

Control duplicados - fusionar - segmentar - Seguridad

5 TIPS PARA MANTENER LA CALIDAD DE TUS DATOS ZOHO CRM



Por Alberto Verdú



@verduv

Prólogo

¿Cuántas veces has realizado una llamada de seguimiento y en ese momento te dice que otro miembro del equipo había contactado ya con él?

Es una situación que no suele ser agradable la verdad ¿pero porque suceden estas cosas?

Es más común de lo que piensas, al no encontrar un registro de llamadas hecho a un contacto, decides llamar, pero después del jarro de agua fría, se revisa con más profundidad y se descubre un contacto duplicado asignado a otro comercial.

Por ello es muy importante mantener una calidad de los datos en tu CRM, pues de ello depende que tus comunicaciones y seguimientos de ventas sean más o menos eficientes lo que repercute en la eficacia de tu equipo comercial.

Es vital mantener actualizados los datos de nuestros clientes, cuando se cambia un email, número de móvil, o incluso cuando un contacto cambia de empresa para evitar datos redundantes o incompletos.

Por tanto nos surge la pregunta, ¿Como puedo mantener los datos de mi CRM limpios?

De esto quiero hablarte en este libro, de las 5 técnicas más importantes a realizar para conseguir tener un CRM limpio y actualizado.

Gracias a esta guía te garantizo que si sigues estos 5 consejos tendrás un CRM eficiente, y la eficiencia siempre es la ante sala de la productividad, ahorra tiempo y dolores de cabeza con estas técnicas.

Consejo # 1 Mantener los datos completos

Consejo # 2 Evitar la entrada de leads y contactos duplicados

Consejo # 3 Combinar registros duplicados existentes

Consejo # 4 Mantener un formato de entrada de datos

Consejo # 5 Usar Roles para mejorar la seguridad

1

Mantener los datos completos

“Es un error capital teorizar antes de tener datos.”
– Arthur Conan Doyle



Hazte esta pregunta:
¿Cuan de completos
son mis registros?

Mantener los datos completos

Aunque no te lo imagines, una información incompleta en tu CRM genera una mala calidad en tus datos, y la consecuencia más directa es que tú y tu equipo perderéis efectividad en el seguimiento de las ventas, lo que finalmente se traduce en pérdidas económicas y de volumen de negocio.

Completar datos es necesario, y muchos de los campos que tenemos en las diferentes fichas de nuestro CRM como Posibles Cliente, Cuentas, Contactos, etc. son imprescindibles para poder realizar de manera eficiente el seguimiento y control de nuestros procesos comerciales. ¡Pero rellenarlos lleva mucho tiempo!

La excusa de la falta de tiempo es una trampa, y es la razón de que los usuarios descuidan y en la que se excusan para realizar una entrada de datos de forma adecuada. Esos minutos dedicados a esta labor, en los momentos iniciales del registro cuando tenemos todavía fresca la información en nuestra cabeza, son una excelente inversión de tiempo pues de no realizarlo en ese momento, nos provocará pérdidas de tiempo mucho mayores días después intentado recordar o peor, que otros compañeros no puedan disponer de ella y actuar de forma más eficiente.

¿Como lo solucionamos?

La mejor manera de atajar este problema pasa por establecer los campos, que sean importantes, como obligatorios. Por ello, debes determinar los campos que son más importantes para disponer de una información completa, y animar a los usuarios a rellenar en esos detalles importantes.

De esa forma si el usuario no introduce el dato obligatorio no podrá almacenar el registro ya sea un Posible Cliente, Contacto o cualquier otro.

NOTA: Si quieres aprender de forma rápida y fácil como configurar tu ZOHO CRM y aprender todo lo que puede hacer por ti t recomiendo mi [Curso Aprende a Administrar ZOHO CRM](#)



2

Evitar entrada de Posibles clientes y contactos Duplicados

“Un hoy vale más que dos mañanas”

– Benjamin Franklin



Prevenir,
mejor que curar

Evitar entrada de Posibles clientes y contactos

Trabajar con un sistema de gestión de datos colaborativo aporta multitud de ventajas como son; accesibilidad, compartir información, y un sin fin de ventajas que no voy a enumerar en este apartado. Pero también puede provocar otros problemas sino tenemos una adecuada planificación en la entrada de datos desde el principio.

