

# Guía de implementación de Zoho CRM para PYMEs



**Zoho**  
**CRM**



# ¿Quién puede utilizar este documento?

Esta guía ayudará a aquellos usuarios que son responsables de administrar el sistema CRM en tu empresa, a aquellos que buscan implementar Zoho CRM por primera vez en tu negocio o a aquellos que desean migrar a Zoho CRM desde otras soluciones CRM.

## ¿Qué retos se abordarán en este documento?

- **Implementación incorrecta:** Esta guía te llevará paso a paso a través de la implementación.
- **Funciones limitadas en CRM que restringen el crecimiento de la empresa:** Nuestra amplia gama de funcionalidades responderá a los requisitos específicos de tu empresa.expanding business.
- **Falta de métricas para medir el éxito del proyecto de CRM:** Esta guía te ayudará a identificar tus objetivos empresariales para que puedas configurar el sistema en consecuencia y tomar decisiones basadas en datos.
- **Escasa adopción por parte de los usuarios:** Los documentos de formación necesarios ayudarán a tus equipos a adoptar el nuevo sistema Zoho CRM.

## ¿Cuáles son los beneficios de usar Zoho CRM?

- Visión holística de los clientes y sus datos
- Mejor gestión de contactos y tratos
- Automatizar el seguimiento de las ventas
- Seguridad de los datos del negocio y de los clientes
- Mayor coordinación y eficiencia dentro de los equipos
- Mejorar la comunicación con los clientes
- Espectro más amplio para analizar las métricas de ventas y marketing

## Plan de implementación

- Identifica tus objetivos de ventas y marketing
- Plasma tu proceso de ventas y marketing en Zoho CRM
- Identifica a los miembros de tus equipos que tendrán acceso a CRM

## Tabla de contenidos

<b>Introducción</b>	1
<b>Estrategia de implementación.</b>	3
<b>Plan de implementación.</b>	4
Define tus objetivos de negocio	4
Documenta, analiza e identifica tus procesos de negocio	6
Identifica los roles clave que te ayudarán a comprender cada aspecto de tu negocio	13
<b>Comienza implementando Zoho CRM</b>	15
Configura los detalles básicos de tu empresa.	15
Personaliza la cuenta y configura los módulos principales	16
Identifica los usuarios que accederán a Zoho CRM y configura sus roles y perfiles.	22
Identifica Usuarios	23
Crea Roles	24
Crea Perfiles	25
Añade usuarios e invítalos a Zoho CRM	29
Activa la seguridad de tus datos	29
Establece las reglas de visibilidad y acceso de datos	29
Configura la integración de correo electrónico y los procesos de generación de leads	30
Establece procesos básicos de automatización	32
Importa tus datos a Zoho CRM	32

# Introducción

Las empresas se clasifican como pequeñas y medianas en función de su número de empleados y de la facturación anual. En este tipo de empresas, el plan de negocio se centra principalmente en el crecimiento, ya que prueban continuamente nuevas formas de relacionarse con sus clientes y alinean sus estrategias de ventas para obtener el máximo beneficio. El uso de una solución de software puede ayudarles a dirigir el negocio sin esfuerzo; sin embargo, la implementación de un nuevo software en un ecosistema en constante cambio y crecimiento tiene su conjunto de desafíos.

Hemos identificado algunos desafíos comunes que la mayoría de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) se enfrentan al adoptar un nuevo sistema. Hemos mapeado los desafíos a los atributos de Zoho CRM, que ayudarán a planificar el enfoque correcto y necesario para la implementación de Zoho CRM.

Desafío	Solución	¿Qué ofrece Zoho CRM?
Las crecientes necesidades de las PYMEs pueden no coincidir con la funcionalidad del CRM	Amplio rango de funcionalidades que satisfagan todas las necesidades	No tienes que preocuparte por las limitaciones de almacenamiento o funcionalidades para tu negocio en crecimiento. Las ediciones de Zoho CRM y su amplia gama de funciones pueden utilizarse fácilmente en empresas en constante crecimiento.
Dificultades en la migración de los datos	Una configuración sencilla de migración	La configuración de la migración está pensada para permitir una importación rápida de archivos y también permite mantener relaciones de datos con notas, anexos, etc. Puedes evitar que se introduzcan duplicados en la nueva base de datos y tomar medidas para eliminar los duplicados existentes tras la migración.

Desafío	Solución	¿Qué ofrece Zoho CRM?
Falta de métricas para medir el éxito y otros elementos clave de la empresa	Cuadros de mandos e informes analíticos integrados para medir el crecimiento del negocio	Zoho CRM puede ayudarte a establecer objetivos definidos y ejecutar informes para medir tus éxitos y fracasos y tomar decisiones basadas en datos.
Pobre adopción de usuario	Materiales, documentos formativos, e-books y otros recursos	Programas de formación para aprender directamente de los especialistas cómo aprovechar al máximo Zoho CRM, documentación exhaustiva y apoyo de los equipos de Zoho que ayudarán a tu equipo a adoptar el nuevo sistema CRM.
Implementación incorrecta	Documentar el proceso empresarial, relacionarlo con Zoho CRM y aplicar cada paso	Esta guía de implementación te ayudará a planificar, redactar y ejecutar con éxito el proceso de implementación.

# Estrategia de implementación

La configuración de CRM para tu empresa sólo termina cuando se completa el ciclo completo de planificación, implementación y despliegue a los empleados. Aunque las empresas invierten en adquirir sistemas CRM de primera categoría, dedican menos tiempo y recursos a la implantación. Como resultado, muchas empresas fracasan en la adopción de CRM aunque superen el obstáculo inicial de implantarlo para su negocio. Te sugerimos las siguientes buenas prácticas que puede seguir para lograr una implantación satisfactoria.

## Planificación

Define los objetivos y estrategias de tu empresa y planifica las actividades de implementación en torno a ellos.

## Análisis

Confirma tus requisitos, analízalos y comprende el alcance en el entorno del CRM.

## Diseño

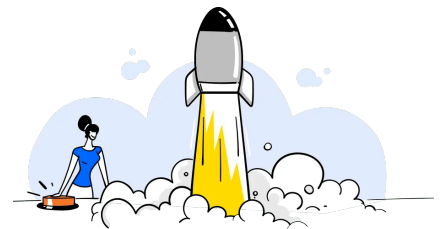
Revisa tus procesos empresariales y compáralos con el sistema CRM para alinearlos con tu negocio. Analiza las integraciones necesarias y prepara los datos para la migración.

## Validación

Evalúa la implementación en un entorno de prueba dando acceso a tu equipo de ventas a la nueva cuenta de CRM.

## Despliegue

Despliega el CRM. Continúa formando a los miembros de tu equipo con documentación, materiales de formación y otros recursos pertinentes.



# Estrategia de implementación

La planificación es la piedra angular del proceso de implementación. Es el paso más crucial y preparatorio que sentará las bases de una implantación con éxito. Para una planificación adecuada es necesario

- Definir tus objetivos de negocio
- Documentar, analizar e identifica tus procesos de negocio
- Identificar a los roles clave que te ayudarán a entender cada aspecto de tu negocio

## Define tus objetivos de negocio

Ten un esquema claro de lo que quieres lograr mediante la implementación de una solución CRM. Las siguientes preguntas pueden ayudarte a obtener una respuesta.

- ¿Qué estoy tratando de lograr usando Zoho CRM?
- ¿Cuáles son mis prioridades clave de negocio?
- ¿Cuáles son mis planes de negocio y cómo planeo alcanzarlos?

