

Módulo 1. Uso básico de ZOHO CRM



En este módulo te introducirás en el corazón operativo de un CRM y aprenderás a configurar tu propia cuenta básica de ZOHO, a **dar de alta** prospectos y clientes de forma eficiente, y a realizar un **seguimiento** inicial básico para organizar tu gestión de ventas.



Unidad 1.1 Introducción al CRM y puesta en marcha de ZOHO

Unidad 1.1 Introducción al CRM y puesta en marcha de ZOHO

¿Por qué ZOHO CRM para una pyme?

Estamos en una provincia pujante, Córdoba. Como lo indica la historia, ha estado siempre a la vanguardia y en evolución permanente en muchísimos aspectos. ZOHO CRM es una de las plataformas para que pruebes más robustas y, dependiendo del momento en el que ingresemos, ofrece un plan **gratuito** para hasta 3 usuarios. Es ideal para comenzar a gestionar contactos sin inversión inicial, lo que permite escalar a medida que el negocio crece. Puedes comenzar de cero y luego ver si el crecimiento comercial aumenta para pensar en invertir.

Primeros pasos: acceso y configuración inicial

REGISTRO Y ACCESO

VISTA GENERAL DE LA INTERFAZ (LO QUE LLAMAMOS "HOME", "CASITA" O "INICIO")

- Entra al sitio web de ZOHO CRM.

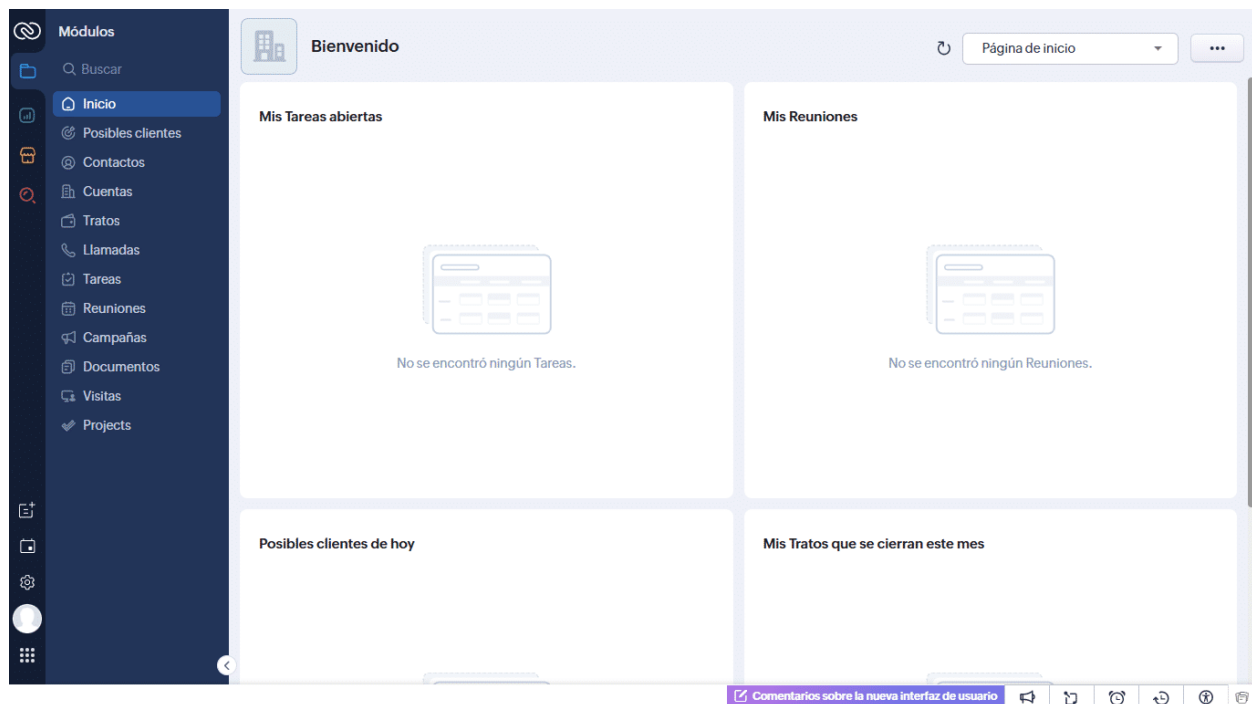
- Regístrate con tu correo electrónico.
- Una vez dentro, el sistema te pedirá unos datos básicos (como el nombre de la empresa, la zona horaria, etc.). Asegúrate de configurar correctamente la **zona horaria** para que el seguimiento de actividades y recordatorios sea preciso.

REGISTRO Y ACCESO

VISTA GENERAL DE LA INTERFAZ (LO QUE LLAMAMOS "HOME", "CASITA" O "INICIO")

- Al iniciar sesión, verás la ventana principal, llamada "*Home*".
- Esta pantalla te ofrece un resumen visual de elementos o tareas clave (p. ej., Tareas pendientes, Ingresos potenciales, Etapas del negocio) y hasta podría ofrecerte la posibilidad de customizar o personalizar según tu criterio, gestión o, simplemente, tu gusto.

