



CONFIGURACIÓN DEL CRM VTIGER Y ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES PARA UNA EMPRESA MAYORISTA DE TURISMO

Karina Benavides ⁽¹⁾; Tania Baidal ⁽²⁾; Robert Andrade ⁽³⁾

Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Campus Gustavo Galindo Velasco, Km. 30.5 vía Perimetral, Guayaquil, Ecuador

kbenavid@espol.edu.ec ⁽¹⁾, tjbaidal@espol.edu.ec ⁽²⁾, randrad@espol.edu.ec ⁽³⁾

Resumen

En la actualidad las empresas buscan conocer mejor a cada uno de sus clientes para ofrecer los productos y servicios adecuados, y con esto lograr la fidelización del mercado, esta estrategia de negocio es llamada CRM (Administración basada en la relación con los clientes) y consiste en gestionar la información de cada cliente para brindarle una mejor atención, existen varias formas de recolectar datos que permiten conocer las necesidades del cliente. El surgimiento de las redes sociales y el uso masivo de usuarios que comparten información de gustos y preferencias, hacen que estas páginas web sean una fuente de información necesaria en un CRM. En el presente documento se explica la configuración y personalización de un sistema de administración de la relación con el cliente y su integración con las redes sociales. Para lograr este objetivo se utilizará Vtiger (software crm de distribución libre) y Hootsuite (herramienta de administración de las redes sociales de licencia pagada).

Palabras Claves: CRM, Redes sociales, Administración de la relación con el cliente, Vtiger, Hootsuite Tesina, ESPOL.

Abstract

Nowadays companies look for better know of their customers to offer the right products and services, and so that they achieve the loyalty of the market, this business strategy is called CRM (Customer relationship management) and it is to manage customer information to provide them better service, there are several ways to collect data that provide insight into customer needs. The rise of social networks and the widespread use of information users who share tastes and preferences make these web pages a source of information needed in a CRM. This document explains the configuration and customization of a management system of customer relationship and its integration with social networks. To achieve this goal Vtiger (a free crm software distribution) and Hootsuite (an administration tool of social networks of paid leave) will be used.

Keywords: CRM, Social network, Customer relationship management, Vtiger, Hootsuite, thesis, ESPOL.



1. Generalidades

En la actualidad las empresas están implementando nuevas estrategias para acercarse más al cliente y de esa manera llegar a fidelizarlos a sus compañías, y es así como la mayorista en turismo “Komoly Travels” entra dentro de este grupo de empresas, que tratan de renovar sus estrategias, para conseguir ese objetivo se llegó a la conclusión de la implementación de la integración del CRM VTiger junto con el administrador de redes sociales HootSuite.

Con esta solución se quiere demostrar la importancia de las redes sociales, receptando y respondiendo las consultas, quejas y sugerencias de los clientes que llegan a estos medios en la actualidad, así poder mejorar y satisfacer las necesidades de estos.

2. Marco teórico

La administración de las empresas con el transcurso del tiempo debe irse actualizando, debido a los avances en las tecnologías, las cuáles los obligan a ir las incorporando a sus estrategias empresariales, ya que juegan un papel muy importante en la consecución de los objetivos de estas [1].

Dichas tecnologías automatizan y agilizan las actividades de las compañías, las cuáles antes generaban pérdidas de recursos y tiempo, así como también permiten estar más comunicados con personas que viven incluso al otro lado del océano [2].

3. Propuesta

Luego de analizar la situación actual de la empresa, se decidió reforzar su estrategia con la implementación del CRM VTiger integrado con el administrador de redes sociales como Facebook y Twitter, llamado HootSuite, los cuales al trabajar de manera conjunta, permitirán atender las inquietudes de sus clientes con mayor prontitud e incluso ampliar la cartera de clientes al llegar a más personas debido la acogida de las redes sociales en el país.

Se registrará a clientes potenciales y fijos en el CRM, para hacerles seguimiento, enviándoles mediante correo electrónico las distintas promociones, descuentos y posibles nuevos servicios que se podrían estar ofreciendo para estos.