Enumerar tus objetivos de negocio te ayudará a determinar lo que quieres medir en tu sistema CRM

### Ejemplos de objetivos de negocio:

Objetivo de negocio	¿Cómo planeas alcanzarlo?	Qué buscar en un CRM
Incrementar la satisfacción de los clientes	Mejor customer engagement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Segmentar a los clientes en función de sus intereses, preferencias y patrones de compra y planifica estrategias de marketing específicas.</li> <li>- Involucrar a los clientes mediante seguimientos automáticos y con presencia en redes sociales.</li> </ul>
Incrementar las ventas y la eficiencia de los procesos	Identificar y eliminar desajustes en el proceso de ventas	Agilizar tus procesos empresariales en tu CRM y automatiza los procesos esenciales para aumentar la productividad.

Objetivo de negocio	¿Cómo planeas alcanzarlo?	Qué buscar en un CRM
Reducir el tiempo y coste operacional	Automatizar procesos o acciones manuales y repetitivas	Utilizar flujos de trabajo y macros para automatizar acciones repetitivas
Aumentar la venta cruzada y aumentar la retención de clientes	Centraliza todos los datos relacionados con el cliente para ofrecer a todos los equipos una visión holística del ciclo de ventas del cliente	Disponer de los datos de los clientes, sus interacciones en las redes sociales, comunicaciones por correo electrónico y solicitudes de asistencia desde un mismo lugar.

**Hoja de actividades - Introduce los objetivos de tu empresa (Consulta el Apéndice I para descargar la hoja de actividades completa)**

Objetivos de negocio	¿Cómo planeo alcanzarlos?	Qué buscar en un CRM



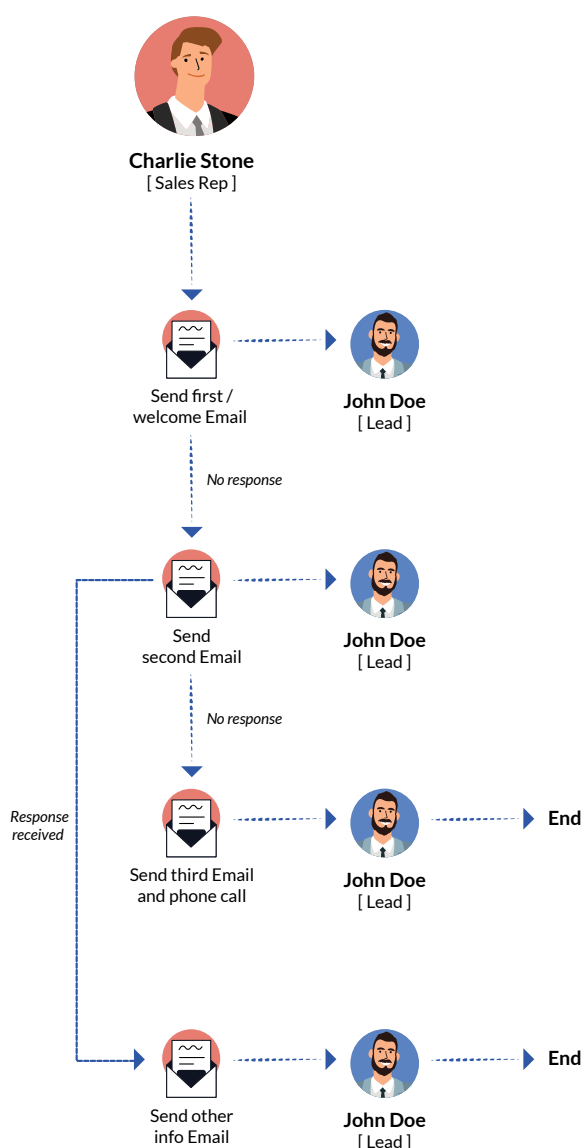
# Documenta, analiza e identifica tus procesos de negocio

Haz una lista de los procesos que se siguen en tu empresa, analízalos, evalúa su eficacia y realiza las modificaciones necesarias antes de trasladarlos a CRM.

## Documenta tus procesos de ventas y marketing

Describe todos los elementos de tu proceso y asegúrate de que tu equipo comprende claramente los procesos que se implementarán en CRM. La creación de un diagrama de flujo proporcionará una imagen más clara y también servirá como material de referencia durante la implantación real.

### Ejemplo de diagrama de flujo de un proceso de seguimiento de clientes potenciales:



#### Puedes crear un diagrama de flujo de:

- ¿Cómo reúnes y cualificas a tus clientes potenciales?
- ¿Cómo los clientes potenciales navegan por tu canal de ventas hasta convertirse en clientes?
- La rutina de seguimiento de los prospectos.
- El proceso de ejecución de campañas de marketing.
- El proceso de recepción de pagos tras el cierre del trato

Haz una lista de los métodos que se utilizan en las diferentes etapas del embudo de ventas, es decir, desde la captación de clientes potenciales hasta el cierre de la operación.

## Ejemplo de proceso de ventas

**Consejo:** Los procesos de ventas pueden variar de un negocio a otro (por ejemplo, B2B, B2C, B2B2B, o B2B2C), pero las etapas básicas que intervienen en la calificación de un cliente potencial para cerrar un trato no difieren mucho (por ejemplo, calificación, presentación, negociación, etc.). En Zoho CRM, puedes gestionar fácilmente las etapas de acuerdo para tu proceso de ventas.

## Ejemplo de fases de venta

Fase de ventas	Descripción	Procesos involucrados
Generación de leads	Es la primera etapa del proceso de ventas y consiste en captar leads de diversas fuentes	Ferias, webinars, conferencias, formularios web, llamadas, anuncios de Google o redes sociales
Distribución, calificación y seguimiento de leads	Asignar leads para ponerse en contacto cuanto antes. Establecer un contacto inicial con los leads e identificar a los clientes más interesados	Llamadas de teléfono, correo electrónico o redes sociales
Conversión de leads	Convertir los leads que desean comprar en contactos o clientes reales	Conversión manual o mediante la herramienta de conversión de leads
Propuesta de presupuesto	Decidir el importe y compartir el presupuesto con los clientes	Seguimiento a través de teléfono, email o en persona
Negociación	Ajustar el importe del trato a las expectativas del cliente	Seguimiento a través de diferentes puntos de contacto
Trato ganado/perdido	El acuerdo es aceptado o rechazado	Actualizaciones de campos, comunicaciones a través de email o teléfono. Informar al manager o al equipo

## Hoja de actividades - Documenta tu proceso de ventas. (Consulta el Apéndice II para descargar la hoja de actividades completa)

Fase de ventas	Descripción	Procesos involucrados

## Analiza tus procesos de negocio

Una vez que tengas el proceso documentado, analizar cada etapa y los pasos implicados te da la oportunidad de encontrar un enfoque más eficiente para llevarlo a cabo. Examina las etapas anteriores para identificar y subsanar las deficiencias antes de implantar los procesos en CRM. El mejor enfoque es obtener aportaciones de los empleados que siguen regularmente los pasos:

- ¿Qué pasos suelen causar retrasos en la ejecución del proceso?
- ¿Qué pasos crean cuellos de botella?
- ¿Qué pasos causan problemas a los comerciales y otros miembros del equipo?

## Ejemplos de pasos a analizar

Fase del proceso	Análisis
Consultas	¿Se asignan y gestionan correctamente todas las consultas?
Acogida de leads	¿Reciben todos los nuevos leads de un país determinado un correo electrónico de bienvenida personalizado?
Recordatorios	¿Los comerciales envían estos correos a tiempo para cada cliente?
Negociación	¿Los descuentos y beneficios están aprobados por los directivos según las directrices?
Notificación	¿Reciben los comerciales los recordatorios adecuados para las actividades de seguimiento y se notifica a los directores de ventas el cierre de las operaciones?
Acciones programadas	¿Existen tareas, seguimientos o actividades que tu equipo realiza regularmente?