Figura 1: Vista general del panel de inicio (Home) de ZOHO CRM



Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

Partes, secciones

La barra de navegación lateral muestra el **Módulo**, que son las categorías donde se almacena la información, como la siguiente:

Posibles clientes: datos básicos de personas que están interesadas o podrían ser clientes. Pueden provenir de campañas de *marketing* o acciones comerciales.

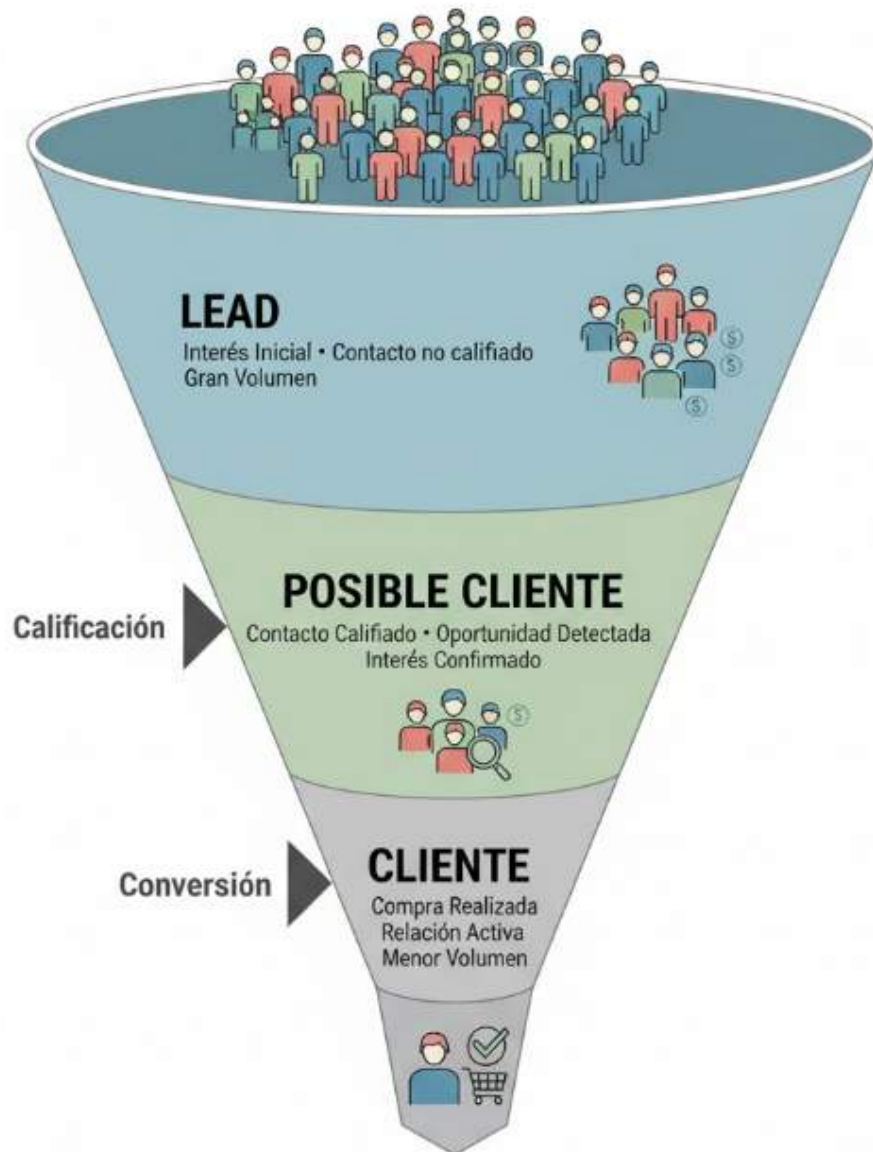
Contactos: son las personas que trabajan o están relacionadas con esa empresa y con quienes normalmente uno se contacta. Es aquí donde dejamos un correo electrónico de contacto, nunca en "Cuentas".

Cuentas: es la empresa a la que le vendes, a la que estás gestionando comercialmente.

Tratos (conocido como “oportunidades”): la oportunidad o acuerdo de negocio que hay entre empresas o personas para venderles un producto o servicio. Es el registro que une un contacto con lo que le queremos vender, y es aquí donde le haremos un seguimiento de venta.

1.1.1 El ciclo básico de captura; posibles clientes, cuentas y contactos

Figura 2: Esquema del ciclo básico de captura: posibles clientes, contactos y cuentas



Fuente: elaboración propia.

Generalmente, los CRM organizan a las personas y empresas con las que te vinculas en tres categorías principales; y es fundamental entender la diferencia.

A. Posibles clientes (que ingresan como leads)

Un *lead* es cualquier persona o empresa que ha mostrado un interés inicial en tu producto o servicio, pero aún no se ha calificado para saber si será un **posible cliente**. Es un contacto “por depurar”, está “verde aún”. Es alguien que entró por la página web y que aún no está como “**Contacto**”, menos como “**Cuenta**”.