4. Configuración y funcionalidades

4.1. Configuración de Vtiger

4.1.1. Requerimientos de hardware.

- Intel X86 or X64
- 2GB RAM
- 5 GB free disk space(Minimum).[3]

4.1.2. Requerimientos de software.

- Navegadores.- Vtiger es soportado en los siguientes navegadores: Internet Explorer 7, 8, 9; Firefox 3.6, 5.0, 7.0; Google Chrome 15; Opera 11
- Base de datos.- Mysql 5.0.0
- Servidor web.- se recomienda Apache 2.0.40.
- Lenguaje de programación.- se recomienda PHP 5.2.0. [4]

4.2. Funcionalidades de Vtiger

Luego de que haber instalado los componentes necesarios para el funcionamiento de VTiger versión 5.4.0, procedemos con el proceso de instalación. Se deberá ejecutar el instalador del CRM VTiger 5.4.0, aceptar los términos de la licencia y configurar los parámetros de Apache y MySQL y VTIGER CRM. La ventana de selección del directorio donde se instalará VTiger, lo podemos dejar por defecto.

4.2.1. Creación de perfiles, roles y usuarios. Para la implementación del CRM serán necesarios tres perfiles:

- Administrador; en este perfil se pueden ingresar usuarios, asignar responsables e ingresar registros en todos los módulos.
- Ventas; en este perfil se pueden crear campañas e ingresar registros en todos los módulos pre-contactos, contactos, cuentas.
- Redes sociales; en este perfil se pueden responder las incidencias de las redes sociales en el módulo incidencias e ingresar registros en los módulos pre-contactos, contactos, cuentas.

4.2.2. Notificación de las incidencias en las redes sociales. Al ingresar en el portal del crm vtiger, en la parte inferior derecha se encontrará un acceso directo a los últimos(as) comentarios/menciones y al hacer clic en el acceso directo se expandirá la ventana que mostrará las incidencias pendientes de solucionar y la red social de la cual se originó.

4.2.3. Notificación de las incidencias en las redes sociales

Al ingresar en el portal del crm vtiger, en la parte inferior derecha se encontrará un acceso directo a los

últimos(as) comentarios/menciones y al hacer clic en el acceso directo se expandirá la ventana que mostrará las incidencias pendientes de solucionar y la red social de la cual se originó.

4.2.4. Gestión de respuestas a clientes que interactúan en las redes sociales. Al dar clic en una de las menciones/comentarios de la ventana incidencias pendientes, se abrirá el módulo de incidencias para ingresar los datos correspondientes a esta novedad y su solución.



Figura 1. Ingreso/actualización de los registros en el Módulo de Incidencias

4.2.5. Creación de campañas y asignación de presupuesto. Esta opción permite ingresar datos de campañas publicitarias y asignar presupuesto a estas.

4.2.6. Ingreso de registros. En el sistema se podrá dar mantenimiento a los datos de los módulos: pre-contactos, contactos, cuentas, productos, emails e informes.

4.3 Características funcionales de los módulos de Vtiger

4.3.1. Perfiles de usuario

- Crear nuevos perfiles para asignar derechos de acceso

- Editar los derechos de acceso de los perfiles creados
- Eliminar los perfiles creados
- Definir privilegios globales en cada perfil (opciones: Ver todo y/o Usar todo)
- Definir los privilegios para cada módulo en el perfil (opciones: crear/editar, Ver y borrar)
- Configuración de acceso de campos de cada módulo en el perfil (Accesos: Solo-Lectura y Lectura-Escritura)

4.3.2. Pre-contactos

- Crear nuevos pre-contactos
- Editar los datos de un pre-contacto
- Borrar un pre-contacto
- Enviar un Email a uno o varios pre-contactos al mismo tiempo
- Hacer búsqueda de pre-contactos básica o avanzada.
- Importar pre-contactos
- Exportar pre-contactos
- Configurar o Personalizar el módulo con sus campos

4.3.3. Contactos

- Cambiar la clasificación de una persona de pre-contacto a contacto.
- Ingresar y consultar información individual del cada cliente como nombre, dirección, teléfono, empresa, actividad, etc.
- Permite ingresar el origen del pre-contacto.
- Permite asignar a un usuario responsable para el seguimiento al usuario.