**Hoja de actividades - Introduce los pasos a analizar. (Consulta el Apéndice III para descargar la hoja de actividades completa)**

Fase del proceso	Análisis

## Documenta tus procesos de ventas y marketing

Una vez que hayas terminado de analizar los procesos, es hora de asignarlos a las funciones de CRM adecuadas. La creación de un diagrama de flujo te proporcionará una representación visual del proceso (como el seguimiento de leads anterior).

- El grado de personalización que necesitas realizar antes de introducir sus datos en Zoho CRM.
- Los procesos o pasos que tendrás que automatizar.
- Las aplicaciones de terceros que necesitas integrar con CRM.

**Consejo:** Este paso también te ayudará a decidir qué edición de CRM debes adquirir en función de las funciones que admita.

## Ejemplos de procesos y su documentación con las funciones de CRM

Fase de ventas	Procesos involucrados	Asignación a funciones del CRM
Generación de leads	Ferias, webinars, conferencias, formularios web, llamadas, anuncios de Google o redes sociales	<a href="#">Formularios web, integración con Google, APIs para redes sociales (X y Facebook)</a>
Distribución, calificación y seguimiento de leads	Llamadas de teléfono, correo electrónico o redes sociales	<a href="#">Reglas de asignación de leads, Telefonía, Integración de correo electrónico, Mejor hora de contacto.</a>
Conversión de leads	Conversión manual o mediante la herramienta de conversión de leads	<a href="#">Herramienta integrada de conversión, Conversión automática utilizando flujos de trabajo, Reglas de puntuación y Predicciones de Zia</a>
Propuesta de presupuesto	Seguimiento a través de teléfono, email o en persona	<a href="#">Flujos de trabajo, Procesos de aprobación, Herramientas de automatización</a>
Negociación	Seguimiento a través de diferentes puntos de contacto	<a href="#">Flujos de trabajo y SalesInbox para el seguimiento de leads</a>

Fase de ventas	Procesos involucrados	Asignación a funciones del CRM
Trato ganado/perdido	Actualizaciones de campos, comunicaciones a través de email o teléfono. Informar al manager o al equipo	<a href="#">Flujos de trabajo y colaboración de equipos con soluciones como Feeds o notificaciones de Cliq</a>

## Hoja de actividades - Identifica tu proceso de ventas (Consulta el Apéndice IV para descargar la hoja de actividades completa)

Fase de ventas	Procesos involucrados	Asignación a funciones del CRM

Otra cosa que debes hacer junto con el mapeo de características es identificar el lenguaje de tu negocio y comprobar su similitud con la terminología por defecto de Zoho CRM. Por ejemplo:

- Si eres una empresa de comercio electrónico, tu negocio utilizará términos como productos al por mayor, carritos de la compra, códigos de descuento, inscripciones, reembolsos y facturas.
- Si es una empresa inmobiliaria, tu negocio utilizará términos como listados de propiedades, agentes, garantía, depósito, superficie construida.

Mapear las terminologías de CRM con las de tu negocio te ayudará a personalizar tu cuenta de CRM y a mantenerla lista para migrar los datos. He aquí un ejemplo de lista comparativa del sector inmobiliario

Terminología en Zoho CRM	Terminología de negocio
Leads	Consultas
Contactos	Clientes
Cuentas	Compañías
Productos	Activos
Proveedores	Intermediarios

**Hoja de actividades - Relaciona la terminología de CRM con los términos de negocio (Consulta el Apéndice V para descargar la hoja de actividades completa)**

Terminología en Zoho CRM	Terminología de negocio

## Identifica los roles clave que te ayudarán a comprender cada aspecto de tu negocio

Si un CRM elegido por la alta dirección se impone a los equipos de ventas sin su consentimiento, puede conducir al fracaso. Además, las posibilidades de rechazo pueden ser mayores si no se cuenta con las personas adecuadas desde el principio. Puede que no todo el mundo esté de acuerdo con el cambio y con un nuevo CRM, pero es necesario contar con la combinación adecuada de personas que desempeñen distintas funciones y que estén dispuestas a escuchar desacuerdos, opiniones diferentes y sugerencias para que la implantación del CRM sea un éxito. A continuación te ofrecemos una lista de los principales integrantes de un equipo de implantación

Miembros en la empresa	Rol en el proceso de implementación
Líder	Esta persona dirige al equipo hacia el éxito y es la clave para impulsar un proyecto de implementación. Se trata de un gestor de proyectos que conoce las ventajas de un CRM, conoce bien los procesos empresariales y está dispuesto a experimentar con nuevos métodos. Tu gestor de proyectos debe ser el experto en la materia que pueda contribuir a la implantación general del CRM.
Solicitante	Esta persona es uno de los mayores motivadores durante la implementación. Es el responsable de ventas que mantendrá motivado a su equipo de ventas para sacar el máximo partido del CRM. Tendrá información detallada sobre los informes exactos que se necesitan, los distintos flujos comerciales que hay que capturar y lo que no funciona en el sistema actual y lo que hay que arreglar en el nuevo CRM.
Usuario real	Los usuarios reales son personas de todos los grupos de usuarios clave, como los representantes de ventas y los responsables de marketing. Para obtener un rendimiento completo de tu inversión en CRM, tus representantes de ventas tienen que ver un valor real en él. Garantiza una participación equitativa de ellos, ya que son los que utilizarán Zoho CRM a diario y tendrán comentarios y puntos de vista útiles que pueden tenerse en cuenta desde el primer día. Para obtener retroalimentación constructiva, también puedes tener discusiones en línea y encuestas con grupos focales que incluyan representantes de ventas que han estado en la empresa durante mucho tiempo y los que son bastante nuevos. Es mejor incluirlos de esta forma que lanzarles una cuenta CRM completamente desconocida.



Miembros en la empresa	Rol en el proceso de implementación
Administrador	Desempeñan un papel fundamental al tender un puente entre tu CRM y los usuarios que lo utilizan. Con un buen conocimiento del producto, los administradores de CRM gestionan los requisitos de varios equipos de usuarios para asignar sus procesos empresariales a CRM. No sólo configuran el CRM, sino que trabajan constantemente en ideas para mejorar el uso del CRM y la adopción por parte de los usuarios.
Responsable de la toma de decisiones	Los responsables de la toma de decisiones son el grupo de personas que quieren ver crecer el negocio y suelen ser los altos cargos de la empresa que va a adoptar Zoho CRM. Viven con el ejemplo y están listos para ver el CRM en acción. Ellos te apoyarán de muchas maneras para seguir adelante y demostrar gran interés en conseguir que el CRM funcione.

## Hoja de Actividades - Identifica los roles clave en tu empresa (Consulta el Apéndice VI para descargar la hoja de actividades completa)

Miembros en la empresa	Rol en el proceso de implementación
Líder	Project Manager
Solicitante	Director de Ventas
Usuario final	Representante de ventas

# Comienza implementando Zoho CRM

Al definir los objetivos de negocio, documentar, analizar y mapear los procesos has planificado con éxito los próximos pasos involucrados en la implementación real de Zoho CRM en tu empresa.

Para comenzar la implementación, debes iniciar sesión en tu cuenta de CRM y hacer lo siguiente:

- Configura los detalles de la organización
- Personaliza la cuenta y configura los módulos básicos
- Identifica a los usuarios que accederán a CRM y establece sus funciones y perfiles
- Añade usuarios e invítalos a CRM
- Habilita la seguridad de los datos
- Establece la visibilidad de los datos y las reglas de accesibilidad
- Establece la integración del correo electrónico y los métodos de generación de leads
- Establece los procesos de automatización básicos
- Introduce datos en Zoho CRM
- Determina las métricas empresariales que deseas visualizar

## Configura los detalles básicos de tu empresa

Ve a la página Configuración de CRM y añade los siguientes datos en la sección Datos de la empresa.

Los datos que introduzcas aquí son universales para todos los usuarios que accedan a tu cuenta de CRM.