A. 1. ALTA DE UN NUEVO POSIBLE CLIENTE/LEAD: MANUALMENTE


1. Haz clic en el módulo “**Posibles clientes**”.
2. Haz clic en el botón azul “**Crear posible cliente**”.
3. **Campos clave por completar:**
 - **Nombre/apellido:** datos de la persona.
 - **Empresa:** nombre de la empresa asociada (si aplica).
 - **Fuente del posible cliente (¡IMPORTANTE!):** ¿cómo llegó este contacto? (p. ej., web, evento, llamada fría, referencia). Esta información es vital para medir la eficacia de las acciones de *marketing* que pueda haber hecho la empresa.
 - **Estado del posible cliente:** establece el estado inicial (p. ej., intento de contacto, contactado).
 - **Teléfono/correo electrónico:** para el seguimiento posterior al primer momento.

Consejo práctico: deberías ser lo más detallado posible; ¡el CRM es tan bueno como la información que le das!

Figura 3: Formulario de creación manual de un posible cliente en ZOHO CRM

Crear Posible cliente [Editar diseño de la página](#) Cancelar Guardar y nuevo Guardar

Imagen de Posible cliente



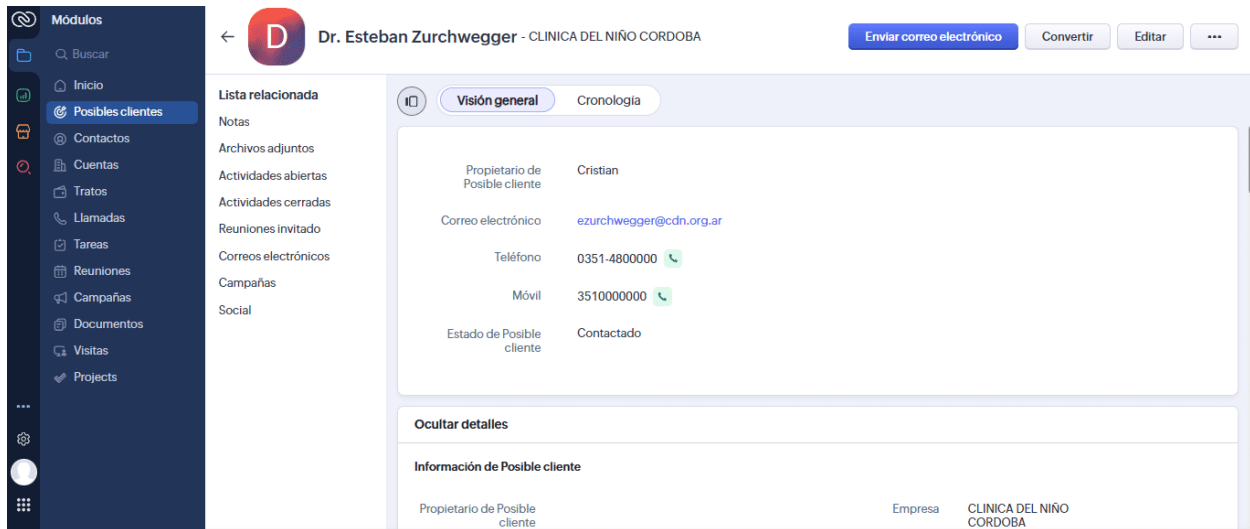
Información de Posible cliente

Propietario de Posible cliente	<input type="text" value="Cristian"/>	Empresa	<input type="text"/>
Nombre	<input type="text" value="-None-"/>	Apellidos	<input type="text"/>
Título	<input type="text"/>	Correo electrónico	<input type="text"/>
Teléfono	<input type="text"/>	Fax	<input type="text"/>
Móvil	<input type="text"/>	Sitio web	<input type="text"/>

Fuente de Posible cliente	<input type="text" value="-None-"/>	Estado de Posible cliente	<input type="text" value="-None-"/>
Sector	<input type="text" value="-None-"/>	Cantidad de empleados	<input type="text"/>
Ingresos anuales	<input type="text" value="\$"/>	Calificación	<input type="text" value="-None-"/>
No participación del correo electrónico	<input type="checkbox"/>	ID de Skype	<input type="text"/>
		Correo electrónico secundario	<input type="text"/>
		Twitter	<input type="text" value="@"/>

Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

Figura 4: Vista del registro de un posible cliente con campos completados



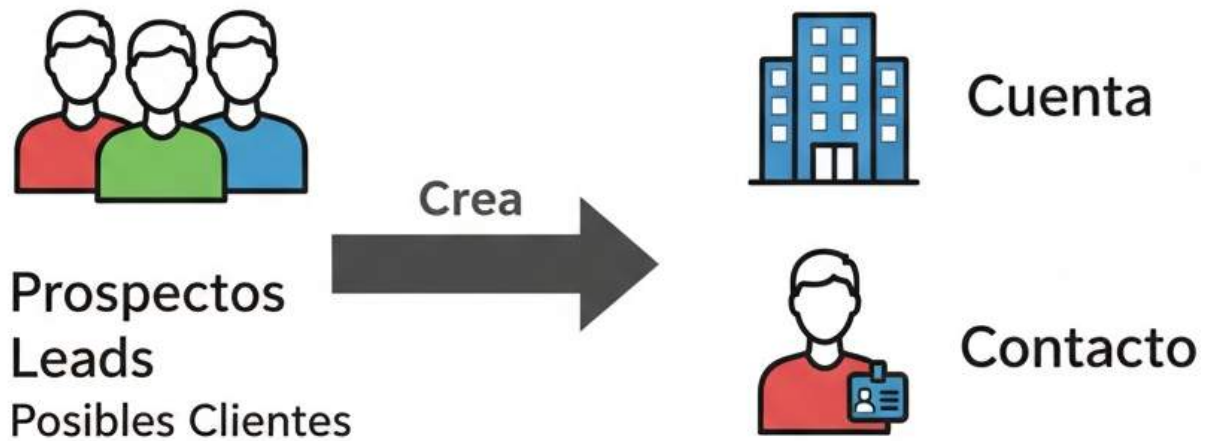
Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

A.2. MÓDULO “CUENTAS Y CONTACTOS”

Una vez que un prospecto o *lead* es calificado como un cliente potencial viable, se convierte en **contacto** y, si representa a una empresa, se asocia a una **cuenta**.

