

Módulo 4. Taller final y puesta en marcha



☰ Unidad 4.1 Ejercicios prácticos con herramienta CRM gratuita ZOHO CRM

Unidad 4.1 Ejercicios prácticos con herramienta CRM gratuita ZOHO CRM

¡Llegó el día! Estás ya ingresando al último módulo de este curso y gran formación que estás completando para tu desarrollo profesional. Si has llegado hasta acá significa que apuestas a la empresa en la que estés (y que aún no haya implementado un CRM) y, sin dudas, estás dando un paso gigante —y diferencial— para dejar atrás el «volar a ciegas» de las libretas y excels, algo tan del siglo pasado, pero que aún sigue presente.

En este módulo, vamos a reaprender lo visto; vamos a recordar, repasar, consolidar y poner en práctica los nueve pasos más críticos que tú, como un colaborador profesionalizado de una pyme de Córdoba, necesita dominar en Zoho CRM (o el que vaya a tener ya contratado la organización en la que ingreses).

El objetivo importante y enriquecedor que queremos te lleves de este último módulo: que salgas de este curso (y capacitación) con la confianza en ti mismo para operar tu CRM de manera diaria, eficiente y organizada en la ciudad en la que estés de nuestra provincia de Córdoba. ¿Listos? ¡Vamos adelante y con un breve recordatorio!

Repaso rápido: objetivo de los módulos 1, 2 y 3

Antes de empezar la práctica en tu cuenta, recordemos la función principal de cada módulo.

Tabla 1: Resumen de módulos

Módulo	Tema Clave	Objetivo principal
1	El flujo de ventas básico	Organizar tu gestión: registrar prospectos y clientes, y programar qué harás y cuándo lo harás (tareas, llamadas y reuniones).

2	Gestión de casos (tickets)	Profesionalizar el soporte: hacer un seguimiento para problemas o solicitudes, y asegurar que siempre haya un historial de interacción.
3	Informes esenciales	Dejar de adivinar: generar y personalizar informes clave para tomar decisiones basadas en datos reales.

Fuente: elaboración propia.

Ejercicios prácticos

A continuación, te damos estos ejercicios diseñados para que los hagas ahora mismo en tu propia cuenta de Zoho CRM con nuestra guía paso a paso.

Módulo 1: Ejercicios de flujo de ventas y seguimiento

Objetivo: practicar la gestión inicial de un cliente, desde la captura hasta la conversión y la programación de una próxima actividad.

Tarea 1. 1. Alta de prospecto y conversión

1. **Crea un prospecto:** ingresa al módulo *Posibles clientes (leads)*.
2. Haz clic en «Crear posible cliente» y carga los datos de un cliente potencial imaginario (por ejemplo, «Juan Pérez», de «Pérez Electricidad»).
3. Asegúrate de completar el campo «Fuente del posible cliente» (por ejemplo, «Recomendación externa» o «Chat»)
4. **Conviértelo:** una vez creado, vas a ver la ficha del posible cliente y vas a hacer clic en el botón «Convertir».
5. Acepta la conversión. Confirma que se crearon automáticamente la «Cuenta» (Pérez Electricidad) y el «Contacto» (Juan Pérez).

Tarea 1. 2. Programación de tarea y reunión

1. Entra en el módulo «Cuentas». Deberías ver la cuenta que recién has creado.

2. **Crea una tarea:** entra en «Cuentas» y luego tilda a la izquierda del nombre de la cuenta. Una vez hecho esto, haz clic en «Crear tarea» y crea una nueva en la ventana que aparece (por ejemplo, «Enviar lista de insumos para quirófanos»). Si quieres, puedes activar un recordatorio en la misma acción. Recuerda que el horario que verás allí es el de Córdoba.

Información importante: también puedes crear una tarea ingresando al módulo Tareas y haciendo clic en Crear tarea para luego elegir a qué cuenta le vas a cargar la tarea.

3. **Crea una reunión:** entra al módulo «Reuniones» y haz clic en «Crear reunión». En la lista relacionada que te aparece, haz clic en «Reuniones» y crea una (por ejemplo, «Presentación de propuesta»).

Nota (limitación gratuita): en esta versión, solo estás programando un evento en el calendario interno del CRM. No puedes agendar una reunión *online* (Zoom/Meet) directamente desde ZOHO CRM.

Tarea 1. 3. Verificación de actividades pendientes

1. Revisa tu *home*: ingresa al módulo «Inicio» (puedes verlo con palabras como *home*, casa o el logo de ZOHO CRM).
2. Valida: revisa que tanto la «Tarea» como la «Reunión» que acabaste de crear aparezcan en tus listados de actividades pendientes para el día o la semana. Lo vas a ver en el módulo de inicio como «Mis tareas pendientes» y como «Mis reuniones». Esto confirma que has podido organizar tu trabajo de manera eficiente.

Módulo 2: Casos (tickets) —

Objetivo: que puedas recordar que la profesionalización del soporte depende de asegurar que cada interacción de servicio quede registrada y contextualizada.

Repaso 2. 1. Importancia del caso

1. Un caso o *ticket* es un registro dentro del sistema de gestión ZOHO CRM (y otros) en el que dejamos por escrito una solicitud/reclamo específico de un cliente que necesita ser trabajada y resuelta por alguien de algún equipo.
2. Siempre es importante tener presente cuándo se crea un caso: ante la falla de un producto, ante una atención no grata

cuando lo atendieron en el restaurante o hasta cuando no le enviamos lo que solicitó por teléfono. Por este motivo, debes estar atento a la voz del cliente.