- **Nombre de la empresa, logotipo, dirección e información de contacto:** Estos datos pueden incluirse en plantillas y firmas de correo electrónico oficiales.
- **Zona horaria:** Fundamental para enviar notificaciones por correo electrónico, programar recordatorios y asignar tareas.
- **Moneda local:** Esencial para los campos de importe como Importe de la transacción, Precio del producto, etc.
- **Superadministrador:** Usuario con privilegios de administrador (perfil) que es el punto de contacto para todas las comunicaciones de facturación y suscripción de Zoho. Inicialmente, es la primera persona que crea la cuenta CRM para la organización. Posteriormente se puede cambiar a cualquier usuario con perfil de administrador por defecto.
- **Horario comercial:** Esencial para determinar la disponibilidad de un usuario para acciones automatizadas como activadores de flujos de trabajo, asignación de tareas y actividades programadas

Hay algunos ajustes más avanzados en Detalles de la empresa que puedes omitir por ahora, ya que no son obligatorios. Por ejemplo:

- **Multidivisa:** que sólo es necesario si tu empresa opera con varias divisas.
- **Año fiscal:** que se utiliza para determinar las previsiones.
- **Preferencia de jerarquía:** que se establece por defecto en Jerarquía de funciones y se puede cambiar a Jerarquía de informes en función de cómo desees que se acceda a los datos de CRM y se compartan.

## Personaliza la cuenta y configura los módulos principales

El siguiente paso en el proceso de implementación es configurar los módulos básicos (clientes potenciales, contactos, cuentas, transacciones y actividades) y adaptarlos a tu negocio:

- Cambiar el nombre de los módulos (pestañas)
- Añadir campos personalizados y especiales
- Editar las propiedades de los campos
- Crear diseños
- Crear vistas personalizadas y filtrar registros

**Cambiar el nombre de los módulos (fichas):** Ve a Configuración > Personalización > Módulos y campos, selecciona el módulo y elige Cambiar nombre en el icono más para editar los nombres de los módulos estándar. Por ejemplo, Contactos a Clientes. Ofertas a Oportunidades

**Añadir campos personalizados y especiales:** Identifica los tipos de datos que se recopilan en tu empresa, por ejemplo, fecha de inicio de ventas, tipo de producto, código de producto, ID de propiedad, número de registro, etc. y añade los campos personalizados al diseño para que, cuando importes los datos de tu empresa a CRM, puedas hacerlos coincidir con los tipos de campo correctos para evitar errores.

### Ejemplos de campos personalizados:

Nombre del campo	Tipo de campo
Fecha de venta o compra	Fecha
Tipo de producto	Lista de selección

Nombre del campo	Tipo de campo
Importe del acuerdo	Divisa
Código producto	Número
Nombre cliente	Línea de texto
Producto comprado por el cliente	Búsqueda (campo de búsqueda para el producto en el módulo Cliente)

Además de éstos, es posible que también necesites campos especiales definidos por el sistema, como términos y condiciones, impuestos, probabilidad de etapas y funciones de contacto. Puedes añadir estos campos predeterminados a la presentación. Selecciona el módulo y arrastra y suelta los campos personalizados o especiales deseados en la presentación.

**Editar las propiedades de un campo:** Al editar las propiedades de un campo, hay una serie de opciones disponibles que pueden ser útiles para tu negocio. Estas son algunas de esas opciones:

- **[Haz los campos obligatorios:](#)** Edita los campos personalizados para marcarlos como campos obligatorios, de modo que un usuario no pueda guardar el registro sin introducir un valor.
- **[No permitir valores duplicados:](#)** Marca un campo como único. Esto te permite evitar registros duplicados en tu CRM. Por ejemplo, Dirección de correo electrónico, Número de pasaporte o Número de la Seguridad Social son valores únicos que pueden ayudarte a evitar registros duplicados.
- **[Establecer permiso de campo:](#)** Especifica los permisos para los usuarios a nivel de campo. Por ejemplo, tienes un campo llamado Puntuación total del alumno. Este campo puede ser editado por los profesores pero sólo puede ser visto por los administradores de la oficina. Especifica el acceso de Lectura/Escritura para el perfil de Profesores y el acceso de Lectura para el perfil de Personal de Administración.
- **[Crea reglas de validación:](#)** Establece reglas de validación para los campos clave con el fin de garantizar que Zoho CRM impida la introducción de datos. Por ejemplo, la Universidad Zylker no acepta la solicitud de un estudiante con una nota inferior a 3 para ninguno de sus cursos. El administrador de Zylker establece una regla de validación para el campo Notas que dice: «Si Notas < 3, mostrará un mensaje de error»
- **[Marcar los campos que contienen datos personales:](#)** Si has habilitado la configuración de cumplimiento de GDPR, esta opción puede marcar el campo como que contiene datos sensibles. Los datos de estos campos no se transferirán ni compartirán en los siguientes casos: exportación de datos, uso de API e integración con otros servicios de Zoho (Books, Finance, Campaigns, etc.).

**Crear diseños:** Si tu empresa gestiona una serie de productos, servicios o aplicaciones y deseas disponer de información sobre todos ellos en Zoho CRM, suele ser mejor mantenerlos por separado para evitar una base de datos abarrotada. Puedes crear diseños para productos o servicios individuales en un único módulo. Los diseños son específicos de un módulo, por lo que puedes crearlos para el módulo que contiene la información.

Por ejemplo, una universidad puede utilizar diseños para mantener los detalles de su programa de pregrado y el programa de postgrado por separado en el mismo módulo llamado «Programas». El tipo de información recopilada de los solicitantes y el proceso de admisión es diferente para los dos programas y, con los diseños de página, es fácil personalizar los formularios y establecer flujos de trabajo para automatizar acciones para cada programa.

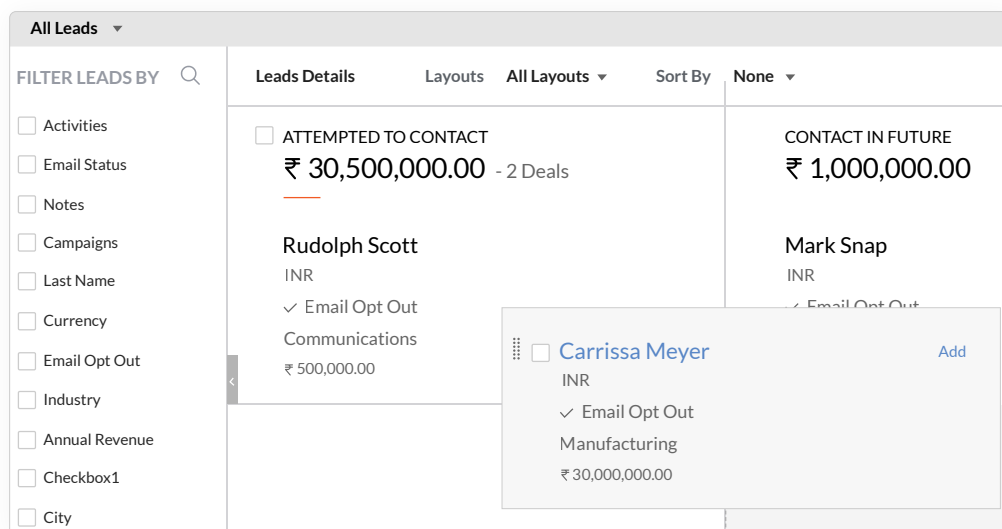
**Nota:** Puedes configurar diferentes procesos de automatización para diferentes diseños. Al convertir clientes potenciales, los detalles del cliente potencial se pueden transferir a un diseño específico en los módulos Contactos, Cuentas y Acuerdos.