- **Cuenta:** es la **empresa/organización**.
- **Contacto:** es la **persona** dentro de esa empresa con la que interactúas.

Figura 5: Relación entre cuentas y contactos dentro de ZOHO CRM



1.1.2 Conversión de posibles clientes: de interesado a oportunidad

El proceso de **conversión** es el paso donde un prospecto, un *lead* o posible cliente pasa a ser un **contacto** calificado y, potencialmente, un negocio entre partes.

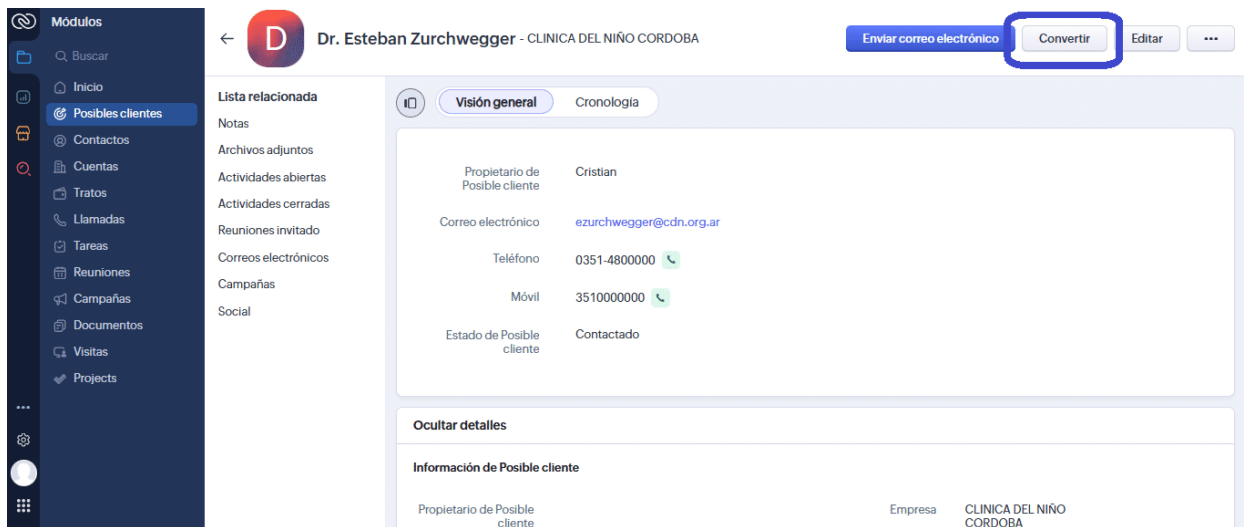
Proceso de calificación

Una vez que has contactado al prospecto y determinado que tu pyme puede resolver el problema que tiene (necesidad), y una vez que ese prospecto tiene la capacidad de tomar la decisión (autoridad) o comprar (presupuesto), lo vas a **convertir**.

- Accede al registro del prospecto que deseas convertir.

- Haz clic en el botón **“Convertir”** (generalmente en la esquina superior derecha).
- **Opciones de conversión:** ZOHO te preguntará qué hacer con la información:
 1. **Crear un nuevo contacto:** el individuo que califica.
 2. **Crear una nueva cuenta:** la empresa del individuo.

Figura 6: Opciones disponibles durante el proceso de conversión de un posible cliente



Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

3


Crear una nueva potencial/oportunidad: el negocio específico que podrías cerrar (el valor monetario).

Figura 7: Creación de una oportunidad comercial durante la conversión del lead.

Convertir Posible cliente (Esteban Zurchwegger - CLINICA DEL NIÑO CORDOBA)

Crear nuevo Cuenta **CLINICA DEL NIÑO CORDOBA**

Crear nuevo Contacto **Esteban Zurchwegger**

 Cree una nueva Trato para este Cuenta.

