



ACTUALIZACIONES LIBRA VERSIÓN 6.2

GESTIÓN DE RELACIONES
(CRM)



ACTUALIZACIONES LIBRA VERSIÓN 6.2

GESTIÓN DE RELACIONES (CRM)

© EDISA, 2025

www.atlaslibra.com

ÍNDICE

Gestión de Relaciones (CRM)	5
1 Descripción del módulo	5
1.1 Vistazo en 30 segundos	5
1.2 Detalle en 3 minutos	6
1.3 Conceptos	8
2 Novedades incorporadas	9
2.1 Informe de casos abiertos en el CRM	9
2.2 Aumentado el tamaño de los campos de email en LIBRA ERP	9
2.3 Edición de tareas cerradas en el BPM/CRM	10
2.4 Nuevos campos de uso libre para el detalle de expedientes CRM	10
2.5 Inserción de entidades en campañas	10
2.6 Mejoras en la integración CRM con INTEGRA	10

GESTIÓN DE RELACIONES (CRM)

1 Descripción del módulo

1.1 Vistazo en 30 segundos

El módulo CRM está orientado a la **gestión de las relaciones de la empresa con terceros, fundamentalmente con clientes**, cubriendo todas las etapas de la relación comercial, desde la preventa hasta la postventa.

Mediante este módulo la empresa podrá recoger toda la **información sobre las entidades** (personas físicas o empresas) **con las que mantiene relación**, pudiendo personalizar los datos a registrar en función de las necesidades.

Asimismo, el módulo permite establecer, también de forma personalizada, los **procesos que intervienen en esta relación**, generando un histórico de toda la actividad que la empresa ha mantenido con las distintas entidades.

De este modo, la empresa podrá llevar a cabo actividades tales como la prospección comercial, la generación de leads, el seguimiento de las oportunidades de venta, la gestión de las actividades comerciales o el seguimiento de la postventa.

El módulo se encuentra integrado con el resto de módulos LIBRA, fundamentalmente con el de **Ventas-Distribución**, para poder ofrecer una vista 360 grados de la relación con el cliente.



Asimismo, en caso de que intervengan varias personas o departamentos en la gestión, es posible la implantación del módulo de **Gestión de Procesos (BPM)**, para automatizar el flujo de trabajo de forma que el usuario no tenga que recordar las actividades pendientes, sino que sea el propio sistema quien canalice el trabajo a realizar a las distintos usuarios.

1.2 Detalle en 3 minutos

- Entidades CRM:
 - El módulo permite personalizar la ficha de entidades CRM, añadiendo todos los campos que permitan recoger la información que cada empresa estime necesaria.
 - Se dispone de la funcionalidad que permite vincular los principales maestros de LIBRA con el maestro de entidades, de forma que, al crear un nuevo registro en dichos maestros, se pueda generar una entidad CRM. El caso de integración más habitual es el del fichero de clientes, de forma que la creación de un nuevo cliente genere de forma automática una entidad CRM a la que se le podrá añadir toda la información relativa a la gestión comercial.
 - Las entidades CRM tienen asociados contactos que permitirán personalizar la relación comercial, pudiendo parametrizar también la información a incluir sobre dichos contactos.
 - Acceso a los contactos de forma muy ágil, con opción de escaneado de las tarjetas de visita.
 - Es posible segmentar la base de datos de entidades en base a diferentes criterios, tales como la fuente de procedencia de la entidad, el sector de actividad, la zona, el agente asignado, etc.
- Acciones comerciales:
 - El sistema permite personalizar la tipología de acciones comerciales a realizar en relación a las entidades y las posibles oportunidades comerciales o casos que se abran en una determinada entidad. Las acciones habituales incluyen:
 - Llamada telefónica a los clientes.
 - Contacto a través de correo electrónico.
 - Visitas.
 - Envío de documentación.
 - Presentaciones comerciales.
 - Etc.
 - Las acciones pueden calendarizarse, asignarse a personas o equipos. Asimismo, puede establecerse un flujo de dichas acciones, estableciendo una secuencia para las mismas. Existe integración con las aplicaciones habituales de agenda, para facilitar el envío de notificación de una acción a un conjunto de usuarios, de forma que dicha acción se inserte en sus correspondientes calendarios.
 - Se dispone de un panel de control que permite gestionar el día a día del equipo comercial, pudiendo visualizar las acciones pendientes, reasignar

acciones entre usuarios, añadir fácilmente nuevas acciones, etc. Este panel de control permite el manejo desde una única pantalla, ganando enormemente en agilidad a la hora de la captura de los datos.

