

4. Estudi de productes del mercat

L'oferta de productes software o sistemes CRM és immensa en el mercat. Per realitzar aquest estudi s'ha provat de localitzar les plataformes o empreses de més renom, de les que se'n tingui més coneixement o que siguin més properes tecnològicament als sistemes implantats al magatzem i per últim prestant més atenció a les que ofereixen més informació al client interessat, en aquest cas Discos Castelló.

Per tots aquests motius s'han estudiat dos productes dels que s'ha pogut obtenir suficient informació per poder avaluar-los. Aquests dos productes són:

- Salesforce.com (actualment comprat per Google)
- Oracle CRM Siebel (plataforma base de l'actual SI de D.Castelló)

4.1 Salesforce.com

Aquesta eina 100% web és una solució CRM-On Demand. Aquesta nomenclatura, On-Demand, significa que el software és proporcionat sota demanda o el què és el mateix: a mesura que es vagin necessitant més funcions o més llicències d'usuari es poden anar contractant poc a poc aquests i disposar d'ells al moment. Això és possible doncs el sistema software i la plataforma de la BBDD principal són a les seves instal·lacions i l'usuari només accedeix al sistema connectant-se via web al servidor de Salesforce.com.

En el cas que ens ocupa això no és massa interessant, doncs necessitarem un reduït nombre de funcionalitats i el nombre d'usuari que usaran el sistema pot variar considerablement doncs són els clients. En aquest aspecte el producte ens pot resultar car, doncs el seu cost és basat en el nombre d'usuaris.

SalesForce.com està més pensat per gestionar l'acció de departaments comercials amb molt de personal i és més útil quan el nombre de comandes és petita però de gran volum, no per les ventes de poc pes (comandes de discos de poques unitats, per exemple). És més útil

per gestionar processos de venda més complexes, amb diferents etapes. Ofertes, pressupostos, accions comercials, etc. A vegades dóna la sensació d'estar treballant amb un producte Workflow més que no pas amb un CRM.

De cara a la gestió del call center ens seria extremadament útil, per exemple, però a Discos Castelló precisament s'intentarà eliminar el call center o reduir-lo a la mínima expressió.

4.1.1 Demostració del programa

Es va sol·licitar una demostració on-line del programa. Per part de Salesforce.com tot van ser facilitats. El sistema per fer la demostració era una conferència on-line des d'Alemanya on vam assistir 5 empreses o professionals interessats. Durant espai d'una hora aproximadament, el ponent ens va mostrar les diferents funcionalitats del programa.

A continuació explicarem ajudats d'algunes captures de pantalla realitzades durant la demostració on-line, les funcionalitats o apartats més representatius del producte Salesforce per obtenir una idea global del què ofereix:

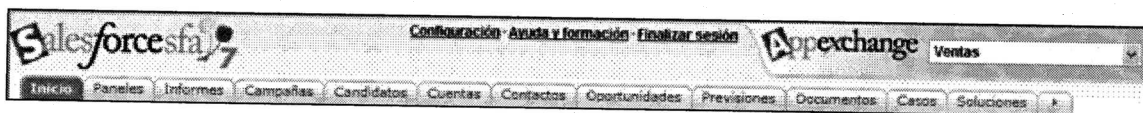


Fig 4.1: Menú del sistema

Una de les característiques positives més destacables de Salesforce és la seva usabilitat. Tens accés a tota la informació recollida en el sistema (i visible pel nivell d'usuari que s'ha connectat) des de la primera pàgina o Home Page del sistema i des de qualsevol pàgina o inclús grup de camps es pot obtenir un document d'ajuda per aquella secció.

El sistema de control de canvis i modificacions sobre els diferents documents o etapes en la que es descomposa una venda o acció comercial ens permet saber en tot moment quin usuari i en quin moment l'ha realitzat. Té integrat un sistema de convocatòries per tal d'organitzar reunions i programar tasques a altres usuaris.

SalesForce permet guardar, classificar i analitzar informació sobre les diferents etapes de relació amb un client. Les etapes van des de la incorporació d'un possible candidat per una venda, del qual se'n pot omplir una fitxa molt completa sobre la que fins i tot programar futures accions, probabilitats d'èxit, incloure'l a determinades campanyes,

The screenshot shows the 'Modificar Candidato' form in Salesforce. The form is titled 'Modificación de candidato' and 'Candidato nuevo'. It contains various input fields for candidate information, including name, company, phone numbers, email, and address. The 'Estado de candidato' is set to 'Open - Not Contacted'. The 'Divisa del candidato' is set to 'EUR - Euro'.

Fig 4.2: Alta d'un nou candidat

convertir-lo en un compte, contacte o oportunitat ja definitiva de negoci o registrar i/o programar qualsevol acció amb ell: trucades, campanyes, mailing, etc.

The screenshot shows the 'Registrar una llamada' form in Salesforce. The form is titled 'Registrar una llamada' and 'Modificar Tarea'. It contains various input fields for task information, including assignee, subject, date, and description. The 'Estado' is set to 'Completed'. The 'Comentarios' field contains the text 'Cliente interesado en promoción'.

Fig 4.3: Registre d'una trucada a un candidat

La figura següent mostra a mode d'exemple quasi tota la informació que es pot anar administrant d'un candidat (exemple) o d'un contacte ja real que pot convertir-se en el què anomenen oportunitat (l'equivalent a un pressupost o oferta no formal)

Candidato
Marc Oliveras

Vista de impresión | Personalizar la página | Ayuda sobre

Actividades abiertas [0] | Historial de actividades [1] | Historial de la campaña [0] | Estado del correo electrónico HTML [1]

Detalles de Candidato [Modificar](#) [Eliminar](#) [Convertir](#) [Duplicar](#) [Colaboración](#) [Buscar duplicados](#)

Propietario del candidato	Ernest Calvet [Cambiar]	Address Mapped	Click to see the address on a map
Nombre	Marc Oliveras	Teléfono	9355678
Compañía	Iconic	Móvil	
Título	Presidente	Fax	
Origen del candidato	Web	Correo electrónico	scalvet@salesforce.com
Sector	Null	Sitio Web	
Ingresos anuales		Estado de candidato	Open - Not Contacted
No recibir correos electrónicos		Valoración	
Origen candidato		Número de empleados	
		No llamar	
		Tipo de registro de candidato	Sales Lead [Cambiar]
Dirección	United States		
Product Interest			
Creado por	Ernest Calvet 12/06/2007 12:34	Última modificación realizada por	Ernest Calvet 12/06/2007 12:34
Descripción			
Vínculos personalizados	Partner Portal		Leads on a Google Map (EE)

