



# ¿Cuál es el precio de implantar el sistema *SF para Pymes*?



Cuando se habla de un CRM (Customer Relationship Management o Gestión de las Relaciones con los Clientes) normalmente nos referimos a un sistema CRM, es decir, una herramienta de software que se utiliza para la gestión de los contactos, las ventas y la productividad, entre otros elementos de una empresa. El objetivo de un sistema CRM es sencillo: mejorar las relaciones comerciales.

Para **optimizar las relaciones comerciales con los clientes**, es imprescindible disponer de un CRM que nos permita almacenar la información en la nube, realizar ventas de forma inteligente basándonos en los datos o acelerar la productividad de los empleados.

El gigante Salesforce ofrece a las empresas esas y muchas otras funcionalidades: servicios como Commerce Cloud (para gestionar pedidos), Salesforce Plataforma (que nos ayuda a crear aplicaciones) o Marketing Cloud (para llegar a los clientes) son algunos ejemplos de otros servicios de gran utilidad para cualquier empresa.

Aunque implantar una solución Salesforce sea una buena inversión hay que considerar que el cambio conlleva un proceso de adaptación con una serie de costes asociados.



## Modelo de suscripción o licencias

Lo primero que hay que saber es que Salesforce se distribuye (¡no se vende!) siguiendo el modelo de servicio.

El software como servicio (SaaS) es un modelo de distribución y de licencias usado para utilizar aplicaciones de software a través de Internet, es decir, como un servicio.

El precio de implantar un proyecto Salesforce no se corresponde únicamente con el coste de la adquisición de las licencias, sino que se deberá tener en cuenta una serie de gastos para la integración y el mantenimiento. Desglosamos los más importantes a continuación.

Las empresas de consultoría Salesforce se encargan de parametrizar el software de la organización del cliente, configurarlo, integrarlo con el sistema, acompañar en la puesta en la marcha, ofrecer formación o realizar labores de mantenimiento de los proyectos.

## Precio de una licencias de usuario

En primer lugar, será necesario adquirir **licencias de usuario**. Si nos fijamos, por ejemplo, en una de las nubes más populares, como es Sales Cloud, veremos que en [la web de Precios de Sales Cloud](#) nos ofrece información sobre cuánto cuestan las diferentes ediciones por las que podemos decantarnos en base a las funcionalidades que necesitamos.

Funcionalidad	Descripción
Commerce	El e-commerce o comercio electrónico consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet.
Marketplace	Un Marketplace online es una plataforma digital que reúne a varios vendedores y una gran gama de categorías y productos. El Marketplace actúa como intermediario en el proceso de compraventa, con distintas tarifas o comisiones para los vendedores.
Ciberseguridad	La ciberseguridad es la práctica de proteger equipos, redes, aplicaciones de software, sistemas críticos y datos de posibles amenazas digitales. Las organizaciones tienen la responsabilidad de proteger los datos para mantener la confianza del cliente y cumplir la normativa.
Oficina Virtual	Una oficina virtual es un espacio y un complejo de servicios virtuales (y reales) que ayudan a llevar a cabo actividades parecidas a las de una



	oficina tradicional, pero sin grandes gastos de mantenimiento de un local físico.
Factura Electrónica	Una factura electrónica es una factura que se expide y recibe en formato electrónico. Es importante destacar que la expedición de una factura electrónica está condicionada al consentimiento de su destinatario. La factura electrónica, por tanto, es una alternativa legal a la factura tradicional en papel.
Gestión de Procesos	La gestión de procesos es un conjunto de prácticas destinadas a mejorar las actividades organizativas. Entre sus beneficios está la optimización de tiempos y la reducción de errores y costos
Gestión de Clientes	La gestión de clientes comprende todas aquellas estrategias y técnicas que lleva a cabo una empresa para gestionar las relaciones e interacciones con los clientes, tanto potenciales como ya existentes.
Analytics	Analytics es una aplicación de análisis de datos que ofrece una potente combinación de acceso a los datos, análisis de datos y creación de reportes integrada y, al mismo tiempo, asegura la integridad de los datos.
Gestión RRSS	Gestionar redes sociales significa monitorear lo que haces en cada uno de esos lugares con el propósito de mantener tus perfiles siempre en orden para alcanzar tu objetivo, que la mayoría de las veces es atraer a más clientes hacia tu negocio.