El hecho de poder trabajar diferentes usuarios simultáneamente y con el acceso a los mismos datos, como digo es fantástico, pero como dice Spiderman *“un gran poder conlleva una gran responsabilidad”*.

Me estoy refiriendo con ello, que es muy común que cuando un usuario se dispone a introducir los datos de un nuevo posible cliente, por poner un ejemplo, éste puede existir en el CRM, y si no disponemos de ningún mecanismo que nos avise, empezamos mal, ya que estamos duplicando información en el CRM y disgregando dicha información. Esto es contrario a lo que buscamos con el uso de un CRM, pues acabamos gestionando varios registros de un mismo posible cliente de manera independiente como si fueran distintos, cada uno con sus tareas, notas, etc. Como puedes ver, trabajar así nos llevará a cometer fallos y ser poco eficientes.

Por ello **desde el primer momento es imprescindible el controlar la existencia de un registro** en la mismo momento del alta.

¿Como lo solucionamos?

Es evidente que podemos pensar que antes de introducir un nuevo Posible Cliente o Contacto, podemos buscar si ya existe, pero esto nos para nada eficiente, pues puede que no realicemos la búsqueda de forma adecuada y no lo localicemos, pero sobre todo porque es un tiempo mal gastado.

Por ello, es mejor **definir que campos pueden ser claves para identificarlos como únicos** y entonces **definir estos campos con la propiedad de no permitir duplicados**, de esa forma el CRM permitirá detectar el nuevo valor introducido y en caso de existir uno igual, nos indicará que ya existe ese valor en el CRM.

Como puedes entender esto tiene un gran valor para empezar con una buena estrategia de prevención de datos duplicados.



3

Combinar registros duplicados

“La complejidad es tu enemiga. Cualquier tonto puede hacer algo complicado. Lo difícil es hacer algo simple”.

– Richard Branson



¿Podemos eliminar los registros duplicados?

Combinar registros duplicados

Mantener la integridad de nuestros datos es una tarea vital para lograr que nuestro CRM, y por tanto nuestra empresa funcione como un reloj suizo.

En el capítulo anterior hemos visto como evitar registros duplicados, pero tal vez hayas leído esta guía tarde, o bien utilices algún tipo de integración con otros servicios que realicen altas de registros en tu CRM de forma automática, en estos casos puede que ya tengas esta duplicidad de datos.

Entonces... **¿Qué puedes hacer? ¿Existe alguna solución a este grave problema?** la respuesta es **sí**.

¿Como lo solucionamos?

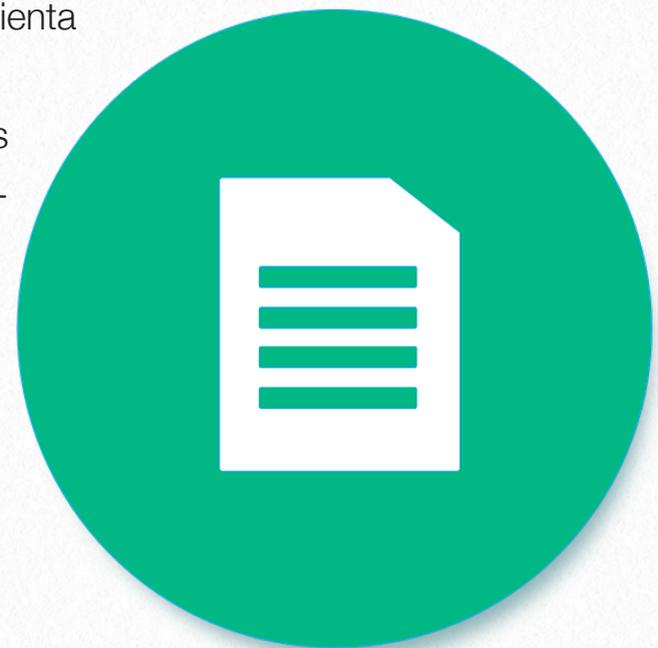
La solución es sencilla, pero eso si, requiere de una reserva de recursos de tiempo más o menos importante en función de la calidad de tu actual base de datos.

