

BRIEF DE IMPLEMENTACION CRM

Empresa: [Nombre de la empresa]

Por RaySantanaMX | Porque todo es mejor con un videíto
youtube.com/@RaySantanaMX

| Usa este documento como guía para hacer el levantamiento de información antes de implementar cualquier CRM.

SECCION 1: DATOS GENERALES DEL NEGOCIO

Esta sección captura la información básica de la empresa. Es el punto de partida de cualquier implementación de CRM.

Nombre comercial	
Razón social	
RFC	
Giro / Actividad	
Años en operación	
No. de empleados	
Ingresos anuales aprox.	
Ciudad / Estado	
Página web	
Redes sociales	
Correo principal	
Teléfono de contacto	

1.1 Estructura del equipo

Lista los roles principales del negocio. Esto define como se configurarán usuarios, roles y permisos en el CRM.

Nombre del colaborador	Cargo / Rol	Acceso al CRM (Admin/Usuario/Solo lectura)
	Dueño / Director	Administrador
	Vendedor / Atención / Marketing	Usuario
	Producción / Obrero	Solo lectura

SECCION 2: DIAGNOSTICO DEL PROCESO ACTUAL DE VENTAS

Antes de configurar cualquier CRM, hay que entender como vende el negocio HOY. Sin este diagnóstico, la implementación no tendrá sentido.

2.1 Canales actuales de captación de clientes

Canal de captación	<input type="checkbox"/> WhatsApp <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Sitio Web <input type="checkbox"/> Referidos <input type="checkbox"/> Llamada directa <input type="checkbox"/> Mostrador / presencial <input type="checkbox"/> Otro
Canal principal	<input type="checkbox"/> (anota el #1)
Volumen mensual	<input type="checkbox"/> 1-10 contactos <input type="checkbox"/> 11-50 contactos <input type="checkbox"/> 51-200 contactos <input type="checkbox"/> Mas de 200

2.2 Flujo actual del proceso de ventas

Describe paso a paso que pasa desde que un cliente potencial te contacta hasta que compra (o no compra). No hay respuestas incorrectas.

#	Etapa del proceso	Como lo hacen actualmente (herramienta, responsable, tiempo)
1	Primer contacto del cliente	
2	Solicitud de información / cotización	
3	Envío de cotización	
4	Seguimiento post-cotización	
5	Cierre / Confirmación de pedido	
6	Producción del pedido	
7	Entrega y cobro	
8	Seguimiento post-venta	

2.3 Herramientas actuales de gestión

Donde registran clientes	<input type="checkbox"/> WhatsApp <input type="checkbox"/> Excel / Hoja de cálculo <input type="checkbox"/> Libreta física <input type="checkbox"/> Google Sheets <input type="checkbox"/> Otro CRM <input type="checkbox"/> No registran
Donde guardan cotizaciones	<input type="checkbox"/> WhatsApp <input type="checkbox"/> Word / PDF manual <input type="checkbox"/> Google Docs <input type="checkbox"/> Sistema de facturación <input type="checkbox"/> No guardan
Como hacen seguimiento	<input type="checkbox"/> Memoria del vendedor <input type="checkbox"/> Recordatorios en celular <input type="checkbox"/> WhatsApp <input type="checkbox"/> Agenda física <input type="checkbox"/> No hacen seguimiento
Sistema de facturación	<input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> SAT / CFDI manual <input type="checkbox"/> ERP <input type="checkbox"/> Otro

SECCION 3: DOLORES Y OBJETIVOS DEL NEGOCIO

Esta es la sección más importante del brief. Definir los problemas reales y los objetivos concretos determina que se configura y que no.

3.1 Principales problemas actuales

Marca todos los que apliquen y agrega detalles en el espacio de notas.

?	Problema	Notas / detalle
<input type="checkbox"/>	Se pierden pedidos o solicitudes por falta de seguimiento	
<input type="checkbox"/>	No se sabe cuántos clientes potenciales hay en proceso	
<input type="checkbox"/>	Las cotizaciones se hacen de forma manual y tardan mucho	
<input type="checkbox"/>	No hay registro histórico de lo que ha comprado cada cliente	
<input type="checkbox"/>	Los pedidos se olvidan o se entregan tarde	
<input type="checkbox"/>	No se sabe cuánto se vendió ni cuanto se perdió en el mes	
<input type="checkbox"/>	El equipo no tiene claridad de sus tareas del día	
<input type="checkbox"/>	Se pierde tiempo respondiendo preguntas repetitivas	
<input type="checkbox"/>	No hay control de inventario de insumos o productos	
<input type="checkbox"/>	Los clientes no reciben confirmaciones o recordatorios automáticos	