[Modificar](#) [Eliminar](#) [Convertir](#) [Duplicar](#) [Colaboración](#) [Buscar duplicados](#)

Actividades abiertas [Tarea nueva](#) [Evento nuevo](#) [Ayuda de Actividades a](#)

Acción	Asunto	Tarea	Fecha de vencimiento	Estado	Prioridad	Asignado
Modificar Cerrar	por favor contacta con cliente	✓	14/06/2007	Not Started	Normal	Andy Mac

Historial de actividades [Registrar una llamada](#) [Envío masivo de correo](#) [Ayuda de acti](#)
[Enviar un mensaje de correo electrónico](#) [Ver todos](#)

Acción	Asunto	Tarea	Fecha de vencimiento	Asignado a	Última fecha/hora de modi
Modificar Eliminar	1 Llamada telemarketing	✓	12/06/2007	Ernest Calvet	12/06/2007 12:40
Modificar Eliminar	Email: Universal Containers Welcomes Marc Oliveras	✓	12/06/2007	Ernest Calvet	12/06/2007 12:34

Historial de la campaña [Agregar campaña](#) [Ayuda de Historial de la ca](#)

No hay registros que mostrar.

Estado del correo electrónico HTML [Enviar un mensaje de correo electrónico](#) [Ver todos](#) [Ayuda de Esta](#)
[electrónico](#)

Acción	Asunto	Fecha de envío	Fecha en que se abrió	Número de veces que se abrió	Última fecha en que
Modificar Eliminar	Email Universal Containers Welcomes	12/06/2007 12:34		0	

Fig 4.4: Fitxa completa d'un candidat

Disposa d'eines per confeccionar campanyes de mailing automàtic combinant camps de les oportunitats i contactes, i per fer-ne un seguiment

Detalles de Campaña

Información de la campaña

Propietario de la campaña	Ernest Cabret [Cambiar]	Activa	✓
Nombre de la campaña	Promotion Containers 50 %	Candidatos totales	104
Estado	In Progress	Candidatos convertidos	51
Fecha de inicio	01/01/2007	Contactos totales	51
Fecha final	30/06/2007	Número total de respuestas	0
Ingreso previsto	EUR 600,000.00	Número de oportunidades totales	16
Coste presupuestado	EUR 6,000.00	Número de oportunidades ganadas	10
Coste real	EUR 3,500.00	Valor total de las oportunidades	EUR 1,366,804.00
Respuesta prevista (%)	3.00%	Valor total de las oportunidades ganadas	EUR 697,204.00
Número enviado	300		
Origen cliente potencial	Referencia cliente		
Creado por	Ernest Cabret 14/05/2006 14:26	Última modificación realizada por	Ernest Cabret 29/05/2007 13:01

Fig 4.5: Informació sobre una campanya

Tarea Envío masivo de correo (mail-merge)

Salesforce puede generar un documento a partir de los datos de Oportunidad. Seleccione el nombre del destinatario y elija una plantilla para el documento de combinación.

- Especifique la Oportunidad que se combinará
- Especifique el contacto que desea combinar con el
- Especifique la plantilla:
- usar actividad de registro (opcional)

Controles de formato
 Fuente ▼ Tamaño ▼ [B] [I] [U] [A] [L] [R] [E] [O] [S] [T] [X] [Y] [Z]

Universal Containers

Estimado Marc Oliveras,

Tal como hemos acordado hace unos minutos, a continuación le a información relacionada a la promoción del 50% de descuento so compra de nuestros containers.

Recuerde que para que **Iconic** se pueda beneficiar de dicho desc compra tiene que ser efectuada antes del 31/03/2007.

Muchas gracias por su interés, en breve será contactado por el A Manager asignado a su proyecto.

Desha un perfil estado

Fig 4.6: Eina per crear una campanya

Per anar afegint o modificant el contingut de l'oferta / solució / oportunitat / cas (diferents noms segons l'estat de l'acció comercial: no hi ha reacció del client, la reacció és positiva, hi ha transacció comercial...) disposem d'un cercador de productes amb poques opcions extres de cerca.

Opportunidad Iconic - Jun 07
Selección de productos

Buscar productos [6]

Por palabra clave Por filtro de campo Más filtros >>

Buscar

<input type="checkbox"/> Nombre del producto	Código de producto	Precio estándar	Descripción del producto	Familia de productos
<input checked="" type="checkbox"/> 1 Year Maintenance Contract	-	EUR 1,000.00		
<input checked="" type="checkbox"/> 1 year Support Contract	-	EUR 1,000.00		Support
<input type="checkbox"/> UniCon CargoMover 120,000 Gallon Insulated	GC1060	EUR 80,500.00	Cargo Container	Cargo Mover
<input type="checkbox"/> UniCon CargoMover 40,000 Gallon Insulated	GC1000	EUR 4.00	Cargo Container	Cargo Mover
<input checked="" type="checkbox"/> UniCon CargoMover 80,000 Gallon Non Insulated	GC1040	EUR 20,100.00	Cargo Container	Cargo Mover
<input type="checkbox"/> UniCon CargoMover 80,000 Gallon Insulated	GC1020	EUR 4,000.00	Cargo Container	Cargo Mover

Agregar productos a estos oportunidad desde Standard Price Book lista de precios.

Producto	Código de producto	Cantidad	Precio de venta	Precio de la lista	Probability
1 Year Maintenance Contract		<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="1,000.00"/>	EUR 1,000.00	--Ninguna--
1 year Support Contract		<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="1,000.00"/>	EUR 1,000.00	--Ninguna--
UniCon CargoMover 60,000 Gallon Non Insulated	GC1040	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="20,100.00"/>	EUR 20,100.00	--Ninguna--

Fig 4.7: Afegir productes a una oportunitat (Cercador)

De totes formes, el punt més fort de Salesforce és el de l'anàlisi i gestió de la informació que conté. Si els usuaris realment nodreixen el sistema i el mantenen actualitzat, en poden extreure molt fàcilment informes, gràfics i panells personalitzats. Aquests es poden afegir a la pàgina d'inici de cada usuari, mostrant-li així de forma automàtica la informació desitjada a cada inici de sessió. Després d'unes quantes proves cal incidir en aquest punt doncs és molt útil i fàcil d'usar.