Me explico, si has aplicado lo comentado en el capítulo anterior, no deberías tener registros duplicados introducidos manualmente, pero tal como te he comentado otros servicios pueden crear estos registros duplicados.

Por ello en función de la cantidad de registros duplicados que tengas necesitarás utilizar más o menos tiempo para realizar esta limpieza de datos.

¿Porque digo que es sencillo? porque ZOHO CRM dispone de una herramienta que localiza los registros duplicados y te permite gracias a un asistente unificar en un solo registro destino los datos de todos campos de los dos mas registros que ZOHO CRM detecte como posible coincidencia, por eso es sencillo.

¿Porque digo que requiere tiempo? por lo que ya he comentado, si tienes 10 registros duplicados, no es lo mismo que si tienes 100, ya que para cada grupo de coincidencias, por ejemplo dos o más registros duplicados que sean en realidad un único registro, pero debes realizar realizar una fusión, manualmente para cada grupo de duplicados.



4

Mantener un formato en la entrada de datos

“La moderación es la madre del orden. Y el orden, lo es de la paz”.

– San Agustín



La segmentación es la
clave de una eficaz
conversión

Mantener un formato en la entrada de datos

Como ves en esta guía hago mucho hincapié en la calidad de los datos, esto es porque los datos los son todo, pero para obtener esta funcionalidad necesitamos disponer de datos limpios, que nos faciliten el análisis e interpretación.

Cuando hablo de datos limpios me estoy refiriendo a varios aspectos, algunos son los que ya he comentado en capítulos anteriores como no tener registros duplicados, pero otro punto muy importante es tener los campos clave necesarios para realizar una buena segmentación con valores predefinidos y estandarizados, ahora iremos viendo que quiero decir con esto último.

¿Qué es la segmentación?

La segmentación es la **técnica por la que dividimos el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para así lograr realizar ofertas mucho más específicas y adecuadas a cada grupo.**

Una de las funciones que esperamos de nuestro CRM es que nos ayude a almacenar datos relativos a nuestros posibles clientes y oportunidades de ventas, entre otras muchas, pero no debemos olvidar que nuestro CRM es una ayuda inestimable para obtener información que viene dada por nuestros KPIs.

Medir, analizar e interpretar los datos es fundamental para conocer y tomar decisiones adecuadas sobre nuestra situación actual y futuras estrategias de ventas. Toda esta información la podemos obtener gracias a los informes y paneles de información que nos ofrece ZOHO CRM, pero para ello debemos definir correctamente los comentarios KPIs.

Para poder diseñar informes o KPIs eficientes es imprescindible que tengamos un diseño de entrada de datos adecuado para nuestros objetivos. Es decir debemos tener una segmentación bien planificada y diseñada previa a la realización de dichos informes.

¿Como segmentar?

Es muy importante, reflexionar sobre que campos son los más adecuados y que además nos ayuden a definir esos grupos de público objetivo.

Una vez hemos definido que campos son los adecuados para la segmentación, recomiendo elegir el tipo de campo adecuado para cada uno de ellos.

Siempre recomiendo no usar campos con valores abiertos, sino que **uses campos tipo lista de única selección o múltiple selección.**

El objetivo de usar campos con valores estandarizados es precisamente evitar que el usuario introduzca valores a su antojo, que dificultarían o cuanto menos imposibilitarían realizar agrupaciones.

Pongamos un ejemplo

Si tenemos necesidad de analizar que clientes son de un sector concreto, en lugar de usar un campo llamado Sector que sea tipo texto (abierto), en el que el usuario podría añadir cualquier valor incluso el mismo de manera diferente “Comercio”, “Comercial”, “Tiendas” lo cual haría muy complicado crear grupos, o segmento ya que las posibilidades son infinitas, recomiendo usar listas cerradas.