**Crea vistas personalizadas y filtra registros:** Los registros se disponen en un orden secuencial dentro de un módulo, denominado Vista de lista. La Vista de lista estándar definida por el sistema agrupa los registros en estas categorías:

- **Favoritos:** Cualquier vista de lista que marques como favorita
- **Creadas por mí:** Vistas personalizadas creadas por el usuario
- **Compartidas conmigo:** Vistas personalizadas compartidas contigo
- **Vistas públicas:** Vistas accesibles para todos en tu cuenta de CRM
- **Vistas de otros usuarios:** Vistas personalizadas creadas por otros usuarios

No puedes modificar estas categorías predeterminadas, pero puedes crear vistas de lista personalizadas. Por ejemplo, puedes crear una vista exclusiva para clientes potenciales de una región concreta o contactos de alto perfil o acuerdos de un importe determinado.

La ventaja de esta vista es que permite a los usuarios arrastrar y soltar los registros de una categoría a otra en lugar de editarlos individualmente. Por ejemplo, cuando se cambia el estado de un cliente potencial de “intento de contacto” a “contacto en el futuro”, basta con arrastrar y soltar el cliente potencial a la categoría adecuada en lugar de cambiar el estado desde la página de detalles del cliente potencial.



Otra vista, denominada vista Canvas, te permitirá mejorar el aspecto visual de la página de detalles del registro introduciendo colores de fondo en el texto, utilizando fuentes de tu elección, resaltando textos, sustituyendo los nombres de los campos normales por botones, etc.

## Configura los módulos básicos

### Leads

Consideraciones	Acciones	Recursos
¿Tu terminología de negocio es diferente a la de Zoho CRM?	Renombra los módulos	<a href="#">Renombra pestañas</a>
¿Son suficientes los campos estándar del módulo Leads para capturar los datos de tu empresa?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Haz una lista de los campos que necesitas y que no aparecen en los campos estándar y añádelos al diseño</li> <li>- Edita campos y valores</li> </ul>	<a href="#">Añade campos personalizados</a> <a href="#">Edita campos</a>
¿Tu base de datos está compuesta de diferentes tipos de registros?	Crea diseños	<a href="#">Diseños</a>
¿Tu página de detalles de registro abrume a los usuarios finales con información? ¿Tienes demasiadas secciones y campos necesarios?	Configura reglas de diseño	<a href="#">Diseños condicionales</a>

Consideraciones	Acciones	Recursos
¿Te causan problemas las entradas erróneas en los campos?	Establece reglas de validación para los campos	<a href="#">Reglas de validación</a>
¿Deseas ocultar a los comerciales los campos que contienen información confidencial?	Establece límites de acceso	<a href="#">Permisos de campos</a>
¿Quieres racionalizar la forma en que los clientes potenciales entran en tu sistema CRM?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrada manual</li> <li>Los comerciales recopilan la información de los leads, la guardan en hojas de cálculo y la añaden a Zoho CRM de forma masiva</li> <li>Estás migrando a Zoho CRM desde otro sistema CRM</li> <li>Captura leads desde tu página web</li> </ul>	<a href="#">Configura la importación de datos</a> <a href="#">Migración de datos</a> <a href="#">Configura formularios web</a>
¿Influyen los atributos de los clientes potenciales en la decisión de a quién se asignan?	Configura reglas de asignación	<a href="#">Reglas de asignación</a>
¿Deseas clasificar los clientes potenciales en un grupo determinado en función de un valor de campo?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crea vistas personalizadas con criterios específicos</li> <li>- Crea una vista Kanban</li> </ul>	<a href="#">Configura vistas personalizadas</a> <a href="#">Vista Kanban</a>
¿Quieres convertir clientes potenciales en contactos de forma masiva?	Configura una conversión automática de leads	<a href="#">Mapa de conversión de leads</a>

## Cuentas y Contactos

Consideraciones	Acciones	¿Necesitas ayuda?
¿Necesitas adaptar el módulo estándar a las necesidades de tu empresa?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renombra módulos</li> <li>-Añade campos personalizados</li> <li>-Edita campos y valores</li> <li>-Añade subformularios para capturar detalles adicionales del registro</li> <li>-Ordena el diseño con diseños condicionales</li> </ul>	Campos estándar en los módulos Cuentas y Contactos
¿Deseas hacer un seguimiento de filiales de una misma cuenta o contacto?	Establece relaciones padre-hijo entre los registros	<a href="#">Identifica campos de dependencia</a>

## Acuerdos

Consideraciones	Acciones	¿Necesitas ayuda?
¿Quieres personalizar el módulo de Acuerdos a las necesidades de tu negocio?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Añade campos personalizados</li> <li>-Edita los campos y valores</li> </ul>	Campos estándar en el módulo de Acuerdos
¿Quieres que los comerciales puedan localizar información sobre otros registros desde los módulos de Cuentas y Contactos?	Añade campos de búsqueda	<a href="#">Campos de búsqueda</a>
¿Tu empresa necesita discutir los detalles del acuerdo con más de un contacto?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Configura el campo de roles y añade a las personas con dicha designación</li> <li>-Intercambia información en base a la jerarquía de reporte</li> </ul>	<a href="#">Roles de Contactos</a>

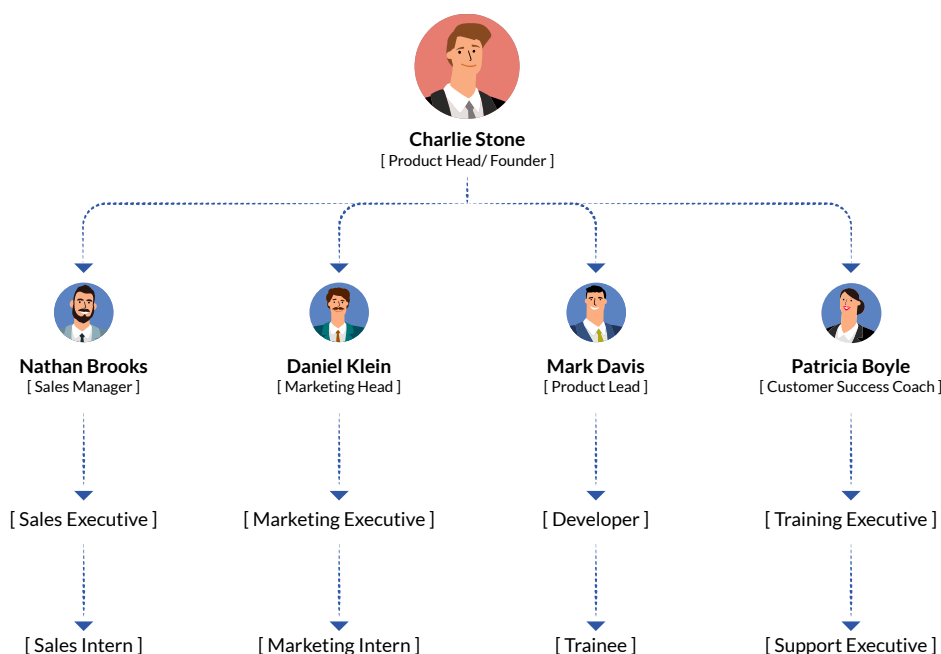


Consideraciones	Acciones	¿Necesitas ayuda?
¿Las fases del acuerdo varían de las fases por defecto del módulo de Acuerdos?	Sustituye o añade fases del acuerdo según las necesidades de tu negocio	<a href="#">Modifica las fases de los Acuerdos</a>
¿Quieres cuantificar la probabilidad de ganar un acuerdo?	Añade probabilidades por fases e introduce los valores de probabilidad para cada fase	<a href="#">Stage probability mapping</a>

## Identifica los usuarios que accederán a Zoho CRM y configura sus roles y perfiles

Echemos un vistazo al caso de Zylker Inc. y la jerarquía de la empresa.

