

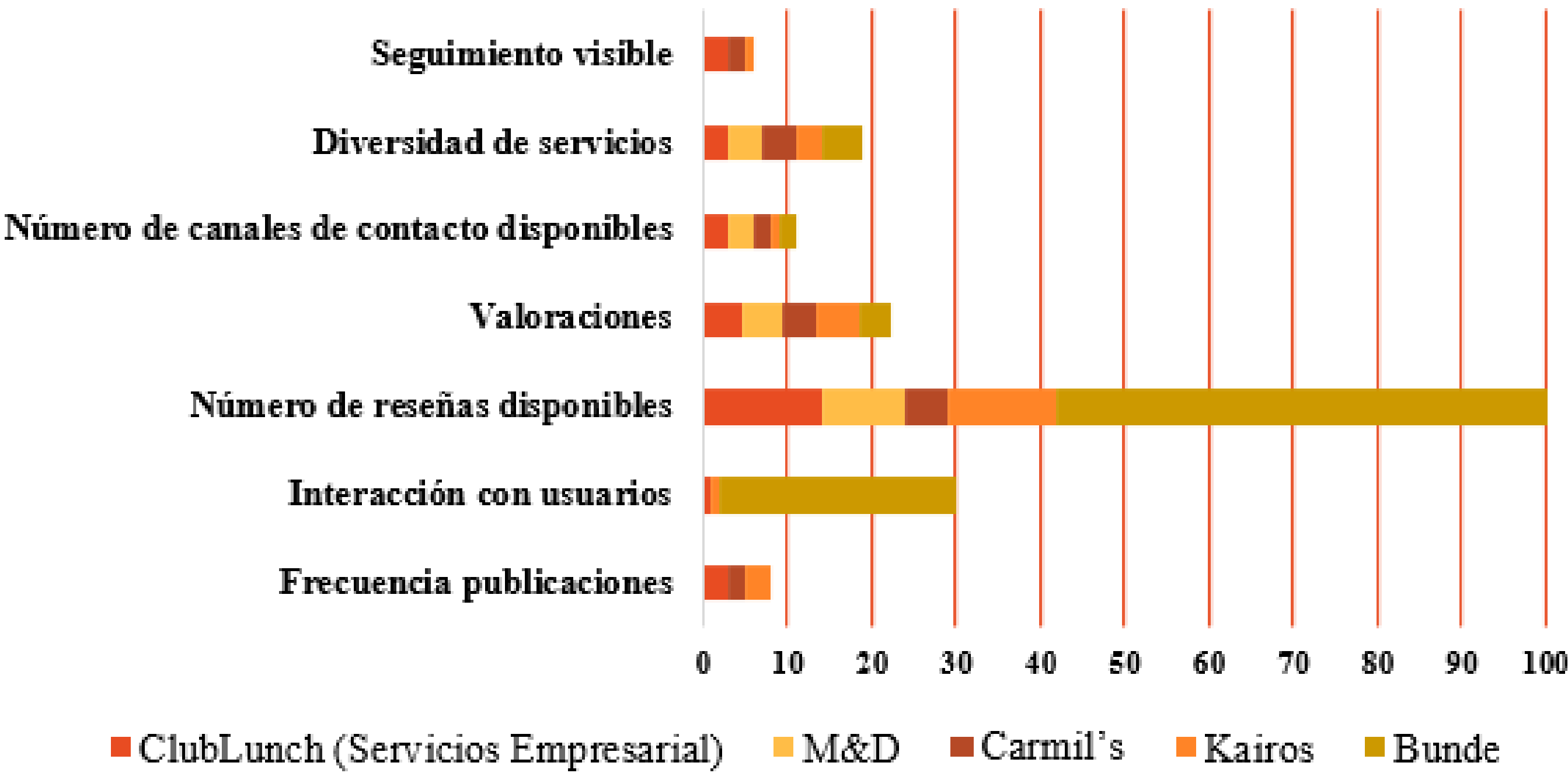
DISEÑO DE UNA METODOLOGÍA DE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PARA LA ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INTEGRAL DE EVENTOS

PROBLEMA

La EOIE no cuenta con un sistema centralizado para gestionar la información y relación con sus usuarios, lo que dificulta la toma de decisiones, reduce la eficiencia operativa y limita su competitividad.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un sistema de gestión de relaciones con el cliente (CRM) personalizado para la EOIE, mediante un enfoque centrado en el usuario, para la optimización de la captación, seguimiento y fidelización de clientes.