Propietario de los nuevos registros

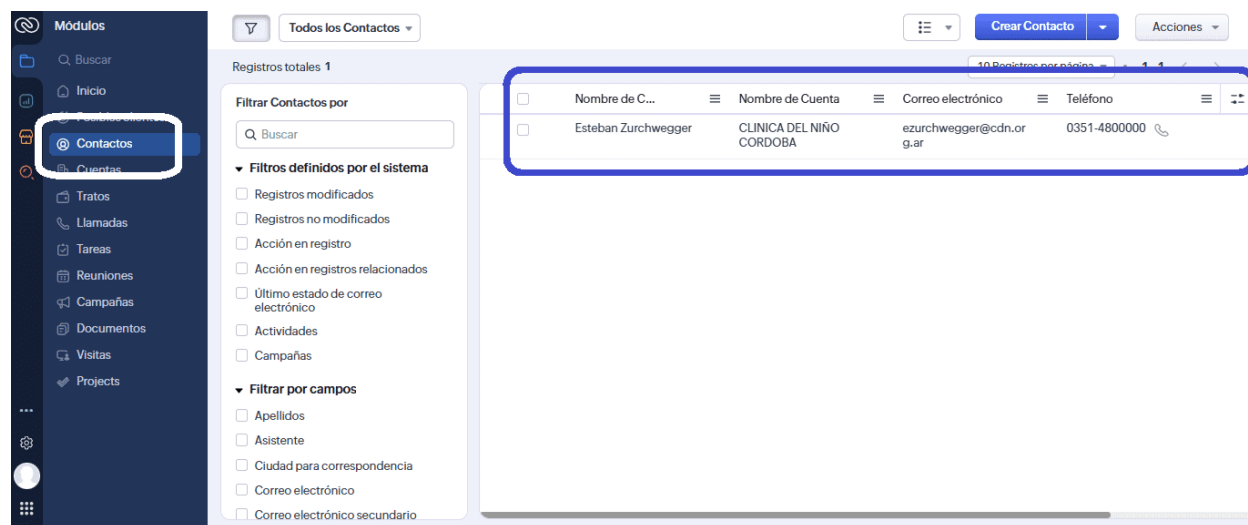
Convertir **Cancelar**

Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

¡Atención! Una vez que lo has convertido, el registro original en el módulo **“Posibles clientes”** se bloqueará (ya no lo verás ahí), y podrás continuar el seguimiento de la conversión en los módulos de **“Contactos”** (la persona) y **“Cuentas”** (la empresa).

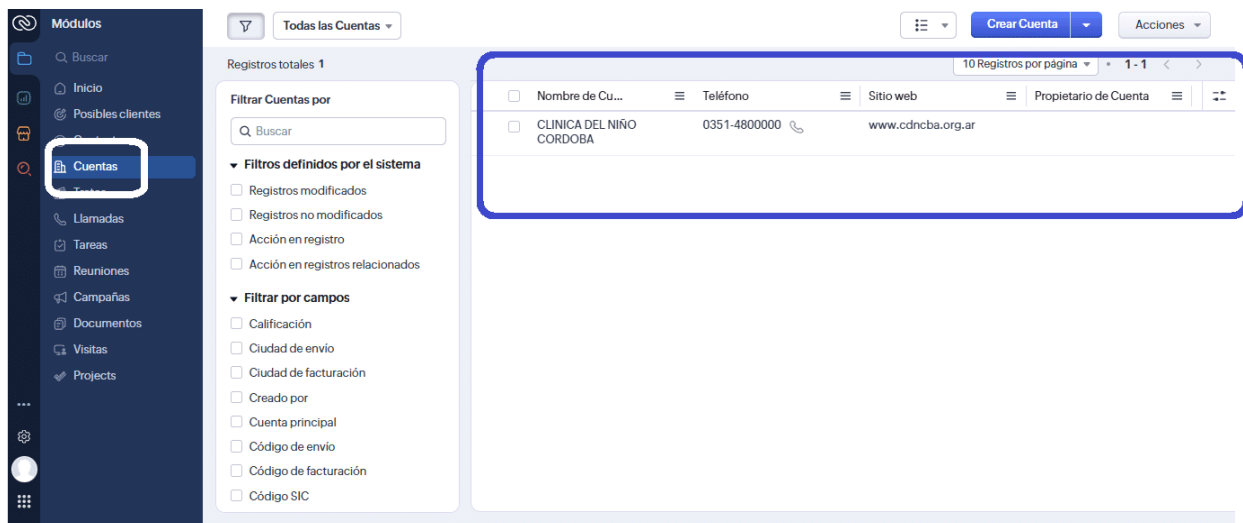
Aquí vas a poder ver ambos módulos en ZOHO CRM: primero, el **CONTACTO**, y luego, la **CUENTA**.

Figura 8: Visualización del contacto generado tras la conversión del posible cliente



Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

Figura 9: Visualización de la cuenta asociada luego del proceso de conversión



Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

1.1.3. El seguimiento: llamadas, tareas y reuniones

El verdadero valor de Zoho no está en almacenar datos, sino en que puedas **hacer el seguimiento adecuado** en el momento correcto. ¡Veamos parte de las cosas que podrías gestionar!

Módulo lateral

Hay cosas que vas a gestionar a través de la sección **Actividades** dentro del registro de un contacto, una cuenta o una potencial. Hay tres tipos principales, que veremos a continuación.

Tabla 1: Tipos de actividad

Tipo de actividad	Definición	Ejemplo práctico
-------------------	------------	------------------

Llamadas <i>(Call)</i>	Registro de llamadas realizadas o por realizar.	"Lllamar a Juan Pérez el 10/10 para agendar demo"
Tareas <i>(Task)</i>	Acciones puntuales que debes hacer.	"Investigar la competencia de la cuenta X"/"Enviar la cotización"
Reuniones <i>(Meeting)</i>	Actividades que ocurren en un momento y lugar específicos.	"Reunión de demostración del producto"

Fuente: elaboración propia.