En estos casos es mejor crear, como ya he comentado, campos de tipo lista de selección única, en aquellos campos en los que solo puedan tener un valor único como respuesta, o bien, lista de selección múltiple cuando el campo admita más de un valor, por ejemplo producto de interés que podría ser un campo que nos indicaría en que productos tiene algún interés el posible cliente, y es evidente que podría ser más de uno.

Este tipo de campos de listas cerradas, te ofrecen la posibilidad de crear informes agrupados de forma muy sencilla ya que solo existirá un valor único para cada campo de segmentación que queramos analizar.

NOTA: Si quieres aprender más como crear informes en ZOHO CRM te recomiendo mi curso [“Crear Informes en ZOHO CRM”](#) en el que podrás aprender todos los secretos para crear informes eficientes.



5

Usar Roles para mejorar la seguridad

“Si usted no puede administrar la seguridad, probablemente tampoco podrá administrar su negocio”.

– Éleuthère Irénée du Pont de Nemours



Necesitas permisos para editar este contacto.
Por favor, contacta con el administrador



Usar Roles para mejorar la seguridad

Otro de los problemas que surgen relacionados con el mantenimiento de la calidad de los datos está muy relacionada con la forma en que los usuarios acceden e interactúan con ellos.

Cuando los datos proceden de diferentes fuentes y son varios los usuarios que tienen acceso a estos datos es muy común que mantener la limpieza e integridad de los mismos no sea tarea fácil.

Por ello, utilizar los roles como herramienta ya no solo de seguridad de acceso a la información sensible, que también, sino para poder acotar que información puede modificar ciertos usuarios.

¿Que son los roles?

Los roles en ZOHO CRM permiten establecer niveles de acceso a información. Éstos permiten crear estructuras jerárquicas en los que un usuario solo puede acceder a los datos que son suyos y a los de aquellos otros usuarios que estén en una escala jerárquica inferior y dependiente de la suya.

Si por ejemplo tenemos un Director comercial que gestiona dos equipos de comerciales, cada uno de los equipos dependerán de este director comercial, por lo tanto el director comercial tendrá acceso a los datos de los comerciales de ambos equipos, pero los comerciales solo podrán acceder a los registros de los que son propietarios.

NOTA: Este comportamiento puede ser alterado con personalizaciones y definiendo excepciones, ver [Curso Aprende a Administrar ZOHO CRM](#)

¿Que me aporta el uso de roles?

Una vez aclarado de forma muy sencilla que son los roles de ZOHO CRM, podemos explicar en que nos ayudan para mejorar la seguridad de nuestros datos.

Como ya he comentado los usuarios de ZOHO CRM solo tendrán acceso a aquellos datos o registros de los que sean propietarios, de esa forma podemos evitar que otro usuario modifique o incluso elimine un registro de otro usuario, con la consiguiente pérdida que ello implica.

Esto que puede parecer trivial, en realidad, tiene mucha trascendencia pues limitamos el acceso a la información de forma muy eficiente y garantiza la integridad de los datos del CRM, evitando errores de mecanización o acciones mal intencionadas.

Una escenario de aplicación

Para que termines de ver una aplicación de lo interesante del uso de roles, y que además está relacionada con el capítulo 2 en el que hablábamos sobre evitar entrada duplicada de datos, vamos a definir el siguiente escenario o situación imaginaria que he pensado con fines didácticos.