A partir de senzills assistents que van guiant a l'usuari entre els diferents conceptes, tipus d'informes o de gràfics, filtres i camps, la personalització de la pàgina d'entrada al sistema, per exemple, pot arribar a convertir-se en un panell de control amb tot tipus de dades organitzades i fàcilment comprensibles:

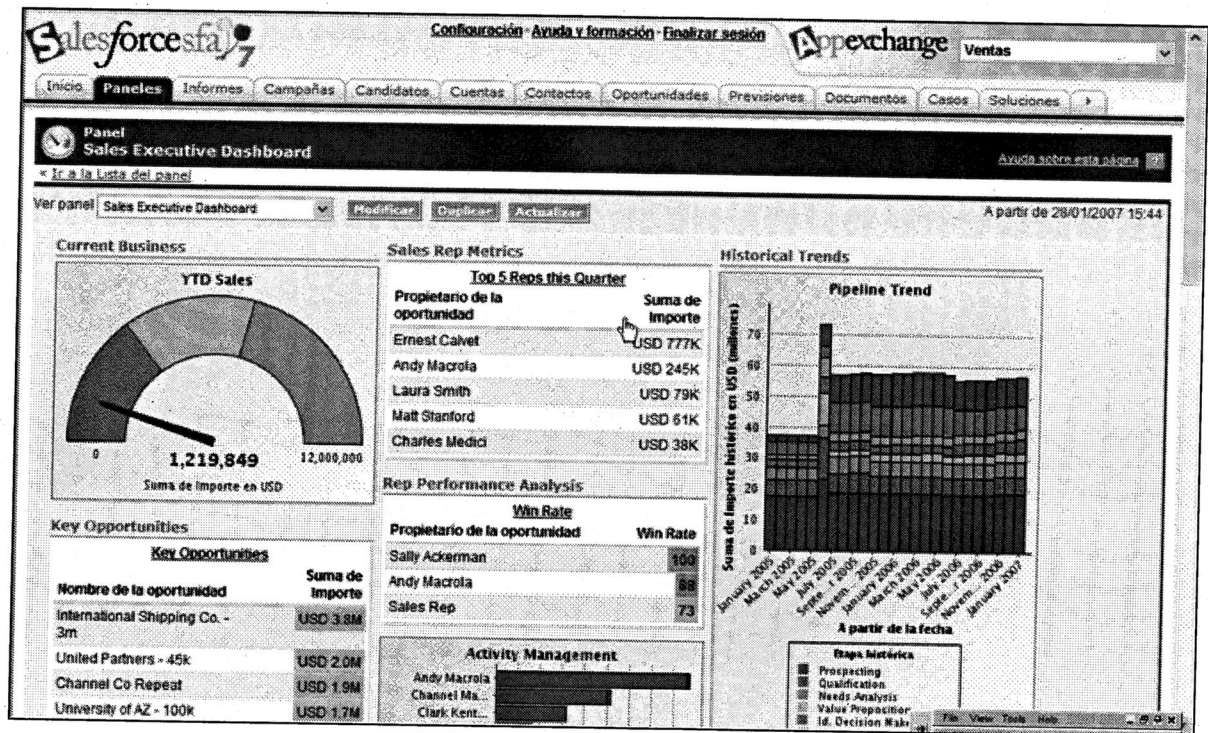


Fig 4.8: Panell d'informació de ventes

Altres punts interessants a destacar de Salesforce:

- Disponibilitat d'una versió off-line de reduïdes prestacions
- Integració completa amb Outlook i resta d'aplicacions del paquet Microsoft Office (botonera integrable)
- Increment progressiu del seu cost en funció del número d'usuaris i funcionalitats emprades.
- Es pot afegir un nombre limitat de camps nous personalitzats totalment (inclou assistents)
- Possibilitat d'adjuntar tot tipus de documents a l'expedient d'un cas o oportunitat (es pot usar com a repositori documental)

4.1.2 Conclusió sobre Salesforce

Després de la demostració es va obrir un torn de preguntes i aquí és on es va extreure la informació suficient com per descartar aquesta opció:

- Un dels primers problemes que presenta el producte de Salesforce és la dificultat per gestionar catàlegs de productes de gran magnitud. A la pregunta de si el sistema seria capaç de gestionar un catàleg d'aproximadament mig milió de referències el ponent no va poder confirmar-ho, al contrari. Va mostrar seriosos dubtes sobre el seu rendiment a partir dels 100 mil articles.
- L'altre problema va sorgir quan es va preguntar per la possibilitat de permetre al client final realitzar i confirmar la seva comanda. Davant la pregunta el ponent em va remetre a algun partner desenvolupador de software per tal que em valoressin el projecte de crear aquesta funcionalitat sobre el sistema.

Com ja s'ha dit, Salesforce està orientat bàsicament al seguiment de processos de compra complexos i dividits en diferents etapes i potser amb diferents perfils involucrats en cadascuna. En cap moment es va mostrar la possibilitat d'interaccionar amb el client, requisit fonamental per Discos Castelló. Cal matisar però, que la plataforma està preparada per a realitzar-hi desenvolupaments extres però sempre mitjançant partners oficials i no podent accedir a fer-les un mateix.

Malgrat tot és una eina molt potent i flexible per usar-se en altres empreses sobretot amb un equip comercial de gran tamany o operacions comercials més complexes que la venda d'uns discos o llibres.

Per últim destacar un possible ús alternatiu de l'eina: al tractar-se d'una utilitat Online de CRM, es troba moltes vegades en la situació de substituir ràpidament i/o temporalment altres productes que no han tingut èxit o que s'estan retrassant en el seu procés de desenvolupament o instal·lació. La seva implantació, sense considerar la necessitat de desenvolupar cap extra pot ser de menys de 15 dies segons l'empresa.

4.1.3 Preus i versions disponibles:

Hi ha 3 versions disponibles de Salesforce. En tot moment es pot canviar de versió a una superior abonant el cost diferencial però no a l'inrevés. La demostració s'ha realitzat amb la versió de més alt nivell i amb la major part dels extres.

Cada versió inclou totes les funcionalitats de la seva immediata inferior. La informació sobre el preu es basa en moltes opcions i variables que s'ha provat de resumir:

1. TEAM EDITION:

Versió bàsica per la gestió de la Força de Ventas (SFA)

Per petites empreses, màxim 10 usuaris.

COST per 10 usuaris: 2.100 € / any

2. PROFESSIONAL EDITION:

Automatització del marketing (MA) + Gestió del Servei d'Atenció al Client (CSS)

No hi ha límit d'usuaris.

COST per 10 usuaris: 8.400 € / any + 1.260 € / any (contracte manteniment i suport)

3. ENTERPRISE EDITION:

Gestió de campanyes de marketing + Integració amb altres aplicacions + Personalització de la interface d'usuari (informes, panells, etc.)