Creación de una tarea de seguimiento

USO DE LLAMADAS

- En ZOHO, dirígete al menú lateral.
- En el menú de **“Actividades”**, haz clic en **“Llamadas”**.

- Una vez dentro, haz clic abajo, en “**Programar una llamada**”.

Figura 10: Acceso al módulo de llamadas desde el menú de actividades



Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

- **Completa** todos los campos

Figura 11: Formulario de programación de una llamada en ZOHO CRM

Programar una llamada

Información de Llamada

Llamada	Contacto		🔍
Relacionado con	Cuenta		🔍
Tipo de llamada	Saliente		🔒
Estado de llamada saliente	Programado		🔒
Hora de inicio de la llamada	16/11/2025	06:49 PM	
Propietario de la llamada			👤
Asunto	Llamada programada con Desconocido		

Cancelar

Programación

Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

Figura 12: Configuración de datos y detalles de la llamada programada

Programar una llamada

Información de Llamada

Llamada	Contacto	<input type="text"/>	<input type="button" value="🔍"/>
Relacionado con	Cuenta	Esteban Zurch...	<input type="button" value="🔍"/>
Tipo de llamada	Saliente	+ Nuevo Contacto	<input type="button" value="🔒"/>
Estado de llamada saliente	Programado		<input type="button" value="🔒"/>
Hora de inicio de la llamada	16/11/2025	06:58 PM	
Propietario de la llamada	<input type="text"/>		<input type="button" value="👤"/>
Asunto	Llamada programada con Desconocido		

Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

Figura 13: Selección y carga de información adicional en el registro de llamada

Programar una llamada

Información de Llamada

Llamada	Contacto	Esteban Zurichwegger
Relacionado con	Cuenta	CLINICA DEL NIÑO CORDOBA
Tipo de llamada	Saliente	
Estado de llamada saliente	Programado	
Hora de inicio de la llamada	20/11/2025	09:00 AM
Propietario de la llamada		
Asunto	Llamada programada con Esteban Zurichwegger	

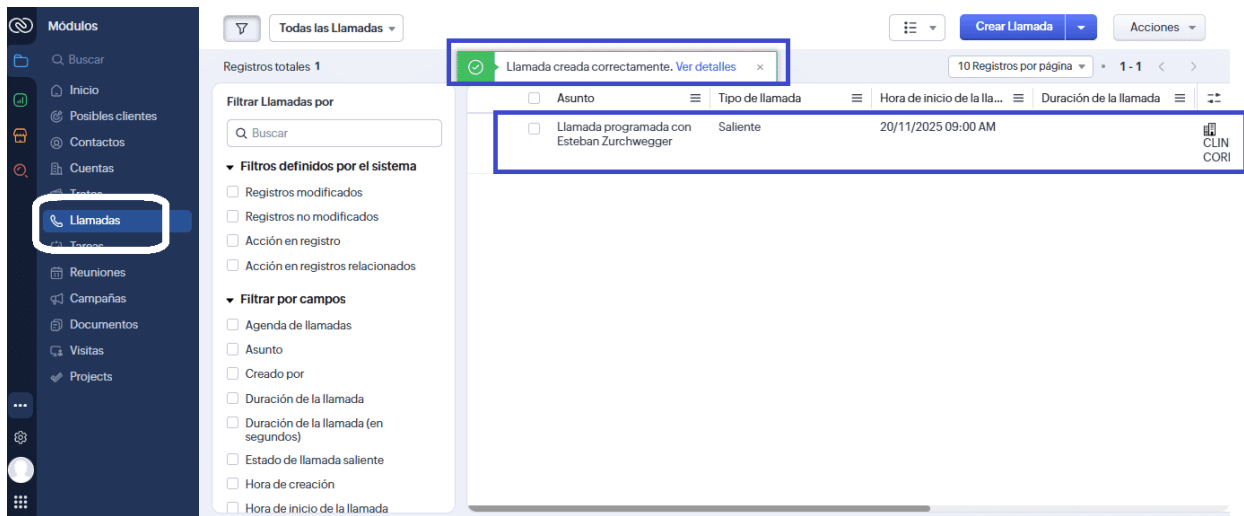
Cancelar

Programación

Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

Al finalizar la carga, haz clic en “Guardar” y... ¡listo! Has creado una llamada y quedó guardada ya en el menú “**Llamadas**”.

Figura 14: Registro de llamadas creadas en el módulo de actividades



Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

USO DE TAREAS

CREACIÓN DE TAREAS

Las **tareas** son muy importantes para dejar el registro de la *historia* de la relación con el cliente. Puedes usarla para lo siguiente:

- Resumir el contenido de una llamada o reunión.
- Registrar datos personales o preferencias del cliente.
- Dejar asentados uno o más compromisos o acuerdos verbales que hayas generado.