3.2 Objetivos con el CRM

Objetivo	Indicador de éxito	Plazo esperado
Tener todos los prospectos en un solo lugar	0 prospectos perdidos por mes	1er mes
Enviar cotizaciones más rápido	Cotización en menos de 15 min	1er mes
Dar seguimiento automático a clientes	Tasa de cierre mayor al 40%	2do mes
Conocer el historial de cada cliente	100% clientes con ficha completa	2do mes

SECCION 4: MODULOS A CONFIGURAR

Define cuales módulos del CRM se van a implementar en este proyecto. Marca Si/No según la necesidad del negocio y anota la prioridad de cada uno.

4.1 Módulos principales

Modulo	Incluir en configuración	Prioridad
Prospectos	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Cuentas (clientes)	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Contactos	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Oportunidades (pipeline de ventas)	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Cotizaciones	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Pedidos de venta	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Tareas y eventos (calendario)	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Casos (atención al cliente)	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Media
Productos / Catalogo	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Servicios	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Media
Facturas	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Media
Orden de compra	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Baja

4.2 Módulos de marketing y comunicación

Modulo	Incluir en configuración	Prioridad
Campañas de marketing	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Media
Formularios web	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Plantillas de correo	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Servidor de correo (SMTP)	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Integración WhatsApp	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Integración Facebook Leads	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Media
Integración Mailchimp	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Baja
Integración Telegram	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Baja
Encuestas de satisfacción	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Baja

4.3 Módulos avanzados

Modulo	Incluir en configuración	Prioridad
Flujos de trabajo / Automatizaciones	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Proyectos e hitos	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Media
Contratos de servicio	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Media
Documentos	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Media
Reportes y tablero	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Portal del cliente	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Baja
Kanban view	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Alta
Google Drive	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Baja
Calendario / Calendly	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Media
Mantic IA	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Media

SECCION 5: CONFIGURACION DE PROSPECTOS Y PIPELINE

5.1 Etapas del embudo de ventas (Pipeline)

Define las etapas por las que pasa un prospecto desde que te contacta hasta que se convierte en cliente. Estas etapas se configuran en el módulo de Oportunidades.

#	Etapas	Que sucede en esta etapa	% Probabilidad
1	Nuevo contacto	Cliente llega por primera vez (WhatsApp, formulario, etc)	10%
2	Calificando	Se valida si el cliente tiene presupuesto y necesidad real	20%
3	Cotización enviada	Se envió propuesta formal	40%
4	Negociando	El cliente revisa o negocia la propuesta	60%
5	Pedido confirmado	El cliente acepto y pago o aparto con anticipo	90%
6	Cerrada ganada	Pedido entregado y cobrado	100%
7	Cerrada perdida	Cliente no siguió adelante	0%

5.2 Origen de los prospectos

Define de donde llegan tus clientes para poder segmentarlos y medir cual canal funciona mejor.

Orígenes activos	<input type="checkbox"/> WhatsApp <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Sitio Web / Formulario <input type="checkbox"/> Boca a boca / Referidos <input type="checkbox"/> Llamada directa <input type="checkbox"/> Mostrador físico <input type="checkbox"/> Google <input type="checkbox"/> Conferencia / Evento
Origen con mayor conversión	<input type="checkbox"/> (anota el canal que más clientes cierra)

SECCION 6: AUTOMATIZACIONES A CONFIGURAR

Las automatizaciones son el corazón del CRM. Define cuales acciones quieres que el sistema haga solo, sin intervención humana.

?	Automatización	Canal de envío	Prioridad
<input type="checkbox"/>	Bienvenida automática a nuevo prospecto	Correo / WhatsApp / Telegram	Alta
<input type="checkbox"/>	Notificación al vendedor cuando llega un nuevo lead	Correo	Alta
<input type="checkbox"/>	Recordatorio de seguimiento a cotización no respondida	Correo / WhatsApp	Alta
<input type="checkbox"/>	Confirmación automática de pedido al cliente	Correo / WhatsApp	Alta
<input type="checkbox"/>	Mensaje de agradecimiento cuando se cierra la venta	Correo / WhatsApp	Media
<input type="checkbox"/>	Alerta cuando una oportunidad lleva más de X días sin actividad	Correo	Alta
<input type="checkbox"/>	Encuesta de satisfacción post-entrega	Correo	Media
<input type="checkbox"/>	Aviso de vencimiento de contrato o póliza	Correo	Media
<input type="checkbox"/>	Cambio automático de estado de cuenta según etapa de venta	Interno (CRM)	Alta
<input type="checkbox"/>	Creación automática de tarea de seguimiento al convertir prospecto	Interno (CRM)	Alta

SECCION 7: CATALOGO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Define el catálogo inicial de productos que se cargara en el CRM para generar cotizaciones y pedidos.