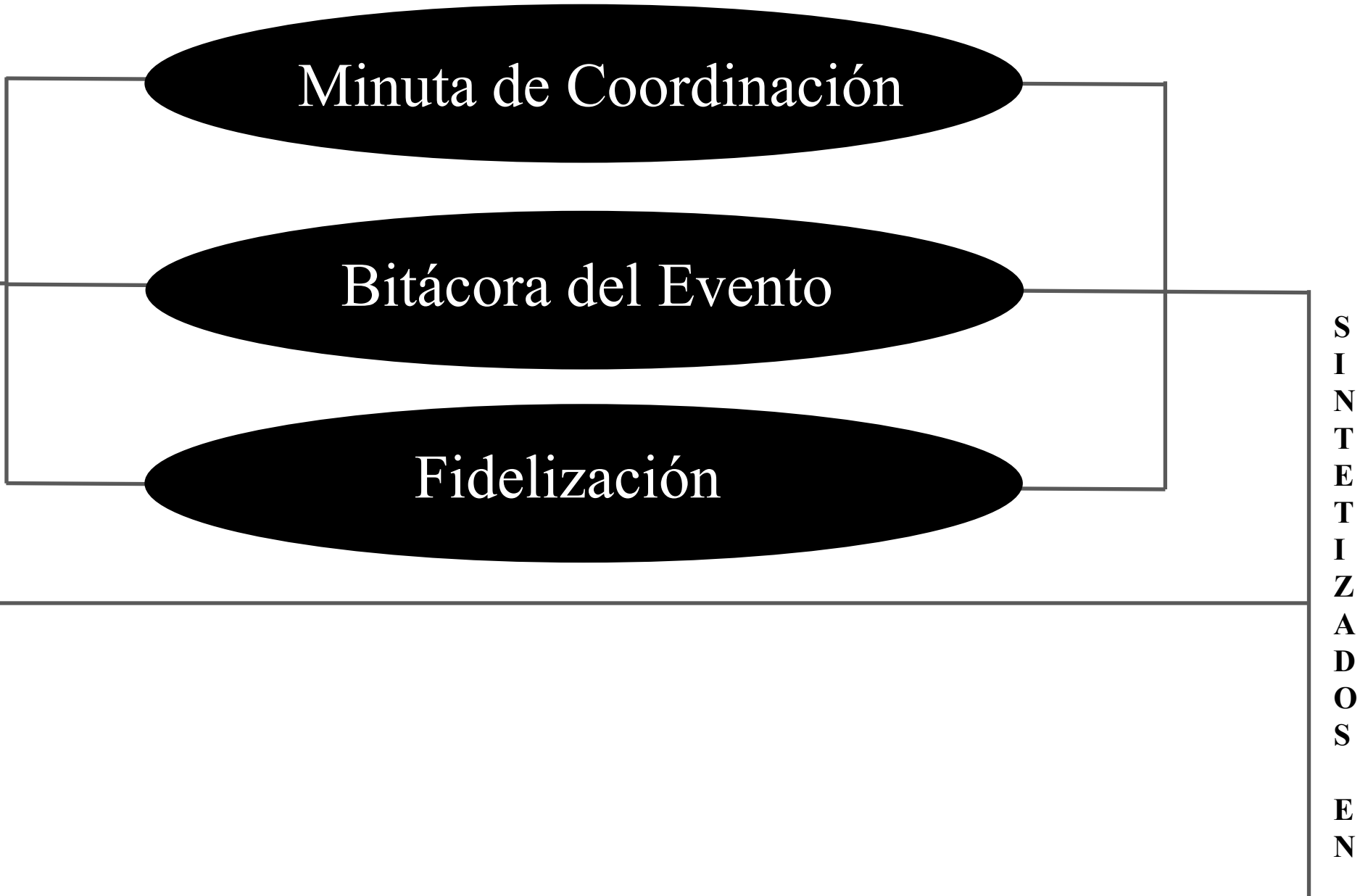
PROPUESTA

• Diseño del CRM

Sistema adaptado a la Escuela, incorporando elementos diferenciadores.

• Customer Journey Map (CJM)

Recorrido del usuario desde el contacto hasta el seguimiento, identificando puntos críticos y oportunidades de mejora.



• GUÍA DE USO DEL CRM

Guía que facilita el uso del CRM y CJM, con acceso a todos los recursos en Google Drive, reduciendo la curva de aprendizaje y asegurando su correcta implementación.

RESULTADOS

- Se diseñó un CRM adaptado al contexto de la EOIE.
- Se desarrollaron plantillas en Excel y guía visual para el manejo de clientes.
- La validación con usuarios permitió ajustar y mejorar el prototipo.

CONCLUSIONES

- Se identificaron las necesidades y dificultades en la gestión de clientes.
- Se diseñó un CRM adaptado con plantillas y guía práctica.
- La validación con usuarios confirmó su funcionalidad y facilidad de uso.
- La propuesta es fácil de implementar.