### Diagrama de ejemplo



Prepara un organigrama similar de la jerarquía de tu empresa. Te ayudará a planificar lo siguiente:

- **Los usuarios que necesitan acceso a la cuenta CRM de tu empresa:** Puede que no necesites proporcionar acceso CRM a todos los empleados. Dar acceso a todos los empleados no sólo compromete la seguridad de tus datos, sino que también te obliga a adquirir más licencias de usuario. Puedes optar por proporcionar acceso sólo a aquellos empleados que utilicen CRM con regularidad, que normalmente serán los equipos de ventas y marketing.

- **Roles que se deben crear en CRM:** Los roles proporcionan acceso a los datos de tu cuenta CRM. El rol de un usuario te indica qué datos puede ver. Se asigna un rol a cada usuario. Por ejemplo, Sarah Green, una representante de ventas, no debería tener acceso a los registros que posee el director de ventas.
- **Perfiles que deben crearse en CRM:** Los perfiles proporcionan acceso a las funciones de tu cuenta de CRM. El perfil de un usuario te indica lo que puede hacer en su cuenta. Se asigna un perfil a cada usuario. Por ejemplo, los becarios no necesitan tener permiso para importar o eliminar registros.

## Identifica usuarios

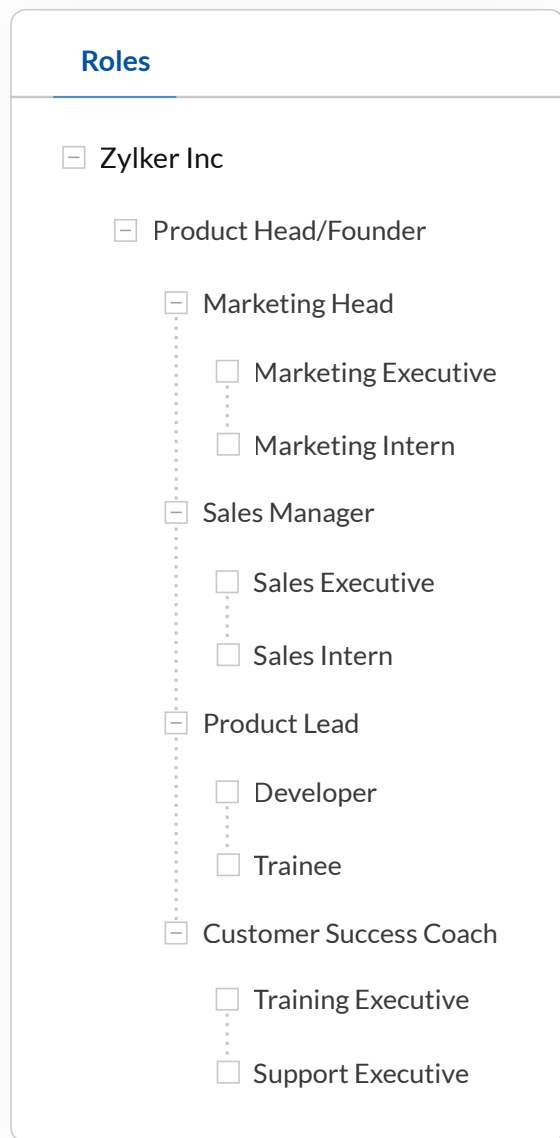
Haz una lista de todos los usuarios que necesitan acceso a tu cuenta de CRM. Si eres el único usuario en la cuenta de CRM de tu organización, entonces serás el súper administrador. Un super admin en Zoho CRM es un usuario con un perfil de administrador que además puede eliminar usuarios de la cuenta CRM y recibe todas las comunicaciones relacionadas con la facturación y otras transacciones financieras de Zoho.

### Ejemplo de lista de usuarios que accederán a la cuenta CRM de Zylker

Usuarios	Cargo
Carlos Piedra	Jefe de producto/Fundador
Nacho Ríos	Director de Ventas
Laura Fernández	Ejecutivo de Ventas
Daniel Klein	Director de Marketing
Ana Contreras	Ejecutivo de Marketing
Marco Dávila	Líder de Producto
Patricia Bolaños	Manager de Atención al Cliente

## Crea Roles

A continuación se muestra una jerarquía de roles que replica la jerarquía organizativa de Zylker, Inc. Según esto, los becarios no tendrán acceso a los datos de un ejecutivo de ventas, del mismo modo, los ejecutivos no podrán acceder a los datos de un manager o de un jefe de producto. Puedes crear roles desde Configuración > Control de Seguridad > Roles. Véase también, Gestión de roles



## Crea Perfiles

Hay dos perfiles predeterminados disponibles en CRM:

- **Perfil administrativo:** tiene acceso a todas las funciones y módulos de la cuenta de CRM.
- **Perfil estándar:** tiene algunos permisos básicos como ver, crear, editar y eliminar registros en los módulos

Los perfiles predeterminados son plantillas maestras y no se pueden editar. Puedes clonar estos perfiles para crear otros nuevos y personalizarlos según tus necesidades. Crea perfiles desde Configuración > Control de seguridad > Perfiles. Véase también, Gestión de perfiles.

### Ejemplo de lista de usuarios, roles y perfiles

Usuario	Rol	Perfil	¿Qué puede hacer en Zoho CRM?	Funciones de Zoho CRM necesarias
Carlos Piedra	Jefe de Producto/ Fundador	Super Admin	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acceso completo a CRM con privilegios de Admin</li> <li>-Añadir, invitar y borrar usuarios en Zoho CRM</li> <li>-Personalizar la plataforma a las necesidades del sector</li> <li>-Configurar permisos de perfil para otros usuarios</li> </ul>	- Acceso por defecto a todas las funciones

Usuario	Rol	Perfil	¿Qué puede hacer en Zoho CRM?	Funciones de Zoho CRM necesarias
Nacho Ríos	Director de Ventas	Administrador de Ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar métricas de ventas y controlar el número de ventas cerradas mensualmente</li> <li>-Generar reportes de ventas y previsiones</li> <li>Exportar datos de Zoho CRM</li> <li>-Ver pedidos, generar órdenes de compra, facturas y presupuestos</li> <li>-Asignar leads a Ejecutivos de ventas</li> <li>-Transferir propiedad de registros y gestionar permisos de registros</li> <li>-Gestionar incidencias de clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Permiso para ver y gestionar el acceso a cuadro de mandos</li> <li>-Permiso para ver, gestionar y programar permisos para informes</li> <li>-Permiso para exportar datos</li> <li>-Acceso completo a los pedidos de ventas y el módulo de Acuerdos</li> <li>-Permiso para crear reglas de asignación</li> </ul>

Usuario	Rol	Perfil	¿Qué puede hacer en Zoho CRM?	Funciones de Zoho CRM necesarias
Marco Dávila	Líder de Producto	Administrador	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personalizar la plataforma CRM según necesidades del negocio</li> <li>- Crear flujos de trabajo y procesos de aprobación</li> <li>- Gestionar usuarios</li> <li>- Permitir compartir datos con otros roles o compañeros</li> <li>- Importar datos a Zoho CRM</li> <li>- Gestionar la generación de leads a través de formularios web y aprobar descuentos en acuerdos de gran importe</li> <li>- Evaluar la necesidad de integración con aplicaciones de terceros y otras soluciones de Zoho</li> </ul>	Permisos para todas las funciones y módulos

Usuario	Rol	Perfil	¿Qué puede hacer en Zoho CRM?	Funciones de Zoho CRM necesarias
Laura Fernández	Ejecutivo de Ventas	Estándar + Administrador	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Configurar los ajustes de correo y chat para el equipo y gestionar plantillas</li> <li>-Añadir leads, contactos, cuentas y acuerdos y hacer modificaciones</li> <li>-Gestionar las redes sociales de la empresa</li> <li>-Gestionar documentos en Zoho CRM</li> <li>-Acceso completo a los registros de su propiedad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Permiso para configurar la integración de email y enviar correos electrónicos</li> <li>-Permiso para ver, crear y editar registros en los módulos pero sin permiso para borrar registros</li> <li>-Permiso a la pestaña Social</li> <li>-Gestión de permisos a carpetas</li> </ul>