Nombre del producto/servicio	Línea / Categoría	Unidad de medida	Precio de lista	Aplica IVA
Producto 1	Linea1	Pieza	\$	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Producto 3	Linea1	Pieza	\$	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Producto 4	Linea1	Pieza	\$	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Producto 5	Linea2	Docena	\$	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Producto 6	Linea3	Docena	\$	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Producto 7	Linea2	Evento	\$	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Producto 8	Linea1	Entrega	\$	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
			\$	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
			\$	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No

SECCION 8: INTEGRACIONES Y CONFIGURACION TECNICA

Proveedor de correo actual	Gmail / Outlook / Otro: _____
Numero de WhatsApp Business	
Página de Facebook (nombre)	
Cuenta de Google Drive	Si / No
Cuenta de Mailchimp	Si / No
Cuenta de Calendly	Si / No
Dominio del sitio web	
Servidor de correo SMTP disponible	Si / No / No se
Sistema de facturación actual	
Moneda principal	MXN / USD / Otra
Zona horaria	America/Mexico_City
Formato de fecha preferido	DD/MM/AAAA

8.1 Formularios web a crear

Nombre del formulario	Modulo destino	Campos requeridos
Solicitud de pedido personalizado	Prospectos	Nombre, WhatsApp, tipo de pastel, fecha entrega
Cotización rápida	Prospectos	Nombre, correo, producto, cantidad
Contacto general	Prospectos	Nombre, correo, mensaje

SECCION 9: PLANTILLAS DE CORREO A CREAR

Define las plantillas de correo que se usaran en las automatizaciones y en el proceso de ventas.

Nombre de la plantilla	Cuando se usa	Incluir en automatización
Bienvenida y agradecimiento	Al recibir nuevo prospecto	Si
Cotización personalizada	Al enviar cotización formal	Si
Seguimiento de cotización	2 días sin respuesta	Si
Confirmación de pedido	Al confirmar y recibir anticipo	Si
Recordatorio de entrega	1 día antes de la entrega	Si
Agradecimiento post-venta	Al marcar oportunidad ganada	Si
Encuesta de satisfacción	3 días después de entrega	Media
Oferta especial / cumpleaños	Campaña mensual	No

SECCION 10: ALCANCE, TIEMPOS Y PLAN DE IMPLEMENTACION

10.1 Cronograma de implementación sugerido

Semana	Fase	Actividades	Estado
Semana 1	Configuración base	Perfil, empresa, usuarios, roles, permisos, moneda, correo SMTP, módulos esenciales	<input type="checkbox"/>
Semana 1	Módulos de ventas	Prospectos, Cuentas, Contactos, Oportunidades, pipeline, campos personalizados	<input type="checkbox"/>
Semana 1	Catalogo	Productos, servicios, lista de precios, impuestos	<input type="checkbox"/>
Semana 2	Documentos comerciales	Cotizaciones, pedidos de venta, facturas, términos y condiciones	<input type="checkbox"/>
Semana 2	Comunicación	Plantillas de correo, formularios web, integración WhatsApp, Facebook	<input type="checkbox"/>
Semana 2	Automatizaciones	Flujos de trabajo: prospectos, oportunidades, cotizaciones, cuentas, casos	<input type="checkbox"/>
Semana 2	Pruebas y ajustes	Simulación de caso real, ajuste de campos y flujos	<input type="checkbox"/>

NOTAS ADICIONALES Y ACUERDOS

Usa este espacio para anotar cualquier requerimiento especial, acuerdo entre las partes, o información relevante que no cabe en las secciones anteriores.

Porque todo es mejor con un videíto

RaySantanaMX | [youtube.com/@RaySantanaMX](https://www.youtube.com/@RaySantanaMX)
[instagram.com/RaySantanaMX](https://www.instagram.com/RaySantanaMX) | [tiktok.com/@RaySantanaMX](https://www.tiktok.com/@RaySantanaMX)