4.3.4. Cuentas

- Crear nuevas cuentas
- Editar los datos de una cuenta
- Borrar una cuenta
- Enviar un Email a uno o varios cuentas al mismo tiempo
- Hacer búsqueda de cuentas básica o avanzada.
- Importar cuentas
- Exportar cuentas
- Configurar o Personalizar el módulo con sus campos

4.3.5. Campañas



- Ingresar las campañas a realizarse y su situación.
- Ingresar el presupuesto y una estimación del retorno para comparar si es viable la campaña.

4.3.6. Productos

- Ingresar información de los paquetes turísticos, su cantidad disponible (stock), el destino y los servicios que se ofrecerán.
- Asignar responsables, para la administración y supervisión de un determinado paquete turístico.

4.3.7. Email

- Administrar la cuenta de correo electrónica a la que el cliente se puede contactar, debe ser la cuenta de contacto de la empresa.
- Mostrar los mensajes de la bandeja de entrada.
- Redactar de mensajes.
- Consultar correos enviados a contactos, cuentas, pre-contactos y usuarios.

4.3.8. Incidencias

- Editar la incidencia
- Cambiar el estado de la incidencia
- Categorizar la incidencia
- Monitorear las interacciones con nuestras páginas en redes sociales.
- Responder las inquietudes, observaciones y reclamos de los clientes con las redes sociales.
- Asignar un usuario responsable para la supervisión y seguimiento de las incidencias.

4.3.9. Informes

- Generar reportes tabulados y gráficos que muestran información resumida y clasificada de uno o varios módulos para su respectivo análisis e interpretación.

4.4 Características funcionales de Hootsuite

- Visualizar las publicaciones que los usuarios hacen acerca de nuestros productos o servicios.
- Permite agregar columnas que están clasificadas por el tipo de publicación:

Últimas noticias, Menciones, Mensajes directos, etc.

- Consultar los contactos que han interactuado con las páginas de la empresa en las redes sociales.
- Programar publicaciones en una o más redes sociales.
- Agregar cuentas de las redes sociales más populares en la actualidad.
- Hace reportes estadísticos de la actividad de cada una de las cuentas de redes sociales que se tenga agregada.
- Crea informes basados en los parámetros de medición de la empresa, como posts enviados, resueltos.
- Programar actualizaciones diarias, semanales o mensuales para que todos en la empresa esté informado.

5. Análisis financiero, legal y técnico

5.1. Análisis financiero

En el análisis financiero se revisarán los costos, utilidad y la rentabilidad de este proyecto, es decir se analizará la factibilidad de comercializar la implementación de sistemas CRM en un horizonte de 5 años y con enfoque a las empresas de turismo.

5.1.1. Proyección de la demanda. La proyección de la demanda se la realizó en base a una meta con una cantidad conservadora de ventas del CRM como producto y un crecimiento del 15%, dato proveído por la página de turismo del Ecuador [5].

Tabla 1. Estimación de la demanda

Estimación de la demanda					
Año	1	2	3	4	5
Demanda	4	5	5	6	7

5.1.2. Costos variables. Los costos que se estimarán para este proyecto son variables, ya que depende del tiempo promedio de desarrollo del proyecto y el número de personas promedio que lo realizan.