**Hoja de Actividades - Identifica los usuarios, sus roles y perfiles (Consulta el Apéndice VII para descargar la hoja de actividades completa)**

Usuario	Rol	Acciones que realizará	Funciones de CRM necesarias	Perfil
Usuario 1	Su posición en la empresa	Lista de las tareas que realizará	Define qué permisos de perfil necesitará	¿Qué perfil clonará y adaptará?
Usuario 2				
Usuario 3				
Usuario 4				

## Añade usuarios e invítalos a Zoho CRM

Una vez que hayas creado las funciones y los perfiles necesarios, puedes empezar a añadir usuarios en CRM desde Configuración > Usuarios y control > Usuarios > Añadir nuevo usuario. Al añadir usuarios, tendrás que especificar algunos datos básicos como nombre, apellidos, teléfono y dirección de correo electrónico junto con su función y perfil. Una vez añadidos los usuarios, se enviará un correo electrónico automático generado por el sistema con el enlace de acceso a sus cuentas. Los usuarios que no hayan aceptado la invitación aparecerán como usuarios no confirmados y podrás volver a invitarlos.

## Activa la seguridad de tus datos

Zoho toma todas las precauciones para mantener tus datos seguros en nuestros servidores. También puedes configurar algunos parámetros de seguridad adicionales para aumentar tu nivel de protección

Éstas son las dos opciones principales que puedes configurar en tu cuenta de CRM:

- **[Restricciones de IP:](#) (Configuración > Usuarios y Control > Control de Seguridad > IPs Permitidas)** Puedes restringir a los usuarios el acceso a la cuenta Zoho CRM de la empresa desde direcciones IP específicas. Por ejemplo, si deseas que tu equipo sólo pueda acceder a Zoho CRM desde la oficina y no desde sus dispositivos personales, puedes añadir la IP de la oficina como dirección IP permitida. Esto evitará que los usuarios accedan a Zoho CRM desde diferentes direcciones IP.
- **[Autenticación de dos factores:](#) (accounts.zoho.com > Autenticación)** TFA añade otra capa de seguridad a tus cuentas Zoho. Una vez que actives la autenticación de dos factores, además de la contraseña habitual de tu cuenta, se te pedirá que introduzcas una contraseña de un solo uso cada vez que intentes iniciar sesión en tu cuenta de CRM. Esta OTP puede ser recibida como un SMS a su teléfono móvil registrado o a través de la aplicación OneAuth de Zoho.

## Establece las reglas de visibilidad y acceso a los datos

Configurar la jerarquía de roles y los permisos de perfil le permitirá determinar los permisos predeterminados para cada usuario de CRM. Pero a veces un usuario puede necesitar ver o acceder a datos que quedan fuera de sus permisos. Puede ampliar la visibilidad configurando las reglas de compartición de datos.

**Excepciones a nivel de módulo:** Por defecto, los derechos de acceso a los datos para todos los módulos están configurados como privados, de modo que sólo el propietario del registro y su gestor pueden ver los datos. Sin embargo, puedes editar el permiso de organización por defecto para módulos individuales o crear una nueva regla de compartición.



## Data Sharing Settings

This page allows you to manage default organization permissions and sharing rules. Default organization permissions govern how your records are shared across the organization. To further customize your settings, you can add sharing rules, which allow you to set up permissions between two roles, roles and subordinates, and groups.

**Default Organization Permissions**

MODULE	DEFAULT ACCESS
Leads	Private
Accounts	Private
Contacts	Private
Deals	
Campaigns	
Activities	

[Edit All Default Permissions](#)

### Edit Default Organization Permissions

**Leads:** ☐ Private ☐ Public Read Only ☒ Public Read/Write/Delete

**Accounts:** ☒ Private ☐ Public Read Only ☐ Public Read/Write/Delete

**Contacts:** ☒ Private ☐ Public Read Only ☐ Public Read/Write/Delete

### New Sharing Rule

This page allows you to create sharing rules for the selected module.

Records Shared From: Roles Sales Manager

Records Shared To: Roles Sales Representative

Access Type: Read/Write/Delete

Superiors Allowed ☐

[Cancel](#) [Create Sharing Rule](#)

**Excepciones a nivel de registro:** Si deseas compartir registros con otras personas, puedes utilizar la opción Compartir de la página de detalles del registro y proporcionar acceso completo, de lectura y escritura o de sólo lectura a otro usuario. Una persona puede compartir sus registros siempre que tenga habilitado el permiso para compartir en su perfil.

**Excepciones a nivel de campo:** Algunos campos como Importe de la operación, Salario y Número de cuenta contienen información confidencial y no deben ser visibles para todos los usuarios de la organización. Puedes restringir a un perfil la visualización o edición de un campo concreto estableciendo permisos de campo.

## Configura la integración de correo electrónico y los procesos de generación de leads

### Integración de correo electrónico

Centraliza toda la información del cliente y las comunicaciones por correo electrónico con prospectos y clientes dentro de Zoho CRM. La integración de correo electrónico también te da la opción de compartir correos electrónicos de negocios con compañeros. Una vez que la integración está en su lugar, los correos electrónicos salientes y entrantes estarán disponibles con el registro. Las siguientes opciones de integración de correo electrónico están disponibles:

Nombre	Descripción
<a href="#">Complemento Zoho Mail</a>	Configura tu cuenta de correo electrónico mediante POP3 o IMAP o utilice clientes de correo electrónico populares como Zoho Mail, Gmail, Yahoo Mail, Microsoft Outlook u Office 365.
<a href="#">Integración Zoho CRM para MS Outlook</a>	Integra tu cuenta de Microsoft Outlook con CRM para sincronizar correos electrónicos, contactos, tareas y citas.

Nombre	Descripción
<a href="#">Dirección de correo electrónico de la empresa</a>	Si deseas utilizar una dirección de correo universal en toda la organización para todas las interacciones con los clientes, puede establecer restricciones de perfil para limitar el uso a determinados usuarios, de modo que, por ejemplo, sólo los directores regionales de ventas y el vicepresidente de ventas puedan enviar correos electrónicos desde la dirección de correo electrónico de la empresa.
<a href="#">Bandeja de copia oculta</a>	Puedes omitir la integración de tus servicios de correo electrónico con Zoho CRM y continuar enviando correos electrónicos desde direcciones de correo electrónico personales. Si deseas almacenar una copia de tus correos electrónicos en CRM, puedes generar una dirección de correo electrónico BCC dropbox y copiarla cada vez que envíes un correo electrónico al cliente desde una dirección de correo electrónico personal. Se almacenará una copia del correo electrónico enviado en la lista relacionada del registro
<a href="#">Extensión de Chrome para Gmail</a>	Puedes instalar la extensión de Chrome para Gmail para acceder a tu cuenta de CRM desde Gmail. Esto te permitirá añadir clientes potenciales, contactos y notas a los registros de Zoho CRM desde tu cuenta de Gmail.
<a href="#">SalesInbox</a>	SalesInbox está bien organizado y ayuda a los representantes a clasificar los correos electrónicos en función del destinatario: cliente potencial, contacto, no incluido en CRM, colega, director, etc.