COST per 10 usuaris: 16.200 € / any + 2.430 € / any (contracte manteniment i suport)

EXTRES:

- Servei de suport a l'usuari avançat: 10% cost total compra
- Campaign Tracking: 200 € / usuari / any
- Products & Schedules: 130 € / usuari / any
- Edició Off-line : 324 € / usuari / any

4.2 Oracle CRM Siebel

Amb el distribuïdor oficial d'Oracle que treballem a l'empresa, no vam aconseguir que realitzessin una demostració del producte, ni on-line ni a les seves instal·lacions, per diferents motius aliens a l'execució d'aquest projecte. Tot i això, la disponibilitat d'informació és total al ser partners d'Oracle i l'accés a documentació, demos gravades i portfolis de productes i instal·lacions va ser suficient per poder extreure'n una idea prou completa.

La solució més documentada i publicitada per Oracle és la solució On-Demand, al igual que el sistema de Salesforce. Per tant podem suposar que els avantatges i inconvenients que suposa aquesta modalitat arquitectònica són també aplicables a la solució d'Oracle.

Un dels principals avantatges respecte l'alternativa de Salesforce és que el CRM està suportat per una plataforma de base de dades Oracle i per tant, la integració amb els sistemes d'informació de Discos Castelló (basats en la mateixa plataforma) seria molt més directa i senzilla. Aquest, recordem, és un dels objectius sol·licitats per Discos Castelló.

Precisament aquest és un dels punts que més destaca Oracle de la seva solució On-Demand, basada en el sistema Siebel recentment comprat per la companyia. La base tecnològica no té comparació amb la de Salesforce i la integració amb tota la resta d'aplicacions de tot tipus Oracle és molt més directe.

Una altra diferència amb la solució de Salesforce és que Oracle ofereix verticalitzacions del software preconfigurades per diferents sectors, amb gràfics, informes i tipus de dades més personalitzades.

Centrant-nos en la solució CRM On-Demand, Oracle la divideix en 6 mòduls totalment compatibles entre ells, però que aglutinen diferents funcionalitats:

- Siebel CRM On Demand Sales
- Siebel CRM On Demand Analytics
- Siebel CRM On Demand Integration Pack
- Siebel CRM On Demand Email Marketing
- Siebel CRM Call Center On Demand
- Siebel CRM On Demand Service and Call Center

4.2.1 Anàlisi del producte

Siebel CRM On Demand Sales

El mòdul bàsic del sistema. Molt similar al què ja s'ha vist en el producte Salesforce.com. Gestió de tots els contactes, comptes de client, informació completa sobre oportunitats, accions comercials, etc.

Permet la creació de panells amb gràfics i informes i també inclou assistents per a la confecció d'aquests.

The screenshot shows the Oracle Siebel CRM On Demand Sales homepage. At the top, there is a navigation bar with links for Customer Care, Training, Admin, MySetup, Deleted Items, Help, and Sign Out. Below this, there is a secondary navigation bar with icons and labels for Home, Calendar, Leads, Accounts, Opportunities, Forecasts, Dashboard, and Reports. The main content area is divided into several sections:

- My Homepage:** Includes links for Help and Tutorial, and options for Edit Layout and Printer Friendly.
- Today's Calendar:** A table showing events for the current day. The table has columns for Start Time, Subject, Due Date, Priority, and Subject. The events listed are:

Start Time	Subject	Due Date	Priority	Subject
10:00 AM - 10:30 AM	Lead qualification call	7/21/2006	↓	Confirm lunch meeting
03:00 PM - 04:00 PM	Account review	8/12/2006		Assign executive sponsor
05:00 PM - 05:30 PM	Lead qualification call	8/16/2006	↑	Approve budget
05:00 PM - 06:00 PM	Account review	8/21/2006		Executive call
		8/26/2006	↑	Confirm lunch meeting
		9/11/2006		Assign executive sponsor
		9/15/2006		Approve budget
- Open Tasks:** A table showing tasks with columns for Due Date, Priority, and Subject. The tasks listed are:

Due Date	Priority	Subject
7/21/2006	↓	Confirm lunch meeting
8/12/2006		Assign executive sponsor
8/16/2006	↑	Approve budget
8/21/2006		Executive call
8/26/2006	↑	Confirm lunch meeting
9/11/2006		Assign executive sponsor
9/15/2006		Approve budget
- Alerts:** A list of alerts including "Company meeting on Friday", "New annual report available", "New corporate Web site", and "How to download the CRM OnDemand Office Integration tools".
- Recently Created Leads:** A list of leads including Ruth Peterman @ Action Rentals, Bill Stanton @ Armex Corp., Robin Zepernick @ Hartman and Assoc., Mark Malais @ Action Rentals, James Efficers @ Armex Corp., Than Chi @ Hartman and Assoc., Jason Keaser @ WRN Incorporated, Leslie Quiltstock @ GC Corporation, and Jennifer Norman @ Miller Corporation.

Fig 4.9: Mostra de pàgina principal

Una de les millors a destacar és el PROCESS COACH. A totes les seccions del programa, es pot sol·licitar ajuda a aquesta espècie d'assistent: El sistema memoritza els passos que segueix cada agent comercial i si l'usuari sol·licita ajuda, li mostra en pantalla els passos següents al què està realitzant, que ha seguit l'agent comercial que detecta que n'ha obtingut més èxit basant-se en la informació que registra i analitza. En cas de no disposar d'aquesta informació ofereix un guió estàndard de conducta.

La usabilitat d'aquest sistema és similar a la del producte Salesforce si ja hi estàs habituat a treballar-hi, però l'adició d'aquest PROCESS COACH

i d'altres opcions de tutorials interactius fan que Oracle sigui millor en aquest aspecte.