USO DE TAREAS

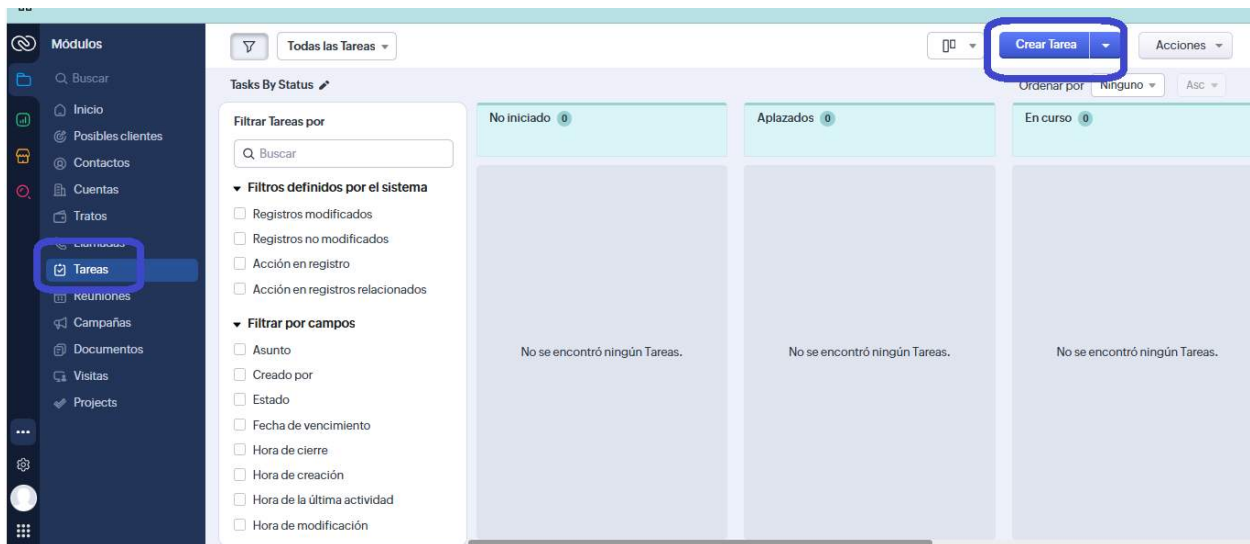
CREACIÓN DE TAREAS

- En ZOHO, dirígete al menú lateral.

- En ese menú de **“Actividades”**, haz clic en **“Tareas”**.

Una vez dentro, haz clic en **“Crear tarea”**, arriba a la derecha.




Figura 15: Acceso a la creación de una nueva tarea en ZOHO CRM



Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

Luego carga todos los datos que te muestra el formulario para tener información precisa y lo más completa posible.

Figura 16: Formulario de carga de datos para una tarea de seguimiento

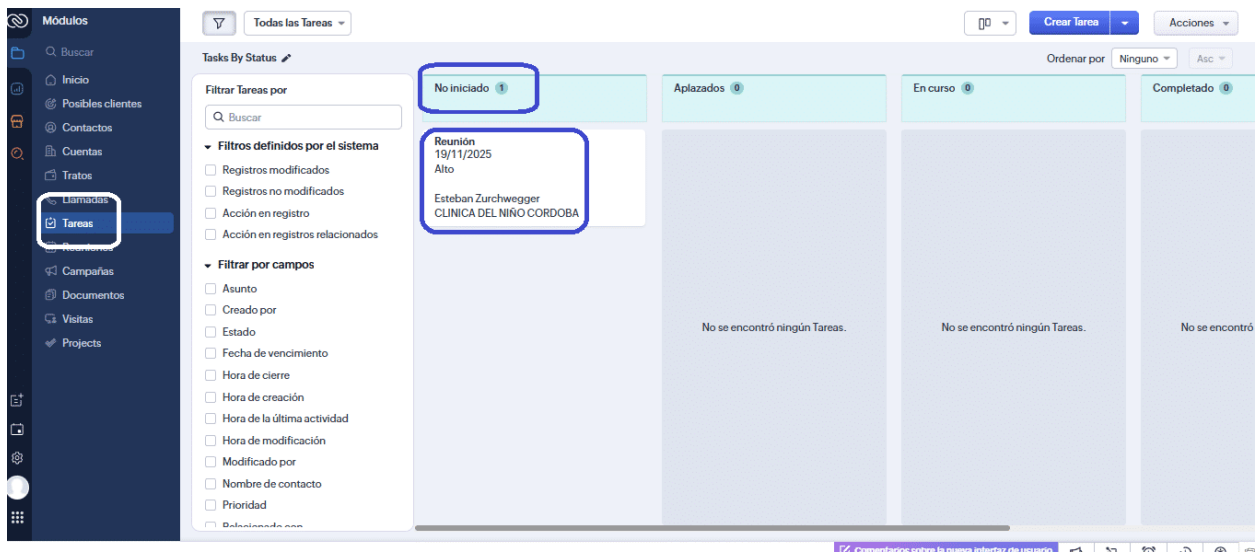
Información de Tarea	
Titular de la tarea	▼ 
Asunto	Reunión
Fecha de vencimiento	19/11/2025
Contacto ▼	Esteban Zurichwegger 
Cuenta ▼	CLINICA DEL NIÑO CORDOBA 
Estado	No iniciado ▼
Prioridad	Alto ▼
Recordatorio	<input type="checkbox"/>
Repetir	<input type="checkbox"/>

Información de la descripción	
Descripción	SOLICITAR A LA SECRETARIA LAS PREFERENCIAS DE DESAYUNO DEL DOCTOR PARA ORGANIZAR EL CATERING DEL DÍA JUEVES 20.11.2025

Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

Al finalizar la carga, haz clic en GUARDAR y...¡listo! ¡Ya creaste una tarea! La verás en el panel principal de la siguiente forma:

Figura 17: Visualización de tareas creadas en el panel principal



Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

USO DE REUNIONES

CREACIÓN DE REUNIONES

Las **reuniones** están para que las uses como si fueran tu calendario personal, pero, en este caso, para ZOHO CRM. Ahí mismo gestionas el registro de las reuniones con el cliente. Si tienes otra reunión a la misma hora, te saldrá una advertencia de solapamiento.

