

Unidad 2: CRM para la relación con clientes

Introducción

El CRM (Customer Relationship Management) es una herramienta tecnológica destinada a gestionar las relaciones de la empresa con sus clientes. Su finalidad es recopilar, organizar y analizar información relevante sobre clientes actuales y potenciales, con el fin de mejorar la atención, fidelizar y aumentar las ventas. En la era digital, el CRM se ha convertido en un sistema esencial para las empresas de cualquier tamaño. Sin embargo, como ocurre con los ERP, la accesibilidad en los CRM es un aspecto crítico para garantizar que todas las personas, incluidas aquellas con discapacidad, puedan utilizarlos plenamente.

Características generales de un CRM

Un sistema CRM se distingue por varias funcionalidades clave:

- Base de datos centralizada de clientes: permite almacenar información de contacto, historial de compras, reclamaciones y preferencias.
- Automatización de marketing: envíos de correos electrónicos, campañas segmentadas, recordatorios automáticos.
- Gestión de ventas: seguimiento de oportunidades comerciales y análisis de embudos de conversión.
- Servicio postventa: registro de incidencias y soporte al cliente.
- Informes y estadísticas: análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas.

Accesibilidad en los CRM

Un CRM accesible debe diseñarse bajo los principios de usabilidad universal. Aspectos clave son:

- Compatibilidad con lectores de pantalla (JAWS, NVDA, VoiceOver).
- Formularios con etiquetas accesibles y navegación con teclado.
- Paneles de control claros, sin sobrecarga de información.
- Posibilidad de personalizar contrastes, colores y tamaño de texto.
- Documentación y soporte accesibles.

Garantizar la accesibilidad en un CRM no solo cumple con criterios legales, sino que mejora la productividad de toda la plantilla.

Ejemplos de CRM accesibles

Entre los CRM más conocidos que ofrecen mayor compatibilidad con la accesibilidad encontramos:

- Salesforce: líder mundial, con gran capacidad de personalización y avances en accesibilidad web.
- HubSpot: CRM gratuito y escalable, con interfaz clara y opciones de adaptación.
- Zoho CRM: plataforma flexible con opciones de personalización accesible.
- Dolibarr (módulo CRM): alternativa libre, ligera y de código abierto, apta para pymes y fácil de adaptar. La elección dependerá de las necesidades comerciales y de los recursos disponibles.

Criterios de selección de un CRM accesible

Al seleccionar un CRM, las empresas deben tener en cuenta:

- Pruebas de accesibilidad antes de su implantación.
- Cumplimiento de estándares de accesibilidad (WCAG 2.1).
- Integración con otros sistemas accesibles (ERP, correo electrónico, plataformas de marketing).
- Escalabilidad y flexibilidad en la personalización.
- Soporte técnico y documentación en formatos accesibles.

Ejemplo práctico

La empresa ficticia “Servicios Digitales Inclusivos S.L.” quiere mejorar su relación con los clientes. Tras analizar varias opciones, decide implementar HubSpot CRM. Antes de adoptarlo de forma general, se realizan pruebas con trabajadores con discapacidad visual, confirmando la compatibilidad con lectores de pantalla. Con el CRM, la empresa organiza su base de datos de clientes, automatiza campañas de marketing y realiza seguimientos de ventas, todo ello en un entorno accesible y usable.

Errores comunes y recomendaciones

- Elegir un CRM sin verificar su accesibilidad real.
- No formar al personal en el uso de las funcionalidades accesibles.
- Usar interfaces sobrecargadas que dificulten la navegación.
- Confiar solo en la fama de la herramienta sin comprobar su adaptación real a la plantilla.
- Olvidar la integración del CRM con otros sistemas accesibles.

Conclusión y ejercicios de repaso

El CRM es una herramienta clave para la gestión de clientes y la fidelización comercial. Incorporar criterios de accesibilidad en su selección e implementación asegura un entorno inclusivo y eficiente. Ejercicios de repaso: 1. Define qué es un CRM y cuál es su objetivo principal. 2. Indica tres características comunes de los CRM. 3. Explica qué aspectos de accesibilidad debe cumplir un CRM. 4. Menciona dos ejemplos de CRM accesibles. 5. Elabora un breve esquema de cómo un CRM puede ayudar a mejorar la atención al cliente en una pyme.