Tabla 2. Total sueldos

Tiempo (meses)	Personal	Sueldo mensual	Total
3	2	\$ 450,00	\$ 2.700,00

5.1.3. Costos fijos

Tabla 2. Costos fijos

Costos fijos	
Publicidad	\$ 200,00
Transporte	\$ 300,00
Varios	\$ 300,00
	\$ 800,00

5.1.4. Precio.

Tabla 3. Precio

Costo	\$ 2.700,00
Margen de Ut.	25%
Precio	\$ 3.375,00

5.1.5. Inversión. Para iniciar el negocio se cuenta con 2 equipos para el desarrollo, por lo tanto se realizarán las inversiones de capital de trabajo (capacitaciones, licencias y sueldo de los 3 primeros meses) las cuales se amortizan en el horizonte del proyecto que son 5. Los equipos estarán depreciados en el año 2, por lo tanto se realizará una re-inversión en el año 3.

5.1.6. Flujo de efectivo.

De acuerdo a los datos de las proyecciones de costos, inversiones, precios y estimación de las ventas, se obtuvo el siguiente flujo de efectivo para un horizonte de 5 años.

Tabla 4. Flujo de efectivo

Año	Flujo de efectivo neto
0	(\$ 1.300,00)
1	\$ 2.218,58
2	\$ 2.487,10
3	\$ 985,20
4	\$ 3.190,31
5	\$ 3.598,69

5.2. Análisis legal

5.2.1. Licencia. La utilización del CRM VTiger es de licenciamiento gratuito, es así como le resultará beneficioso a la agencia "Komoly Travels" ya que no tendrá gastos adicionales a la personalización del CRM VTiger y las Redes Sociales.

5.2.2. Propiedad intelectual. La copia de la personalización del sistema que se realizará a la agencia de viajes "Komoly Travels", no debe ser

duplicada para uso de otras empresas y cualquier otro tipo de copia a este producto está prohibida.

5.3. Análisis técnico

Para la implementación del CRM VTiger y el manejo de las redes sociales se requerirá lo siguiente para su funcionamiento.

5.3.1. Tecnología

- Computadores personales
- Infraestructura de red
- Contrato con el proveedor de Internet (ISP)

5.3.2. Recursos

- Programadores (2 personas responsables de la elaboración de esta tesina)
- 1 Administrador del CRM
- 1 Manejador de Redes Sociales
- Vendedores (es posible utilizar los que ya se encuentren laborando actualmente en la agencia Komoly Travels)

5.3.3. Mano de obra especializada

- Analistas de Sistemas
- Gestor de Redes Sociales

6. Conclusiones

1. El CRM permite personalizar la atención al cliente, así se logra la fidelización del cliente.
2. Con la fidelización de los clientes se pueden generar más ingresos.
3. Existen herramientas de software gratuitas como Vtiger crm que permite administrar información de los clientes y posibles clientes.
4. Social media se convierte en una forma de hacer comunidad ya que permite a los clientes intercambiar información entre ellos y compartir experiencias, de esta manera se puede mejorar la calidad del servicio.
5. Las Redes sociales son una parte de social media que contribuye al crm ya que también brindar atención personalizada a los clientes a través de lo que publican.
6. Las Redes sociales son también una forma de hacer publicidad.
7. A través de herramientas como hootsuite se puede administrar de una manera centralizada todas las redes sociales de la empresa.



7. Recomendaciones

1. Revisar la calidad de los datos, validar su ingreso y actualizar los datos cuando sea necesario.
2. Responder a todas las menciones en las redes sociales con respecto a la empresa con respeto y ética hacia todas las personas.
3. Antes de publicar algún contenido en redes sociales, este debe ser analizado y revisado.

8. Referencias

[1] Administración en Teoría, Administración,
http://administracionenteoria.blogspot.com/2010/01/definicion-moderna-de-administracion_21.html, año 2010.

[2] Evolución histórica de la administración, Definición de Administración,
<http://www.grupo2.8k.com/>, año 2008.

[3] Automatizado,
<http://www.wordreference.com/definicion/automatizado>, año 2005

[4] Base de Datos,
<http://www.masadelante.com/faqs/base-de-datos>, año 1999

[5] Proyección de la demanda,
<http://www.turismo.gob.ec/ecuador-muestra-un-crecimiento-del-15-en-la-industria-del-turismo/>, año 2012