Repaso 2. 2. Multicanalidad y los casos

1. **Multicanalidad:** son las formas que tiene la pyme en la que estás trabajando para que el cliente se contacte. Actualmente, se usan más medios digitales; aun así, recordemos que hay más de uno. Repasemos.
 - Atención presencial: la primera forma de contacto y de expresión de un pedido, una queja o un reclamo, en la sucursal o la casa matriz de las empresas se mantiene aún una mínima presencia de clientes.
 - Nota por escrito: segunda vía, las notas formales que al día de hoy siguen vigentes ya sea que el cliente las deja en forma personal o que llega por entes de gobierno como defensorías del consumidor, etcétera.
 - Llamada telefónica: la tercera más antigua, con la expansión y crecimiento que tuvieron a partir de los años 90 los *call centers* en nuestra provincia, impulsó este sistema de contacto.

- Correo electrónico: ya casi en desuso salvo los clientes empresas que cruzan a diario muchos correos para asegurarse el haber cursado un reclamo para protegerse de «pérdidas» de información o reclamos enviados.
 - Página web: existen espacios como «Contáctanos» con un breve formulario para que el cliente deje asentado su pedido. Hoy existen, pero está siendo poco usado.
 - Redes sociales: Facebook, X, Instagram. Todas poseen alta visibilidad y tienen el sistema de Mensajería habilitado.
 - WhatsApp: la más poderosa vía de comunicación, dado que permite hacer consultas, reclamos, pedidos y hasta quejas de una forma efectiva y rápida.
2. **Importancia:** si bien todas las vías están disponibles para contactar a la pyme en la que estás trabajando, al ser tantas y con los pocos recursos o empleados que se puede atender todo al mismo tiempo es fundamental que se centren en tres como máximo para evitar caer en una «no respuesta» y aumentar el nivel de insatisfacción.

Repaso 2. 3. Historial de interacciones

1. **Entra en el contacto:** vuelve ahora a la ficha principal del contacto que hayas creado (nuestro ejemplo aquí era «Juan Pérez»).
2. **Revisa el historial:** en la ventana que se abrió, vas a ver que dice «Visión general» y otra sección llamada «Cronología». Ahí dentro vas a ver el «Historial de línea de tiempo» y el casos o los casos que se les haya creado se verán allí, siempre que la nota interna que hayan cargado sea visible.
3. **Conclusión:** este simple repaso te recuerda cómo, al vincular todo, puedes evitar papelones o una atención de baja calidad y ofrecer una atención personalizada, como si tuvieras un historial de chat siempre abierto.

Módulo 3: Ejercicios de informes —

Objetivo: practicar la visualización de informes y la personalización de la vista, entendiendo que la versión gratuita tiene limitaciones.

Tarea 3. 1. Consultar un informe

1. **Acceso:** ingresa al módulo «Informes» (o Reports).
2. **Selecciona:** haz clic en «Todos los informes».

3. Elige uno de los informes de la lista.
4. **Visualiza:** vas a ver una serie de columnas con nombres; recuerda que por ser una versión gratuita e inicial no vas a ver información o datos allí (tendrás todo en blanco debajo).
5. **Versión paga:** vas a poder entrar al informe y verificar la información dentro. Los datos que encontrarás dependerán del tipo de informe.

Tarea 3. 2. Personalización, gráfico y exportación

1. **Editar:** abre el informe estándar que usaste en la tarea 3.1 (**consultar un Informe**) y haz clic en el botón «Editar».
2. **Quita una columna:** ahora, ve a la sección **Columnas** y arrastra o elimina un campo de la vista del informe. Para arrastrar, a la izquierda del nombre de la columna verás tres rayas horizontales para moverla. Para eliminar, usa la x a la derecha del nombre de la columna. Dale a «Guardar».
3. **Añade un gráfico:** asegúrate de que el gráfico del informe esté visible y úsalo para validar si hay alguna tendencia mensual o estacional clara.
4. **Exportar:** en la ventana en la que ves todos los informes, haz clic en los tres puntitos al lado del nombre del informe y se abren

tres opciones. Dale a **Exportar** y descarga el informe en formato **PDF** (el formato más seguro para presentar).

- **Nota 1 (limitación gratuita):** cuando lo hagas, te aparecerá un mensaje que dice «no se encontraron datos en este informe. No se puede exportar un informe vacío». Esto se debe a que, al no poseer datos, no se puede exportar un informe.
- **Nota 2 (limitación gratuita):** si eliges Excel o CSV, acuérdate de que esta versión tiene un límite máximo de **dos mil filas** por exportación.

Cierre del módulo 4

¡Listo! Has completado ya el ciclo de aprendizaje de Zoho CRM para pymes de Córdoba. Ya tienes todas las herramientas operativas necesarias para destacarte en un ambiente laboral exigente, con visión de crecimiento y muchos desafíos para superarte día a día. Entonces, resumiendo, ya sabes los siguientes aspectos:

- capturar y dar seguimiento a tus clientes (M1).
- Profesionalizar la atención y soporte (M2).

- Analizar tu gestión y dejar de adivinar (M3).

Recordatorio final: el CRM es una herramienta. Su verdadero valor reside en la disciplina y en usarlo todos los días para anotar cada interacción. ¡El éxito profesional y de la pyme depende de ello!

CONTINUAR