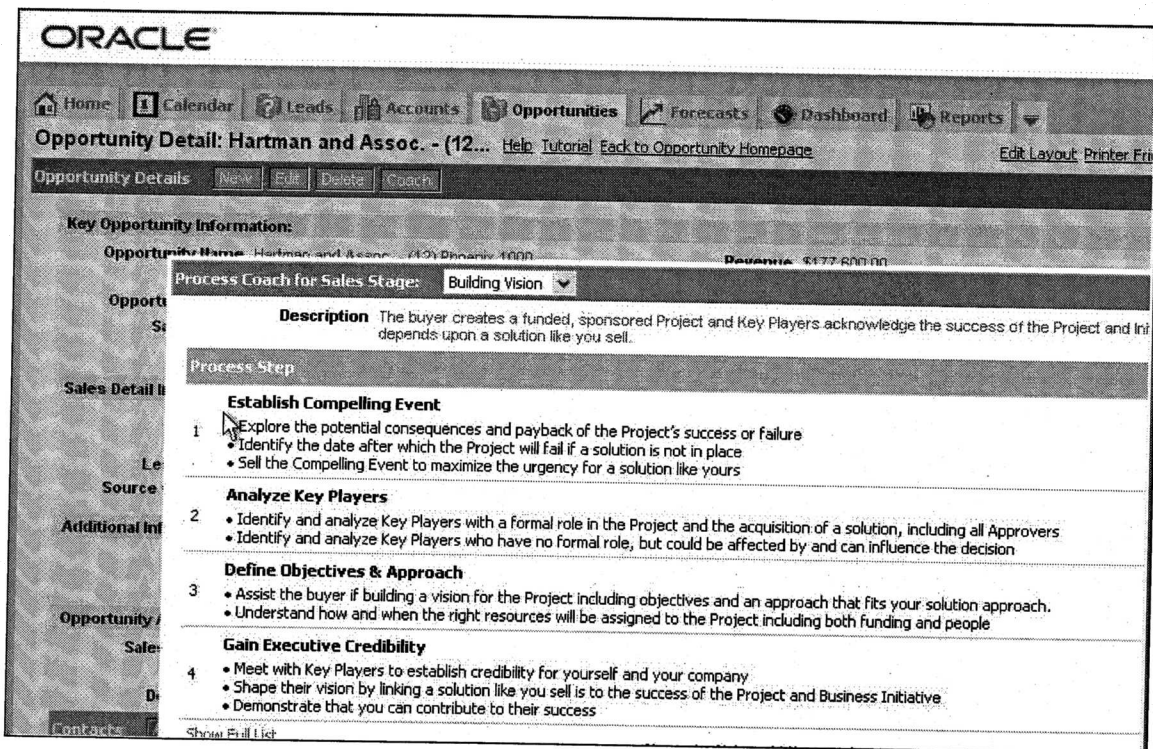


Fig 4.10: Exemple de l'ús del PROCESS COACH

Siebel CRM On Demand Analytics

Aquest paquet s'integra amb el SALES per dotar-lo de molta més capacitat d'anàlisi de la informació. Oracle el bateja com el paquet de Business Intelligence aplicat a la seva solució CRM On Demand.

Quina diferència hi ha amb altres solucions de B.I.? Doncs a part de l'evident facilitat d'integració amb els altres sistemes Oracle, aporta un Dataware House (magatzem de dades) preconstruït amb informació de tendències històriques sectorials.

Aquesta informació, complementada amb la que se n'extreu del sistema al llarg del seu ús diari per part de l'empresa, nodreix tot el sistema d'informació al comercial de prediccions de ventes i previsions d'èxit de determinades campanyes atenent a variables territorials, temporals, etc.

La inclusió d'aquest paquet, excepte si només es vol usar el sistema com a repositori de contactes i d'accions a realitzar, és imprescindible,

doncs aporta la capacitat d'anàlisi necessària al sistema per generar informes, gràfics i panells molt interessants.

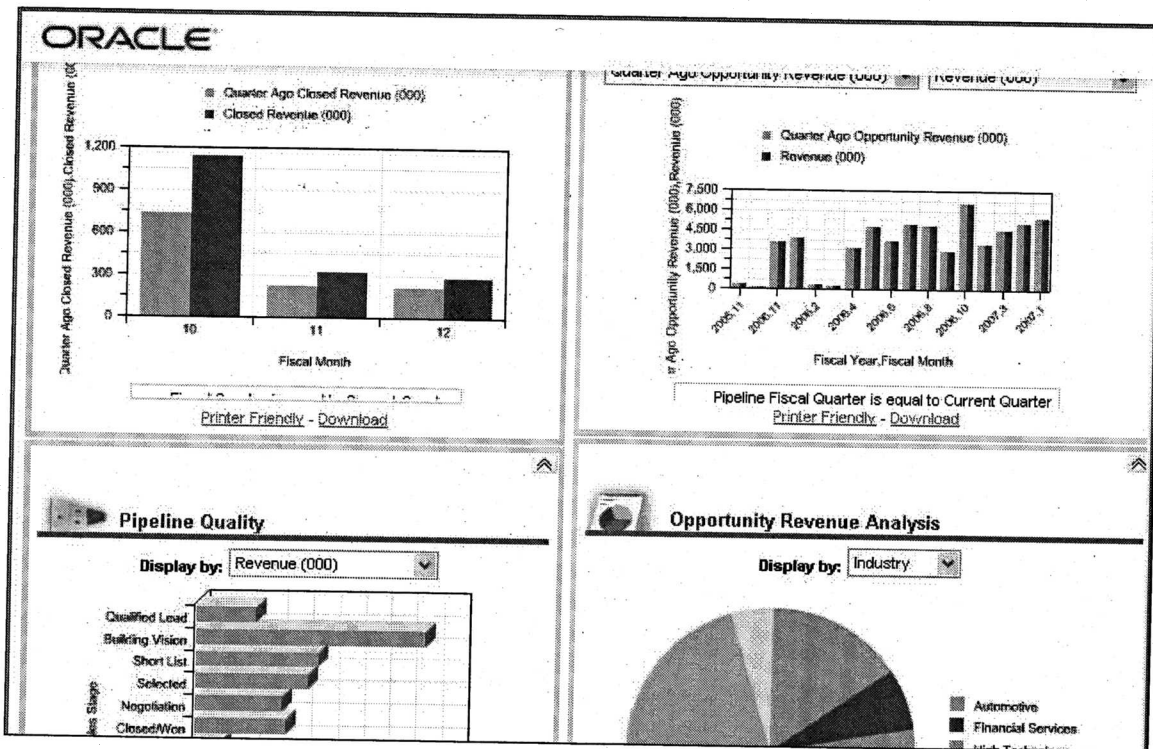


Fig 4.11: Panell amb 4 gràfics diferents

Un detall molt interessant: els panells interactius. Davant de qualsevol taula, informe, gràfic o dada que aparegui en una pantalla, l'usuari pot clicar sobre alguna zona i obtenir-ne un detall més profund. Aquesta acció es pot repetir tantes vegades com es vulgui aprofundint fins al detall concret d'un camp o dada atòmica.

Per exemple: dins un gràfic de ventes anual en format de barres, si cliquem sobre la barra que representa el mes de Febrer se'ns obrirà una nova pantalla amb la mateixa gràfica però centrada en el mes de Febrer i on veurem una barra per dia. I així es pot anar clicant fins arribar a la fitxa concreta d'una venda en un moment concret. Fins i tot des d'aquesta fitxa podem obrir més dades vinculades i per finalitzar tornar a l'escena inicial amb la gràfica mostrant les ventes de l'any.