- Programación automática de tareas de envío de correos electrónicos a usuarios en función de determinadas reglas o de eventos.
- Seguimiento de oportunidades comerciales y gestión del *forecast* de ventas:
 - El módulo permite la gestión de las oportunidades comerciales vinculadas a los potenciales clientes o leads. Dicha gestión supone la cualificación de cada una de las oportunidades mediante un código de estado totalmente personalizable. A título de ejemplo se relacionan a continuación posibles fases en una oportunidad de venta:
 - Identificando necesidades.
 - En fase de presentación de soluciones o productos.
 - En fase de decisión.
 - Aplazada decisión.
 - Cerrado positivamente para la empresa.
 - Cerrado negativamente para la empresa.
 - Asociado a cada oportunidad de venta, es posible añadir información que describa dicha oportunidad, tal como los productos previstos, importes, prescriptor, campaña a la que se asocia, probabilidad de cierre, etc.
 - El módulo permite gestionar el *forecast (pipeline)* de ventas, permitiendo que la dirección pueda centrarse en aquellas oportunidades que están más próximas a concretarse en ventas o analizar el número de oportunidades y su volumen en cada uno de los estados.
- Gestión de campañas:
 - El módulo permite definir campañas que generan las acciones definidas.
 - Se puede establecer un presupuesto para cada campaña, pudiendo comparar posteriormente el resultado obtenido en términos de número de leads generados y oportunidades cerradas.
- Gestión del envío y recepción de correos electrónicos:
 - Automatización de envíos de correos electrónicos, permitiendo la configuración de patrones de mensaje a enviar personalizados para cada entidad.
 - También se pueden crear entidades y oportunidades a partir de correos electrónicos recibidos.
- CRM Mobile:
 - Posibilidad de consulta y de entrada de datos desde dispositivos móviles (especialmente útil para la dirección y el equipo comercial): creación y consulta de entidades, contactos, oportunidades; modificación de los status; etc.

- CRM Postventa:
 - El módulo permite gestionar toda la relación postventa con los clientes, incluyendo procesos tales como la gestión de reclamaciones e incidencias o solicitudes de servicio. El nivel de integración con el resto de módulos LIBRA facilita la llamada a cualquiera de las aplicaciones, para acceder a información tal como datos técnicos del cliente, información sobre las condiciones comerciales, pedidos, entregas, facturación, etc.

1.3 Conceptos

- **Acciones:** Cualquier actividad que la empresa realiza en relación a las entidades CRM (visitas, llamadas, presentaciones comerciales). LIBRA ofrece una amplia funcionalidad en torno a las acciones pudiendo calendarizarlas, asignarlas a personas concretas o establecer un flujo o secuencia para su gestión automatizada, mediante el módulo de Gestión de Procesos (BPM).
- **Agenda comercial:** Asignación de fechas a las acciones comerciales de un determinado agente. La agenda vincula agentes, acciones y entidades CRM.
- **Campaña:** Conjunto de acciones comerciales concentradas en un determinado periodo de tiempo que persiguen un determinado objetivo. Las campañas se establecen habitualmente en relación a un subconjunto de la cartera de clientes de la empresa.
- **Contactos:** Cada entidad tiene asociados “n” contactos, en los que se personaliza la relación. El fichero de contactos es personalizable para adaptarlo a las necesidades de información de cada empresa.
- **CRM Mobile:** Funcionalidades CRM orientadas a dispositivos móviles, tales como teléfonos móviles o tabletas.
- **e-mail marketing:** Forma de comunicación y relación con los clientes basada en la automatización del envío y recepción de correos electrónicos, vinculados a campañas o a eventos relacionados con el status de los expedientes o casos abiertos con clientes.
- **Entidad CRM:** Fichero básico del módulo CRM en el que se almacena la información sobre las entidades con las que la empresa mantiene relación. Se trata de un fichero que puede incorporar cualquier tipo de entidad; cliente, proveedor, prescriptor, etc. El fichero de entidades ofrece la posibilidad de personalizar campos de información, para adaptarlo a las necesidades de cada empresa.
- **Expedientes o casos CRM:** Cada entidad CRM puede tener “n” expedientes o casos abiertos de cada una de las distintas tipologías de expediente o casos definidos. Un ejemplo es la generación de una oportunidad de venta, que dará lugar a un conjunto de acciones concretas vinculadas a dicha oportunidad.
- **Forecast de ventas:** Uno de los principales objetivos del CRM es poder gestionar la previsión de ventas de la compañía. El *Forecast* de ventas nos permite visualizar de forma agregada o por agente el volumen de oportunidades de venta, en función del estado de dichas oportunidades y del porcentaje de probabilidad de que se materialicen.