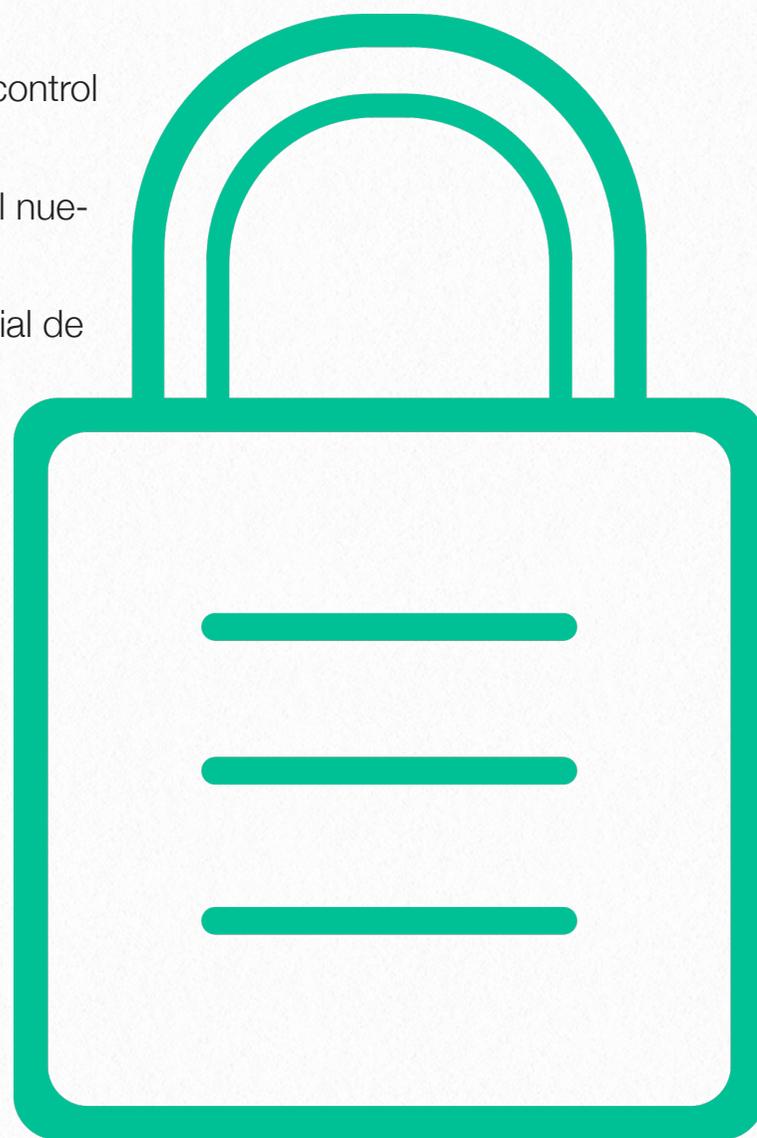
Tenemos un equipo comercial altamente competitivo, en el que los comerciales pueden tener la tentación de robar posibles clientes a otros comerciales.

El comercial A, ha registrado ya al posible cliente 1 (PC1, en adelante) en el CRM y tiene datos sobre sus relación con el, notas, tareas, eventos, etc.

Ante esta situación un comercial B contacta al mismo PC1, cuando va al CRM e intenta dar de alta este PC1 si hemos hecho lo que indicaba en el capítulo 2, el CRM nos indicará que ya existe, por lo que el comercial B tiene varias opciones:

1. Cambiar el valor del campo propietario del PC1, para tomar control del mismo
2. Eliminar el PC1 y crearlo de nuevo para de esa forma ser el el nuevo propietario y no dejar rastro del anterior.
3. No hacer nada, pues este PC1 ya existe y es de otro comercial de su empresa.

Todas estas opciones son posibles si no ponemos medios, pero gracias al uso de roles podemos hacer que las 2 primeras no sean una opción.



5 TIPS PARA MANTENER LA CALIDAD DE TUS DATOS

Contacto

www.pildorazcrm.com

 [@pildorazcrm](https://twitter.com/pildorazcrm)

 www.facebook.com/pildorazcrm

© 2017 - Píldoras para ZOHO CRM. Todos los derechos reservados

Autor: **Alberto Verdú** - [Consultor Certificado ZOHO CRM](#)

Sígueme en:  [@averdu](https://twitter.com/averdu) - [Linkedin](#)