



AVANZA  
CENTRO DE FORMACIÓN

## PROGRAMA FORMATIVO

### **Gestión de proyectos de implementación de CRM**

## IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

<b>Denominación de la especialidad:</b>	GESTIÓN DE PROYECTOS DE IMPLEMENTACIÓN DE CRM
<b>Familia Profesional:</b>	INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES
<b>Área Profesional:</b>	DESARROLLO
<b>Código:</b>	IFCD64
<b>Nivel de cualificación profesional:</b>	4

### Objetivo general

Organizar y gestionar proyectos de implementación de CRM con el software Salesforce para trabajar en el sector digital.

### Relación de módulos de formación

<b>Módulo 1</b>	Fundamentos genéricos para CRM	50 horas
<b>Módulo 2</b>	Fundamentos específicos de CRM	50 horas
<b>Módulo 3</b>	Trailhead	33 horas
<b>Módulo 4</b>	Diseño de una solución de CRM	12 horas

## DESARROLLO MODULAR

### MÓDULO DE FORMACIÓN 1: FUNDAMENTOS GENÉRICOS PARA CRM

#### OBJETIVO

Identificar los fundamentos sobre la gestión de datos, los servicios en la nube y las metodologías y herramientas de gestión de proyectos.

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

##### Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Identificación de los fundamentos de los servicios en la nube
  - Diferencias entre SaaS, PaaS y IaaS.
  - Diferencias entre clouds públicos y privados.
  - Principales proveedores de Cloud.
- Fundamentos de la gestión de datos
  - Acceso, importación y exportación en sistemas empresariales, manteniendo la calidad y cuidado de los mismos
  - Servicios web para la integración entre aplicaciones.
- Fundamentos en la gestión de entornos de las aplicaciones
  - Identificación de entornos de test, desarrollo y producción.
  - Gestionar del ciclo de vida de aplicaciones
  - Herramientas de desarrollo colaborativo, gestión de la documentación y gestión de versiones
- Fundamentos en la aplicación de metodologías y herramientas de gestión de proyectos
  - Aplicación de metodologías formales de gestión de proyectos (PMBOK, Prince2,) y metodologías ágiles (Scrum).
  - Aplicación de herramientas para la gestión de proyectos de desarrollo (Trello, Asana, ...)
- Interpretación de los fundamentos de gestión del servicio.
  - Procesos relacionados con la gestión de servicios, como la gestión de riesgos, gestión del nivel de servicio y control de cambios.

### **Habilidades de gestión, personales y sociales**

- Capacidad para analizar las especificaciones para interfaces de usuario, aplicaciones personalizadas e interacciones con instancias internas de los CRM en general.
- Demostración de una actitud crítica y autocrítica en la gestión de datos personales, su acceso e importación y exportación en sistema empresariales.
- Interés por la identificación de necesidades colaterales al desarrollo de un proyecto de CRM
- Concienciación de la importancia de un compromiso ético, de privacidad y seguridad de los datos de negocio.
- Demostración de una actitud de colaboración en el desarrollo de propuestas eficaces y de valor para el negocio.

## MÓDULO DE FORMACIÓN 2: FUNDAMENTOS ESPECÍFICOS DE CRM

### OBJETIVO

Identificar los fundamentos específicos de CRM para configurarlos de forma eficaz a los resultados esperados, permitiendo implementar la centralidad del cliente dentro de la empresa

**DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:** 50 horas

**Teleformación:** Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Distinción de los fundamentos de marketing para CRM
  - Marketing transaccional versus marketing relacional. ¿Qué papel juega un CRM según la estrategia de marketing de la empresa?
  - Conceptos de marketing en un CRM: Fidelización, up-selling y cross-selling, embudo de ventas (salas funnel), customer centric, y customer experience.
- Identificación de los fundamentos de CRM
  - Evolución histórica del CRM. CRM analítico vs. CRM operativo vs CRM estratégico.
  - Funcionalidades básicas de un CRM operativo. Retos de integración del CRM dentro de la empresa (funcionalidades del CRM vs cultura empresarial).
  - Relación del CRM con otros softwares empresariales, en especial el ERP
- Fundamentos en la gestión de un CRM
  - Identificación de los stakeholders (compradores, comerciales...) y sus interrelaciones.
  - Desarrollo de los procesos de conversión de iniciativas a clientes.
  - Traducción del proceso de negocio en CRM.
- Fundamentos de la implementación de un CRM
  - Definición de roles y responsabilidades.
  - CRM en empresas medianas-grandes: Dificultades de desarrollo.
  - Gestión del cambio.
  - Metodologías de desarrollo de aplicaciones.
  - CRM en PYMES: Alimentar el CRM de iniciativas (formularios, email marketing, organizar eventos, ...)
- Aplicación de la integración de un CRM
  - Análisis de los flujos de información de la empresa con el fin de identificar la información relevante, limpiarla, incorporarla dentro del CRM y luego facilitar información hacia datawarehouse y datalake.
- Fundamentos de la utilización de datos de negocio de un CRM
  - Definición de métricas e indicadores.
  - Encuestas a clientes.
  - Generación de informes y cuadros de mando (dashboards). Os de analíticas predictivas. CRM y IA

- Interpretación del mercado de CRMs
  - Principales competidores.
  - Criterios para valorar funcionalidades de un CRM.

### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Capacidad de análisis de la jornada del comprador / cliente (Customer journey), e identificación de los factores clave a resolver.
- Desarrollo de una actitud positiva y de mejora continua con el fin de sugerir la implementación de un nuevo CRM y potenciar el uso de diferentes sus partes.
- Capacidad para analizar los requerimientos y necesidades del negocio y las expectativas sobre el CRM.
- Disposición para prestar apoyo en la administración de sistema del entorno de Salesforce interno y de atención al cliente, especialmente relacionado con aplicaciones personalizadas, permisos de usuario, configuración de seguridad, objetos personalizados y flujo de trabajo.

## MÓDULO DE FORMACIÓN 3: TRAILHEAD

### OBJETIVO

Manejar una herramienta de CRM en su uso habitual, tanto desde el punto de vista de administrador como de desarrollador.

**DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:** 33 horas

**Teleformación:** Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Caracterización de la plataforma Salesforce como administrador.
  - Introducción de la plataforma, navegar por casos de uso y crear funcionalidades personalizadas.
  - Personalización de la interfaz de usuario de Lightning Experience a alto nivel.
  - Personalización de la experiencia móvil con la aplicación Salesforce.
  - Creación de guías integradas en la aplicación para ayudar a los usuarios a sacar el máximo valor a la aplicación Salesforce.
  - Visualización de las métricas clave de empresa en tiempo real mediante Lightning Experience para obtener informes y tableros de control.
- Desarrollo de aplicaciones en la plataforma Salesforce como desarrolladores.
  - Aplicación de las herramientas y tecnologías que potencian el desarrollo en la plataforma Salesforce.
  - Control del acceso a datos mediante herramientas de seguridad configurables.
  - Personalización de las aplicaciones a alto nivel mediante configuraciones de fórmulas y validaciones.
  - Automatización de procesos para cada aplicación, experiencia y portal con herramientas declarativas como Lightning Flow
  - Personalización de la experiencia móvil con la aplicación Salesforce.
  - Utilización de Apex para añadir lógica empresarial y manipular los datos a Salesforce.
  - Escritura de disparadores de Apex para realizar acciones de base de datos

personalizadas.

- Escritura de código robusto ejecutando test unitarios de Apex.
- Utilización de Visualforce para crear interfaces de usuario personalizadas para aplicaciones móviles y web.
- Aplicación del entorno de desarrollo integrado (IDE) basado en web de Salesforce.
- Configuración e integrar el IDE recomendado para el desarrollo de Salesforce con código Visual Studio.
- Dominio la búsqueda, navegar por casos de uso y optimizar los resultados de la búsqueda.
- Proporción del modelo de la estructura de datos con objetos, campos y relaciones.
- Obtención de información sobre cómo importar y exportar datos a Salesforce.

### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Desarrollo de habilidades y administración básicas para crear rápidamente aplicaciones en la plataforma Salesforce
- Demostración de actitudes responsables en el desarrollo de soluciones personalizadas dentro de Salesforce para apoyar funciones empresariales y cumplir con los objetivos del proyecto, los requisitos de cliente y los objetivos de la empresa.
- Interés por la implicación en la instalación, configuración, adaptación e integración de una solución de CRM Salesforce a las necesidades y aplicaciones de una empresa.

## MÓDULO DE FORMACIÓN 4: DISEÑO DE UNA SOLUCIÓN DE CRM

### OBJETIVO

Diseñar una solución personalizada de CRM aplicable al entorno empresarial a partir de un caso planteado.

**DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:** 12 horas

**Teleformación:**

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Diseño de una solución personalizada de CRM para resolver forma un caso planteado por el profesor o por una empresa.
  - Identificación de las necesidades del cliente
  - Desarrollo de una solución adaptada a las necesidades de negocio
  - Implementación de la solución incorporando los datos de la empresa
  - Evaluación del funcionamiento de la solución
  - Aplicación de cambios o correcciones para un funcionamiento óptimo
- Comunicación de los resultados de la solución desarrollada al cliente
  - Distinción de los diferentes componentes de la solución
  - Dominio del funcionamiento de la aplicación
  - Interpretación de los resultados que proporciona la solución

## Habilidades de gestión, personales y sociales

- Disposición para colaborar en el análisis de la estrategia de marketing de la empresa, y la estrategia para la centricidad del cliente, mediante los componentes clave que constituye un CRM
- Demostración de una actitud responsable en la gestión de la documentación producida en los proyectos de personalización de CRM
- Desarrollo de una actitud positiva y de cooperación con el fin de establecer buenas relaciones interpersonales con los stakeholders.
- Uso de habilidades de comunicación y coordinación con los gerentes de proyecto, clientes y otros desarrolladores para diseñar estrategias de proyecto cohesionadas y asegurar una colaboración efectiva en todas las fases de desarrollo, prueba y despliegue.
- Concienciación de la importancia de la colaboración con varios departamentos internos para mantener un entorno de trabajo flexible y proactivo que facilite una respuesta rápida a los requisitos cambiantes de los proyectos.
- Efectividad en la adaptación a entornos de trabajo ya definidos y capacidad de propuesta de mejoras en términos de eficacia.