USO DE REUNIONES

CREACIÓN DE REUNIONES

- En ZOHO, dirígete al menú lateral.
- En ese menú de **“Actividades”**, haz clic en **“Reuniones”**.

- Una vez dentro, haz clic en “**Crear una reunión**”.

Figura 18: Acceso al módulo de reuniones desde el menú de actividades



Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

Figura 19: Formulario de creación de una reunión en ZOHO CRM

Información de Reunión

Título NUEVA REUNION

Lugar de reunión Oficina ▼

Ubicación Av. Colón esquina Zípoli

Todo el día

De 20/11/2025 10:30 AM

A 20/11/2025 11:30 AM

Host ▼

Participantes

[Agregar más detalles](#)

Cancelar

Guardar

Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

Cuando agregas al contacto para la reunión, saldrá esta ventana para seleccionar los participantes y luego podrías hasta enviarles recordatorios de la reunión. *UN DATO: la versión gratuita no permite que agendes reuniones online (actualización de noviembre de 2025).*

Una vez que has cargado los contactos que vas a invitar, ZOHO te preguntará si quieres enviar el correo de invitación. Luego, se cierra mostrando las próximas imágenes.

Figura 20: Selección de participantes para una reunión vinculada a un contacto

Agregar participantes

Contactos Todo Seleccionado (1)

Esteban Zurchwegger
ezurchwegger@cdn.org.ar

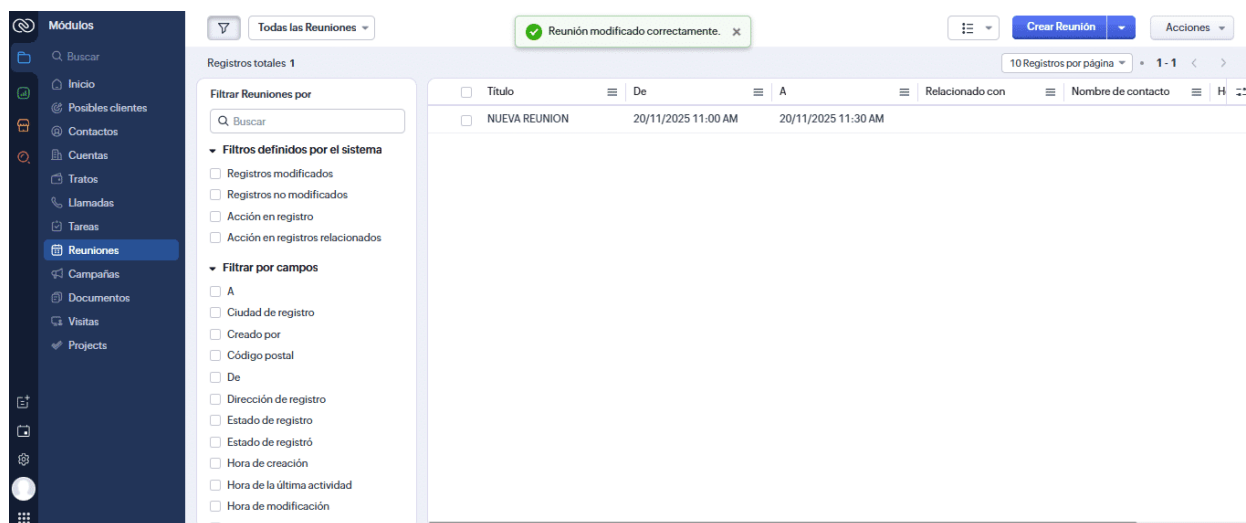
Muestre también Contactos sin direcciones de correo electrónico.

Invitar por dirección de correo electrónico : Utilice comas para separar las direcciones de correo electrónico.

Fin

Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

Figura 21: Confirmación y visualización de la reunión programada en el sistema



Fuente: captura de pantalla de ZOHO CRM.

Tabla 2: Resumen del flujo de trabajo del módulo 1

Paso	Módulo involucrado	Acción clave	Objetivo
1. Captura	Posibles clientes	Alta manual o importación	Tener un registro inicial de interés en

		de contactos.	nuestra empresa.
2. Calificación	Posibles clientes	Contacto inicial (llamada/e-mail).	Determinar si es un negocio viable.
3. Conversión	Posibles clientes, contactos	Clic en el botón "Convertir".	Trasladar el contacto calificado a un potencial (oportunidad).
4. Seguimiento	Potenciales/actividades	Crear tareas y llamadas con fecha de vencimiento.	Asegurarte de que no olvides el siguiente paso.
5. Calendario	Reuniones	Programar reuniones.	Mantener el contacto con el cliente de forma ordenada.

Fuente: elaboración propia.

CONTINUAR