- **Lead:** Término empleado para referirse a los clientes potenciales en los que existe una oportunidad de venta y por tanto es posible abrir un caso sobre el que la empresa puede realizar acciones comerciales concretas orientadas a la venta. En cierto modo puede considerarse que hay actividades orientadas a la consecución de leads o la apertura de oportunidades de venta y acciones orientadas a la gestión de las oportunidades de venta abiertas. Con frecuencia dichas acciones se realizan con equipos diferentes; las primeras suelen basarse en acciones de marketing.
- **Segmentación de clientes o entidades:** La realización de actividades comerciales requiere con frecuencia segmentar la base de datos para focalizar los esfuerzos en un determinado subconjunto de las entidades. Esto requiere que el fichero cuente con los campos de clasificación adecuados, tales como; actividad, localización, etc. También es posible utilizar criterios de segmentación basados en información histórica que la empresa tenga en relación a dicha entidad (ventas, datos de gestiones comerciales realizadas, etc.).
- **Status de un expediente:** La gestión de las relaciones con clientes o con proveedores requiere clasificar los distintos expedientes según el status en el que se encuentran. Por esta razón este concepto se convierte en un elemento troncal en la gestión de los expedientes o casos.
- **Tipos de expediente o casos CRM:** Las gestiones comerciales realizadas persiguen un determinado objetivo; venta de un producto, captación de potenciales clientes o prestar un servicio post-venta determinado. LIBRA permite establecer diferentes tipologías de expediente, pudiendo personalizar la información requerida en cada uno de dichos tipos.

2 Novedades incorporadas

A continuación, se indican las principales novedades incorporadas a este módulo en esta versión.

2.1 Informe de casos abiertos en el CRM

Se han ampliado las posibilidades de filtrado de estado de expedientes para poder seleccionar los casos considerados como abiertos y, de esta forma, poder visualizar en un único informe todos los casos que consideramos como abierto según ese criterio de filtrado.

2.2 Aumentado el tamaño de los campos de email en LIBRA ERP

Se ha aumentado el tamaño de los campos de LIBRA ERP donde se almacenan las cuentas de correo (email) para recoger hasta 320 caracteres, tamaño máximo especificado en la norma RFC 3696: tamaño máximo de la cuenta de correo 320, que se descompone en tamaño máximo de "DIRECCION_LOCAL" 64 y tamaño máximo de "dominio" 255.

Siguiendo esta misma norma, se ha actualizado el método de validación del formato de una cuenta de correo (recogido en el paquete PK_EMAIL_UTILS).

En concreto, se ha actualizado los campos:

- MENU_PARAM.EMAIL_NOTIFICACIONES
- ALRT_SMPT_SERVERS.EMAIL_ORIGEN
- MENU_PARAM_SERVIDORES_POP3.EMAIL_REENVIO_ERROR
- USUARIOS.EMAIL
- ALRT_ALERTAS.ENVIADA_POR
- ALRT_ALERTAS.EMAIL_PRUEBAS
- ALRT_ALERTAS_LOG.ENVIADA_POR
- ALRT_ALERTAS_LOG.EMAIL_PRUEBAS
- ALRT_ALERTAS_COLA.ENVIADA_POR
- ALRT_ALERTAS_COLA.EMAIL_PRUEBAS
- ALRT_ALERTAS_MAIL.DESTINATARIO

Y, también, se han actualizado los siguientes programas:

- Parámetros menú (programa U_MPRMEN)
- Usuarios (programa USUARIOS2)
- Usuarios de correos (programa MAIL_SENDERS)
- Mantenimiento de alertas (programa ALRT_ALERTAS)
- Consulta cola de alertas (programa ALRT_ALERTAS_LOG)

2.3 Edición de tareas cerradas en el BPM/CRM

Se ha habilitado un nuevo parámetro en el mantenimiento de Parámetros Generales del CRM que permite editar tareas finalizadas.

2.4 Nuevos campos de uso libre para el detalle de expedientes CRM

Se han añadido nuevos campos reservados de uso libre en la tabla "CRMEXPEDIENTES_CAB_DETALLE".

2.5 Inserción de entidades en campañas

Se ha incorporado una nueva funcionalidad en el programa "CRM" en movilidad (MWL.CRM) que facilita la generación de campañas, permitiendo la carga de las entidades desde un archivo Excel en lugar de utilizar los filtros habituales. Esta nueva opción permite detallar las entidades a las que se dirigirá la campaña de forma más precisa, utilizando criterios más complejos como estadísticas de ventas. En la hoja de Excel se debe indicar el tipo de entidad (EN, CL o PR) y su código correspondiente.

2.6 Mejoras en la integración CRM con INTEGRA

Se ha actualizado el proceso de importación de documentos estándar con INTEGRA para incluir la cabecera y líneas de expedientes CRM (tablas CRMEXPEDIENTES_CAB y CRMEXPEDIENTES_LIN).

LATINOAMÉRICA

COLOMBIA

ECUADOR

MÉXICO

REP. DOMINICANA

ESPAÑA

MADRID

BARCELONA

VALENCIA

VIGO

OVIEDO

LAS PALMAS

OURENSE (CENTRO I+D)