Les possibilitats per l'usuari amb aquest sistema d'obtenció d'informació són molt grans, doncs amb la demostració que s'ha pogut obtenir per aquest estudi s'han vist diferents exemples on l'usuari aprofundeix molt en l'estructura de la informació i la velocitat d'execució

d'aquesta acció és molt alta. Per contra, pots arribar a perdre una mica l'orientació entre tanta gràfica oberta, però sempre es pot tornar a començar des del principi del camí fàcilment.

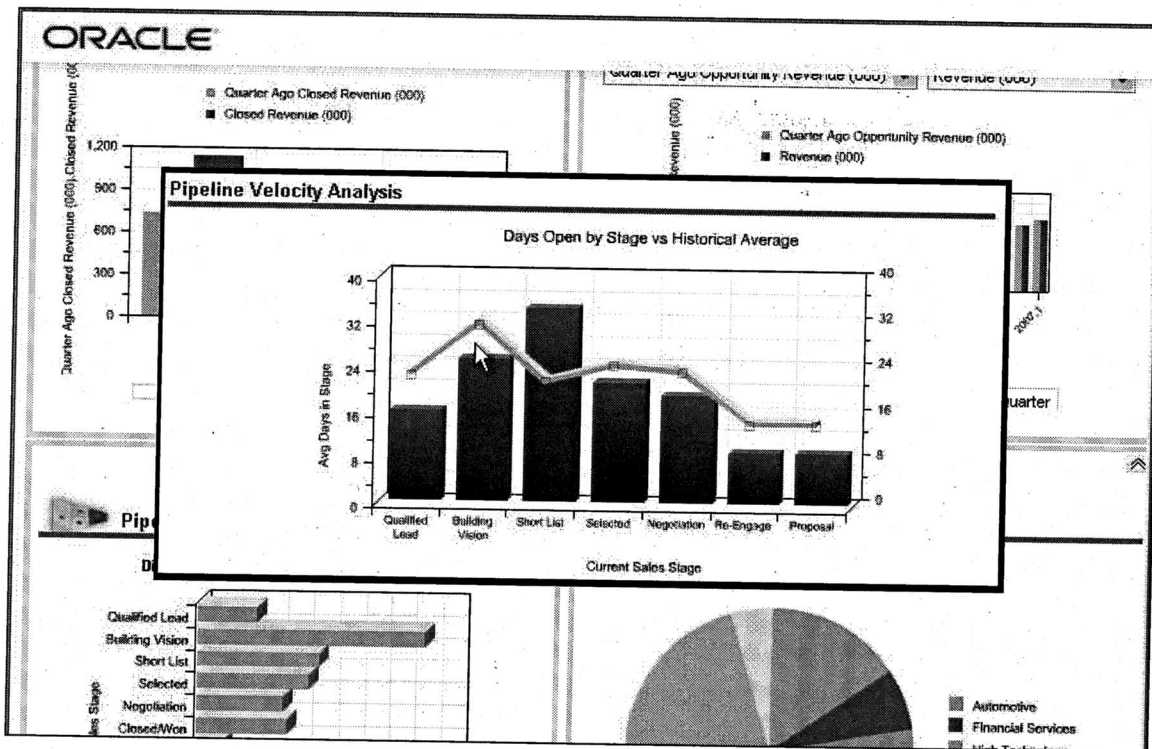


Fig 4.12: Exemple d'aprofundiment de 1r nivell en un gràfic

Siebel CRM On Demand Integration Pack

Totes les aplicacions Oracle que l'empresa tingui instal·lades poden estar integrades plenament gràcies a aquest mòdul. No només els diferents mòduls del CRM sinó també és possible la integració amb la Oracle EBusiness Suite i altres aplicacions de tots els àmbits de l'empresa de la casa Oracle.

La incorporació d'aquest mòdul garanteix la disponibilitat des de totes les aplicacions a les dades actualitzades en temps real: dades de clients, d'administració, de productes, integració de comandes, etc.

Siebel CRM On Demand Email Marketing

Proporciona al departament de màrqueting o comercial un mitjà fàcil i pràctic per aprofitar la informació existent dels clients en la creació,

execució i seguiment de campanyes completes mitjançant el correu electrònic (gestionat directament des de l'eina o amb la integració que permet amb altres aplicacions de correu com per exemple MSOutlook).

Inclou eines de personalització de correus amb la possibilitat de combinar-los i automatitzar-los amb la informació continguda de clients i productes en el sistema, filtrar els destinataris de les campanyes en funció de diferents paràmetres (probablement analítics), adequar el contingut de la campanya segons dades dels clients o contactes, etc. Tot el procés està guiat per una col·lecció d'assistents.

The screenshot shows a web-based CRM interface with a navigation bar at the top containing 'Home', 'Calendar', 'Leads', 'Accounts', 'Contacts', 'Campaigns', and 'Opportunities'. The main content area is titled 'Campaign Detail' and includes links for 'Help', 'Tutorial', and 'Back to Campaign Homepage'. Below this is a 'Campaign Details' section with buttons for 'New Campaign', 'Edit', 'Delete', and 'Setup Email'. The interface is divided into several informational sections:

- Key Campaign Information:**
 - Source Code: EM2346
 - Campaign Name: Customer Outreach
 - Campaign Type: Email
 - Objective: Nurturing campaign
 - Audience: Installed Base
 - Offer:
 - Product:
 - Product Price: \$0.00
 - Status:
 - Start Date: 3/27/2007 01:37 PM
 - End Date: 3/27/2007 01:37 PM
 - Campaign Currency: USD
 - Campaign Phone #:
 - Campaign Email:
- Campaign Plan Information:**
 - Revenue Target: \$875,000.00
 - Leads Targeted (#): 350
 - Budgeted Cost: \$100,000.00
 - Actual Cost: \$0.00
- Additional Information:**
 - Owner: Cari Aves
 - Modified By: Cari Aves 3/27/2007 0
- Description:**
 - Recipients: Add Recipients

At the bottom, there is a table header for recipients with columns: First Name, Last Name, Job Title, Work Phone #, and Delivery Status.

Fig 4.13: Creació d'una campanya de marketing

El paquet inclou un planificador de campanyes amb el què programar el dia i hora de l'enviament dels emails fins i tot tenint en compte les diferents regions horàries del món. La mateixa eina ens permetrà controlar si tot ha anat bé i no hi ha hagut cap error en l'enviament o recepció.

Gestiona les respostes dels clients o contactes per poder ràpidament programar noves tasques de seguiment comercial i per nodrir la base de

dades que ens permetrà a posteriori conèixer el grau d'èxit de cada acció, mesurar-ne l'efectivitat i preveure'n la de futures campanyes.