## Procesos de generación de leads

Anteriormente, has enumerado los distintos métodos utilizados por tu empresa para generar y captar leads. Puedes consultar la misma lista y configurar las siguientes funciones en la cuenta de CRM:

Método de generación de leads	Método de generación de leads
<a href="#">Formularios web</a>	<a href="#">Reglas de puntuación</a>
<a href="#">Integración con Google</a>	<a href="#">Telefonía</a>
<a href="#">API</a>	
<a href="#">Integración con Facebook y X</a>	

## Establece procesos básicos de automatización

Las actividades que probablemente se repitan en tu proceso empresarial pueden automatizarse para que se produzcan en una fecha y hora determinadas o cuando se cumplan ciertas condiciones. Por ejemplo:

- Envío de correos electrónicos recordatorios a los abonados antes de la fecha de finalización de su suscripción
- Hacer llamadas de seguimiento a sus proveedores cada mes
- Notificar a los directores regionales de ventas cada vez que se cree una operación por valor de 25.000 dólares o más.
- Asignación de clientes potenciales de llamadas en frío a un representante específico

Esto te ayudará a reducir la intervención manual y a aumentar la eficacia del proceso. Esta es una lista de herramientas de automatización que debes configurar antes de introducir los datos de tus clientes en Zoho CRM:

Herramienta de automatización	Función
<a href="#">Reglas de flujos de trabajo</a>	Automatiza un conjunto de acciones como notificaciones por correo electrónico, actualizaciones de campos, creación de registros, tareas y acciones definidas a través de funciones y webhooks mediante la creación de reglas de flujo de trabajo.
<a href="#">Reglas de asignación</a>	Establece una regla para asignar clientes potenciales con atributos similares a un representante concreto.
<a href="#">Reglas de escalamiento de casos</a>	Ayuda a los jefes de ventas o a sus superiores a mantenerse al día de sus proyectos notificándoles el incumplimiento de un plazo.

# Importa tus datos a Zoho CRM

Ahora puedes empezar a importar datos de fuentes externas a tu cuenta de Zoho CRM. Algunos de los métodos que puedes utilizar para obtener datos son:

- **Importación de datos:** Si tus datos están almacenados en diferentes repositorios, debes exportarlos en un formato de archivo compatible con Zoho CRM antes de comenzar el proceso de importación. Puedes importar datos y notas a módulos individuales siempre que tus datos sean precisos, no tengan entradas duplicadas y los nombres de los campos sean identificables para la asignación de campos.
- **Migra tus datos desde otros CRM:** Si estás migrando desde un CRM diferente, puedes utilizar el asistente de migración de datos. Admitimos la migración desde estas aplicaciones CRM: Salesforce, MS Dynamics365, Pipedrive, HubSpot, Insightly y Highrise. Puedes ver el progreso de la importación desde el historial y el registro de auditoría.

## Algunos puntos que debes recordar al importar datos en Zoho CRM:

- Crea reglas de asignación para asignar registros al propietario adecuado antes de importar los registros. La regla de asignación debe seleccionarse no sólo para la importación, sino también para la creación de formularios web y el envío de datos a través de API.
- Recuerda seleccionar un campo único durante la importación. Un campo único es único para cada registro (por ejemplo, dirección de correo electrónico, ID de empleado o número de la seguridad social). Si seleccionas ID de empleado como campo único durante la importación, Zoho CRM buscará otros campos existentes con el mismo valor en tu hoja de importación para identificar duplicados. Puedes optar por omitir los duplicados o clonar o actualizar los registros existentes basándose en este campo único.

**Envío de datos desde APIs:** Además de desde formularios web, importación de datos y migración, Zoho proporciona soporte RESTAPI, que te permite integrar tu CRM con cualquier aplicación de terceros. Por ejemplo, tus agentes de campo utilizan una aplicación desarrollada por tu organización para recoger los datos de los clientes. Puedes integrar esa aplicación con CRM para sincronizar los datos entre los sistemas y mantenerlos actualizados. En otras palabras, siempre que se añadan datos a la aplicación, se añadirán automáticamente a CRM.

Las APIs de Zoho CRM siguen los estándares REST con el método de autenticación OAuth2.0, y utiliza métodos HTTP simples como GET, POST, PUT y DELETE, lo que facilita el desarrollo de nuevas aplicaciones o la integración de las existentes con Zoho CRM. APIs como «Insert Records» y «Upload Attachments» pueden ser usadas para añadir información de registros o notas como texto, imagen, video, etc.

## Define las métricas de negocio que quieres visualizar

El último paso en el proceso de implementación consiste en configurar el sistema para que refleje todas las métricas definidas en los objetivos empresariales.

Ejemplos de métricas para medir mediante informes y cuadros de mando:

Métricas	Tipo de informe y cuadro de mando	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informes de rendimiento de comerciales</li> <li>-Número de leads convertidos</li> <li>-Número de leads generados a través de campañas</li> <li>-Informe mensual de ventas</li> <li>-Repaso a las actividades completadas</li> <li>Número de casos sin resolver</li> </ul>	<p>Informes predefinidos para el módulo de Leads, Actividades, Casos y Oportunidades (los informes están disponibles para todos los módulos)</p>	<a href="#">Informes predefinidos</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Número de acuerdos propiedad de Laura Fernández en la fase de Cerrado ganado cuyo importe sea mayor a 10.000€</li> <li>-Status de los casos de "Barcelona" marcados como "fallo de sistema"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Añade estos criterios al informe estándar de Acuerdos cerrados este mes</li> <li>-Define la región y el tipo como criterios en el informe de estado del Caso.</li> </ul>	<a href="#">Personaliza informes predefinidos definiendo criterios</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto más vendido este mes</li> <li>Industria que ha comprado X aplicación</li> </ul>	<p>Crea informes personalizados con las métricas de tu elección</p>	<a href="#">Informes personalizados</a>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tendencia anual de ventas</li> <li>-Gastos mensuales</li> <li>-Registros trimestrales</li> </ul>	<p>Genera informes en función de fechas concretas automáticamente</p>	<a href="#">Programa informes</a>

Métricas	Tipo de informe y cuadro de mando	Recursos
Objetivos comerciales alcanzados por comerciales por mes y año	Contador del objetivo	<a href="#">Componentes analíticos</a>
Identifica la tendencia de ventas y señala comportamientos inusuales	Detector de anomalías	
Analizar el rendimiento del equipo y comparar conjuntos de datos	Indicadores de rendimiento de KPIs y comparadores	
Representa gráficamente las métricas empresariales y la distribución de los datos por fases	Gráficos y embudos	

**Hoja de Actividades - Enumera las métricas que deseas controlar (Consulta el Apéndice VIII para descargarte la hoja de actividades completa)**

Metrics	Report and dashboard type
Métricas que desee cuantificar	Tipo de informe o cuadro de mando

## ¡Enhorabuena!

Has implementado con éxito Zoho CRM para tu empresa. Visita nuestros recursos, guías de ayuda, e-books, vídeos y tutoriales y únete a la Español Zoho Community para conocer a tus compañeros usuarios de Zoho CRM y continuar este viaje. También puedes inscribirse en nuestros programas de formación para aprender más sobre Zoho CRM de la mano de nuestros especialistas de producto.

## Contáctanos

- **UK - Milton Keynes**

Zoho Corporation Limited  
Suite 1.09, Challenge House,  
Sherwood Drive, Bletchley,  
Milton Keynes  
MK5 6DP  
+44 (0)203 564 7890

- **Netherlands - Utrecht**

Zoho Corporation B.V.  
Beneluxlaan 4B  
3527 HT UTRECHT  
+31 707007083

- **France - Lille**

Zoho France - Flex-O Lille Europe  
55 Rue de Luxembourg,  
59800 Lille  
+33 805542462

- **España - Valencia**

Valencia  
Zoho Software Trading SL.  
Pg. de Russafa, 20, 46002 València  
zoho.espana@eu.zohocorp.com

- **Deutschland - Essen**

Zoho Corporation GmbH II.  
Hagen  
745127 Essen  
+49 8000229966



[www.zoho.com/crm](http://www.zoho.com/crm)