Personalización de productos y servicios.
- Desarrollar planes de permanencia.
- Crear estrategias de valor agregado.
- Seguimiento de la relación del cliente con la empresa.

4. EJECUCIÓN DEL PROYECTO

4.1 DISEÑO DE LA SOLUCIÓN

El diseño del proyecto CRM incluye:

- Definir la Visión
- Definir el Alcance
- Identificación
- Diferenciación
- Interactuar
- Personalizar
- Definir Reglas de Negocio

4.2 DESARROLLO DE LA SOLUCIÓN

El CRM de PeopleSoft está enfocado a la fidelización de sus clientes más valiosos.

Sin embargo las estrategias deben estar enfocadas no solo a satisfacción, sino también a:

- Incrementar los ingresos.
- Reducción de costos.
- Incrementar la satisfacción de los clientes.
- Conocimiento de los clientes.
- Ventaja competitiva.

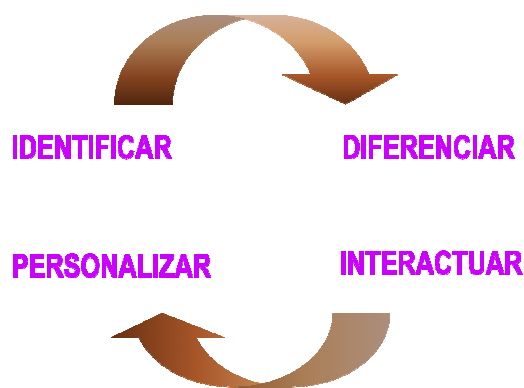


Figura 2 – Desarrollo de la solución

4.2.1 IDENTIFICAR.

Conocer a cada cliente por su historia.

- Base de Datos Unificada.
- Nuestro Cliente (Potencializar y registrar cada contacto).
- Quejas y Reclamos (Tener codificación de quejas con responsables y tiempos de solución).
- Capacitación de personal.
- Cultura.

4.2.2 DIFERENCIAR.

Usar un modelo de Valor de Vida del Cliente (Life-Time Value - LTV) de manera que permita diferenciar los tipos de clientes basándose en su Valor (Valor Actual y Valor Estratégico) y en sus Necesidades.

- La diferenciación se puede desarrollar de la siguiente manera:
 - Priorizar esfuerzos y aprovechar a los clientes de mayor valor.
 - Personalizar el comportamiento de la empresa, basados en las necesidades individuales de sus clientes.
- Segmentación
 - A, B, C Obligatorias.
 - X, Y, Z Voluntarias.
- Definir variables de segmentación

4.2.3 INTERACTUAR.

Toda interacción con el cliente debe establecerse dentro del contexto de todas las otras interacciones con ese cliente. La nueva conversación debe iniciarse donde la última conversación terminó sin importar el medio que se haya utilizado.

Conocer cada vez más de cada cliente.

- Registrar el contacto.
- Potencializar los contactos.

- Correo de bienvenida.
- Estrategia de cumpleaños.
- Fechas especiales.
- Información de su interés.
- Manejo de canales (Mejoramiento, indicadores).
 - Unificación de canales.
 - CTI.
- Mantenimiento personalizado.
- Cultura de servicio.
- Venta cruzada.

4.2.4 PERSONALIZAR.

Para ser la empresa verdaderamente 1 a 1, los productos y servicios deben ser capaces de tratar a un cliente particular de forma diferente, de acuerdo con lo que el cliente dice.

Relación individualizada según necesidades:

- Segmentación
- Seguimiento a clientes más importantes.
- Estudiar valores agregados.
- Empaquetamiento de producto
- Definir productos y servicios por segmento.

4.3 VALOR GANADO

En la búsqueda del valor ganado luego de la ejecución del proyecto se desprende que la clave es el dialogo.

Diálogo = Información

Información = Conocimiento

Conocimiento = ACCIÓN

ACCIÓN = Rentabilidad

Entonces: Diálogo = Rentabilidad

El uso efectivo de la información del cliente es el elemento crítico para establecer una relación. No es la falta de información lo que inhibe a una empresa a establecer una relación con los clientes.

5. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PROYECTO

5.1 REVISIÓN DE PLANES

ORGANIZACIONAL

Punto de Control	Resultados Obtenidos
Formulación de nuevas políticas. Deben de ser	OK

consistentes con los objetivos de la organización	
Entradas planeadas	OK
Nuevos métodos y procedimientos	OK
Archivos de datos que es necesario llevar	OK
Salidas necesarias	OK
Consideraciones del control interno	OK

Tabla 1 – Revisión de planes: Organizacional

PLANEACIÓN

Punto de Control	Resultados Obtenidos
Revisión de los hechos históricos.	OK
Análisis de las entradas.	OK
Revisión de los métodos y procedimientos.	OK
Revisión de los archivos.	OK
Análisis de las salidas.	OK
Revisión del control interno.	OK
Análisis de los requerimientos de personal actuales.	OK
Revisión de los volúmenes actuales de trabajo.	OK
Revisión de otros requisitos y consideraciones.	OK

Tabla 2 – Revisión de planes: Planeación

EJECUCIÓN

Punto de Control	Resultados Obtenidos
Extensión de la automatización propuesta	OK
Desempeño total	OK
Tipo de equipo	OK

Entrega del equipo	OK
Requerimientos de instalación	OK
Soporte o asistencia del proveedor	OK
Disponibilidad y calidad del soporte lógico (software)	OK
Contratos de mantenimiento	OK
Otras consideraciones	OK

Tabla 3 – Revisión de planes: Ejecución

PRODUCCIÓN

Punto de Control	Resultados Obtenidos
Adiestramiento a usuarios	OK
Prueba del sistema por usuarios	OK
Aprobación de resultados de la prueba	OK
Conversión al sistema	OK
Liberación del sistema	OK

Tabla 4 – Revisión de planes: Producción

CIERRE DEL PROYECTO

DEFINICIÓN DE GARANTÍAS

Todas aquellas observaciones y errores encontrados, luego de entregados los productos durante y al final de cada etapa, donde la responsabilidad corresponde al proveedor, los costos serán asumidos por el mismo y entregados en los tiempos indicados en el cuadro siguiente, caso contrario los costos deberán ser cancelados por el cliente:

Etapas	Tiempo de Entrega	Valor hora
Organizacional	1 Semana	\$ 40,00
Planeación	2 Semanas	\$ 45,00
Ejecución	1 1/2 Semanas	\$ 55,00
Producción	1/2 Semana	\$ 60,00

Tabla 5 – Definición de garantías

ACCIONES PREVENTIVAS Y CORRECTIVAS

Luego de las experiencias dadas en la elaboración, mantenimiento y puesta en marcha de un producto, podemos citar los errores y aciertos en los que se puede incurrir:

- Un error es no aprender de cada acción que se ejecute con los clientes.

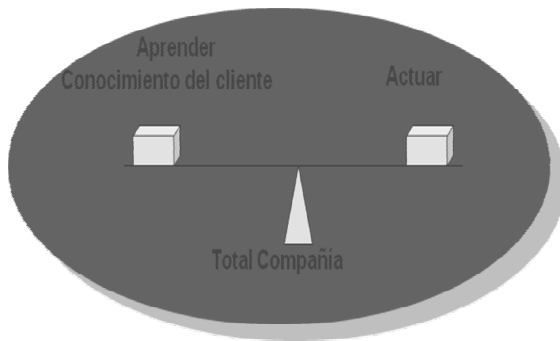


Figura 3 - Acciones preventivas y correctivas

- Se debe lograr que no sea una iniciativa de área, ni un proyecto temporal e incluir:
 - Planeación Estratégica.
 - Calidad.
 - Procesos
- Un desacierto es pensar que CRM es solo una innovación tecnológica, o un software.
- **CRM debe ser...una filosofía de empresa.**