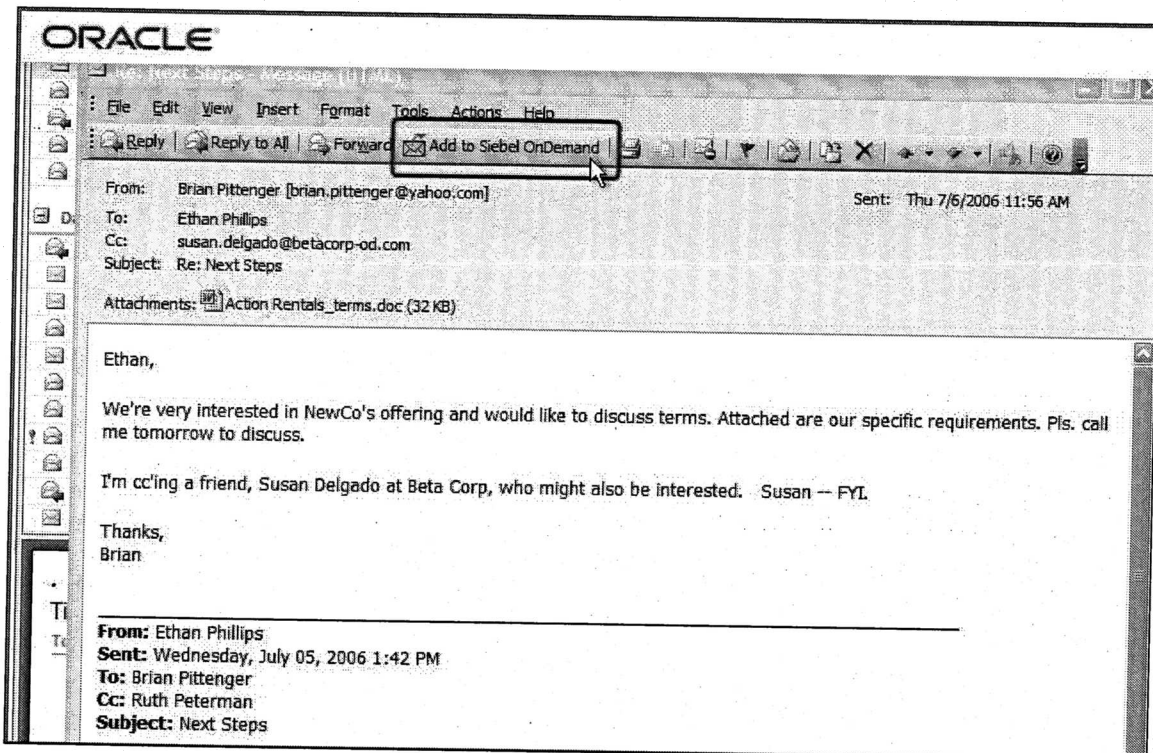


Fig 4.14: Registre manual de la resposta d'un client.

Siebel CRM Call Center On Demand

Aquest servei de call Center on-line ens permet gestionar l'atenció al client de la forma més automàtica i menys costosa possible. Simplifica tota la infraestructura necessària com centraletes, aparells i línies telefòniques, etc, usant la seva pròpia infraestructura en comunicacions. L'estalvi és realment significatiu, doncs s'usa la transmissió de veu per Internet i altres tecnologies de nova aparició sense necessitat d'implantar-les a les instal·lacions de l'empresa, senzillament usant els seus sistemes a mode d'OutSourcing.

Què inclou el sistema call center On Demand:

- Distribució automàtica de les trucades: El sistema identifica el client que truca i el desvia cap a on correspongui.

- Resposta de veu interactiva: Un sistema automàtic que mitjançant la interacció amb el client identifica prèviament el motiu de la trucada, per exemple.
- Veu sobre IP integrat en el sistema CRM
- Eines per supervisar trucades, enregistrar-les, generar-ne informes etc. Supervisió del Call Center.

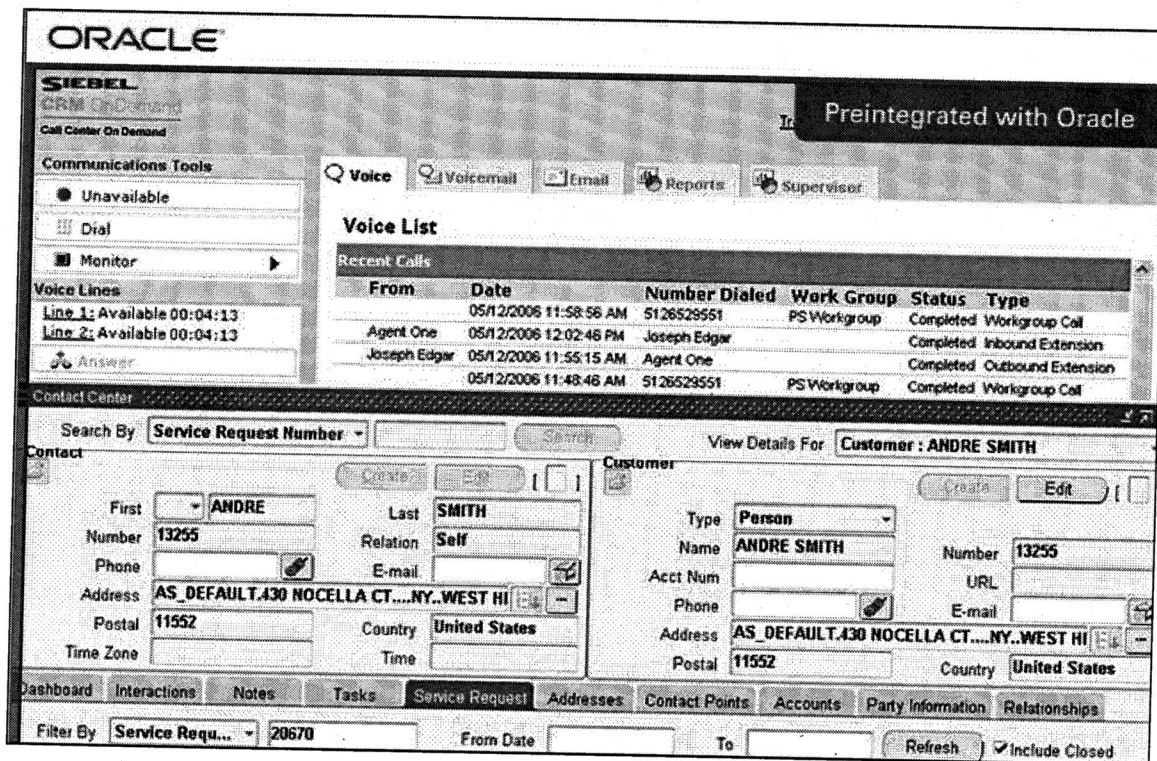


Fig 4.15: Gestió de trucades del Call Center

Siebel CRM On Demand Service and Call Center

No cal aprofundir gaire en aquest mòdul doncs és l'extensió del Call Center: inclou un complet sistema de gestió de serveis associats a les trucades o contactes dels clients (per exemple resolució d'incidències).