Aunque una empresa pequeña puede conseguir implantar la versión más básica de Salesforce sin una gran inversión, hacer que el CRM se integre en una organización mediana o grande ofreciendo funcionalidades avanzadas requerirá de un esfuerzo adicional de aplicaciones disponibles en su tienda *online* [AppExchange](#) que permiten agilizar las ventas, el servicio de atención al cliente, la estrategia de marketing, la explotación de datos y cualquier otro proceso de negocio. En el ámbito del servicio de atención al cliente y los “*call centers*” hay que destacar el conector CTI desarrollado con [thinkConnect CTI Salesforce Connector](#), una de las soluciones líderes del mercado, utilizada por empresas como Grupo Día, Iberia, Pullmantur, etc.

Por otro lado, en muchos casos va a ser necesario integrar Salesforce con **sistemas heredados que queremos seguir manteniendo en la empresa, así como con otras nubes**. Por ello, para que la implantación de Salesforce no ocasione ningún perjuicio en el día a día de la empresa, habrá que realizar correctamente la integración certificándolo con un exhaustivo plan de pruebas que cubra todos los casos de uso.

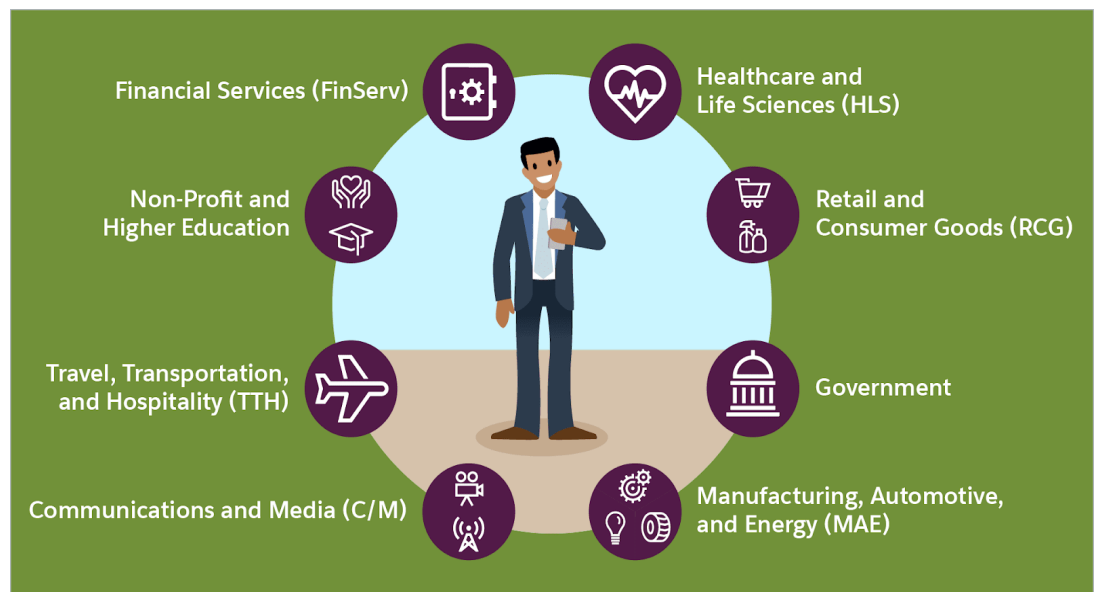
Ahora bien, no es posible calcular de antemano el coste exacto de esa implementación, ya que dependerá de la complejidad del proyecto. Hay



## Uzukom 4 Pymes

unos cuantos criterios que pueden influir en la complejidad y, por tanto, en el coste del proyecto final:

- El **número de usuarios del servicio** y las configuraciones que requieran los diferentes usuarios.
- El **tamaño de la organización** (es decir, número de clientes o número de transacciones que se pueden realizar) así como los **países en los que opera** (cada uno puede requerir peculiaridades en los procesos).
- **La industria en la que opera.** Algunas empresas tienen un proceso de ventas muy diferente a otras y será necesario adaptar el sistema o escoger la vertical de producto que mejor se adapte a dicha industria. En este momento Salesforce ofrece producto específico para las siguientes industrias: Servicios Financieros, Salud, Venta al Pormenor y Bienes de Consumo, Gobierno, Fabricación, Automóviles, Energía, Medios de Comunicación, Viajes, Transporte, Hoteles, ONGs y Educación Superior.