4.2.2 Conclusió sobre Oracle CRM Siebel

El sistema CRM d'Oracle és extens i potent. La seva modularitat permet adaptar-se a les necessitats de cadascú però això no es veu del tot reflexat en els preus, doncs en aquest punt tot queda una mica difús.

Per altre banda és impensable l'ús del sistema SALES sense el mòdul ANALYTICS. Igualment, a partir d'un mínim de dos mòduls ja és recomanable la incorporació del paquet INTEGRATION.

El mòdul més ben diferenciat de la competència és el del CALL CENTER. Realment l'atractiu estalvi en tecnologies gràcies a l'outsourcing que permet la infraestructura compartida d'Oracle és enorme i en cas de seguir necessitant d'un departament d'atenció al client seria l'opció recomanada per Discos Castelló. Però com ja s'ha dit l'empresa ha decidit reduir aquest servei en tots els sentits.

Un altre punt molt interessant del sistema és el mòdul de EMAIL MARKETING, en concret la utilitat per recuperar automàticament la resposta dels clients a determinats formularis/campanyes enviats per email. També és interessant i innovadora la possibilitat de programar l'enviament de les campanyes segons les diferents regions horàries.

Tanmateix, el sistema segueix essent ideal, a l'igual que en el cas de Salesforce, per estructures comercials de gran envergadura especialment per transaccions complicades. Totes les possibilitats que aporta serien poc aprofitades per Discos Castelló. En canvi ens trobem amb una interacció amb el client més interessant que amb el Salesforce, però igualment insuficient. Caldria disposar d'una eina de captació de comandes amb més funcions que les estàndard que aporta. És factible el desenvolupament de noves funcions i una personalització de les existents, però no són masses les facilitats per integrar-ho amb softwares fets a mida, encara que, com en el cas de Discos Castelló, estiguin basades en una plataforma de base de dades Oracle.

De totes formes cal avançar que s'usarà part d'aquesta tecnologia (en concret de la API i llibreries del mòdul INTEGRATION) per poder comunicar el projecte que es desenvoluparà amb altres bases de dades inclús no Oracle.

4.2.3 Preus i mòduls disponibles:

En el cas d'Oracle CRM Siebel sí que disposem de simplicitat per realitzar una estimació del què costaria. Es tracta també d'una solució On Demand basada en una subscripció per usuari i en dependència dels mòduls triats:

1. **Siebel CRM On Demand Sales**

COST per cada usuari: 52 € / mes (amb un contracte mínim de 12 mesos)

2. **Siebel CRM On Demand Analytics**

COST: gratuït si es disposa del paquet Sales

3. **Siebel CRM On Demand Integration Pack**

COST: sota pressupost i en funció dels mòduls a integrar. Cal dir però, que la majoria de llibreries de programació i utilitats d'integració poden ser descarregades i usades gratuïtament.

4. **Siebel CRM On Demand Email Marketing**

COST: una sola quota de subscripció mensual sota pressupost.

5. **Siebel CRM Call Center On Demand**

COST per cada usuari. 68 € / mes (amb un contracte mínim de 12 mesos)

Sobre 10 usuaris, el cost mínim d'un sistema CRM amb els mòduls SALES, ANALYTICS i el CALL CENTER suposaria aproximadament uns 1.200 € / mes. Caldria afegir a aquest preu el cost del mòdul Email Marketing només accessible si se sol·licita un pressupost oficial a un distribuïdor Oracle.

4.3 El projecte a mida

4.3.1 Riscos detectats:

Principalment observem el problema de la distribució (independència de la plataforma destí o final) amb especial incidència amb l'instal·lador. De totes formes, degut al nombre reduït de instal·lacions inicials podríem assabentar-nos del SO del client i anar depurant i millorant l'instal·lador a mesura que vagin apareixent noves implantacions.

Interactuen molts sistemes a la vegada amb el programa: Timer, Erp (diferents funcionalitats).

Per al seu òptim ús el programa requereix de connectivitat amb el servidor que nosaltres designem pel què es tracta d'un altre element a mantenir per a que tot funcioni.

Estarà, en breu, en mans de molts tipus d'usuaris molt inexperts o poc habituats al treball amb ordinadors. És per això que una de les característiques positives principals d'aquest projecte és la seva usabilitat i que les interfícies siguin molt intuïtives.

4.3.2 Identificació de punt estratègics:

Funcionalidad		
Idoneidad		Grado de acierto para solucionar el problema.
Corrección		Satisf. especific. Y objetivos prop. por cliente.
Interoperatividad	x 7	Esfuerzo necesario para acoplar un sistema con otro.
Conformidad		Importancia de la conformidad prod.final del cliente.
Seguridad		Sistema seguro (ley prot.dat., seguridad, permisos...)
Confiabilidad		
Madurez		Previsión de uso a muy largo plazo.
Tolerancia a Fallos	x 5	Robustez del programa. Requiere pruebas exhaustiv.
Facilidad de recuperación	x 5	Recuperación en caso de fallo.
Usabilidad		
Facilidad comprensión	x 3	Facilidad de comprensión
Facilidad aprendizaje		Facilidad de aprendizaje
Operatividad	x 8	Facilidad de operación de un programa
Eficiencia		
Tiempo de uso		Velocidad de ejecución de las operaciones
Recursos utilizados		Eficiencia en el uso de recursos de HW
Facilidad mantenimiento		
Facilidad de análisis		Facilidad de análisis
Facilidad de cambio	x 8	Poder gestionar fácilmente un pequeño error/cambio
Estabilidad	x 5	Conservación estado sistema ok con el tiempo
Facilidad de prueba		Sistema adaptado para realizar pruebas exhaustivas
Portabilidad		
Facilidad de instalación	x 8	Facilidad de instalación
Facilidad de ajuste		Facilidad para parametrizar programa en función platf.
Facilidad de adaptación al cambio	x 8	Poder cambiar fácilmente a una nueva versión

Amb aquesta taula identifiquem els punts més importants a tenir en compte durant el desenvolupament d'aquest projecte i els valorem dins d'una escala de 0 a 10 segons la seva significància. No hem de deixar de prestar atenció a la resta de qualitats que pot tenir un software, però els seleccionats són els més interessants per aquest projecte en concret.

Aquesta valoració afecta a la quantificació de l'esforç a realitzar per part del desenvolupador.