- El **número de productos y servicios diferentes que comercializa la empresa** y para los cuales da servicio de atención a sus clientes, ya que deberán reflejarse en el CRM. No es lo mismo una empresa que sólo vende una única línea de producto que una que vende varias con equipos comerciales especializados y procesos de ventas y atención distintos. Además, habrá que plasmar la posibilidad de que se realicen ventas cruzadas entre productos complementarios y dotar de



la visión 360 de sus clientes para aunar los esfuerzos de los equipos comerciales y potenciar la eficiencia.

- **Número de aplicaciones y sistemas legados en los que haya que integrar Salesforce.** Cuantos más dispersos sean los sistemas que integrar, más costoso será el proceso.
- **El número o complejidad de los procesos de negocio en los que haya que implantar Salesforce.** No es lo mismo implantarlo sólo en el ámbito de ventas que implantarlo en todos los ámbitos para conseguir la experiencia de cliente conectado Customer 360 (atención al cliente, marketing, ventas online, comunidad de colaboración, analíticas inteligentes, etc.). Si, además, los procesos organizacionales son muy complejos, la implantación resultará más costosa.
- **El estado de los datos que tengamos que incluir en Salesforce.** Por ejemplo, si los datos no están correctamente ordenados y etiquetados, es decir, no están normalizados ni son de calidad, no será posible incluirlos automáticamente en la plataforma, requiriendo del uso de herramientas de normalización y transformación para poder poner los mismos a disposición del usuario.

Además de la complejidad del proyecto, que será fundamental para determinar su coste, hay otros factores que pueden incrementar tanto el precio como el tiempo de implantación del proyecto. Por ejemplo, el **nivel de acuerdo entre las partes interesadas** (los líderes de la organización y los empleados que harán uso del sistema) también influirá en el éxito del proyecto. La evaluación de los datos, la comprensión de los objetivos y las necesidades de los interesados o la participación de todas las partes en el proceso son pasos necesarios antes de implantar el sistema.

Por otro lado, el **compromiso de los miembros del equipo** también es vital para el éxito del proyecto y para no incurrir en más costes. Para lograrlo, **será necesario ofrecer a los empleados formación específica**, contar con un administrador que lidere el proyecto y transmitir entusiasmo por el cambio.



Así, cuanto mayor sea la complejidad del proyecto, y menor sea el nivel de acuerdo y el compromiso, mayores serán los costes de implantación del proyecto final. Siempre será necesario por tanto destinar una **cantidad a la implantación del sistema dentro de la empresa**, aunque esta variará según las particularidades de cada empresa.



## Costes de soporte y mantenimiento

Los costes de implantación de un sistema Salesforce también deben incluir el coste de **soporte y mantenimiento**. Además, probablemente con el tiempo la organización necesite incrementar el número de usuarios, realizar cambios para adoptar otras funcionalidades o incluir novedades de Salesforce que vayan surgiendo con el tiempo.

De esta forma, para realizar un presupuesto inicial de implantación de un proyecto Salesforce hay que contar con:

- los costes de la licencia,
- la implantación o migración del sistema
- y el mantenimiento

lo que conllevará una inversión de tiempo y dinero que conviene contemplar desde el primer momento. Será fundamental para el éxito del



## *Uzukom 4 Pymes*

proyecto contar con expertos externos **que ayuden a afrontar la complejidad de la iniciativa**, colaboren con la integración o migración, proporcionen la formación necesaria y realicen un plan de mantenimiento.