

La implementación de un CRM (Customer Relationship Management) en una MiPyME requiere, las metodologías *Design Sprint* y *Lean Startup* ya que permite aumentar las posibilidades de éxito del proyecto. Ambas metodologías ofrecen un enfoque ágil, centrado en el cliente y enfocado en resultados rápidos y medibles.

1. Alineación con el cliente: Buenas prácticas de *Design Sprint*

El *Design Sprint* es un proceso diseñado por Google Ventures que permite a los equipos de trabajo abordar problemas críticos mediante un enfoque colaborativo. Este proceso es perfecto para una implementación de CRM en una MiPyME debido a las siguientes razones:

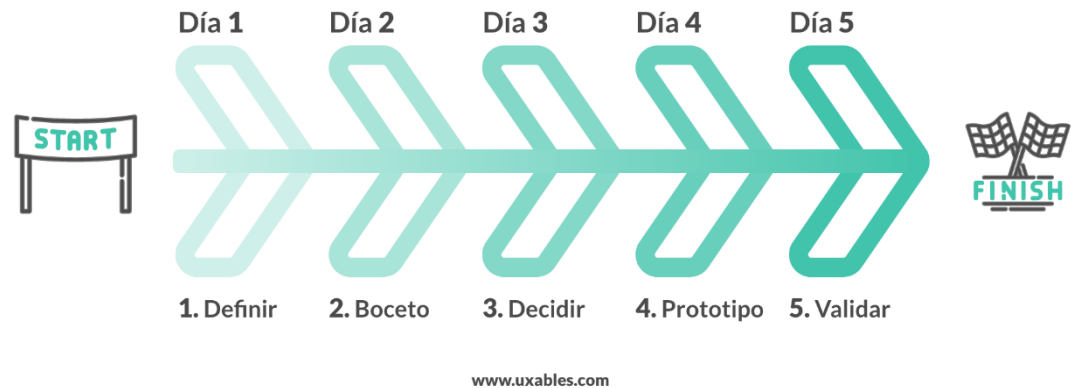
- **Enfoque en el usuario final:** El *Design Sprint* coloca al cliente en el centro del proceso, lo que ayuda a entender mejor cómo interactuarán los usuarios finales del CRM (empleados, gerentes y clientes). Esto asegura que el sistema realmente atienda sus necesidades y resuelva problemas reales.
- **Prototipado rápido:** En un proyecto de CRM, es fundamental hacer pruebas rápidas antes de invertir en el desarrollo completo. El *Design Sprint* permite crear prototipos de ciertas funcionalidades del CRM en pocos días, lo cual facilita que la empresa visualice cómo funcionará el sistema sin comprometerse desde el principio a un desarrollo a gran escala.
- **Pruebas con usuarios reales:** Al realizar un *Design Sprint*, se puede probar el prototipo con usuarios reales y obtener retroalimentación inmediata. Esto permite identificar ajustes necesarios o incluso redirigir la implementación para adaptarse mejor a los flujos de trabajo o expectativas específicas.

Figura 1

Fases de la metodología Design Sprint. Adaptado de "¿Qué es la metodología Design Sprint y sus fases?" por Javier Arias Del Prado, 2020.

Design Sprint y sus fases

Jake Knapp & Google



Recuperado de <https://www.uxables.com/wp-content/uploads/2020/05/design-sprint-uxables@2x.webp>

2. Flexibilidad y eficiencia: Buenas prácticas de *Lean Startup*

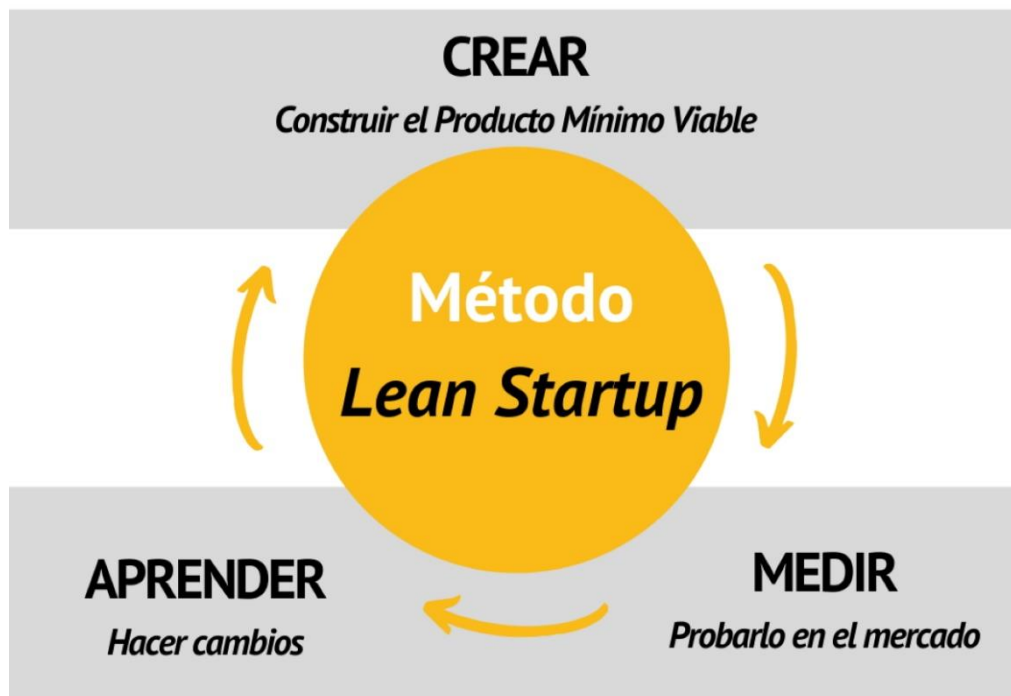
La metodología *Lean Startup*, por su parte, enfatiza la creación de productos mediante iteraciones y la validación de hipótesis en cada fase. Esta metodología es particularmente útil para MiPyMEs al implementar un CRM, ya que permite trabajar de manera ágil y con una inversión eficiente de recursos.

- **Hipótesis y experimentación:** Una implementación de CRM puede ser costosa y, si se realiza de manera incorrecta, difícil de rectificar. La metodología *Lean Startup* sugiere comenzar con hipótesis claras sobre cómo el CRM mejorará ciertos aspectos del negocio (por ejemplo, mejor gestión de clientes, aumento de ventas). Cada una de estas hipótesis se prueba rápidamente en lugar de asumir que todo el sistema será un éxito desde el principio.
- **Construir, Medir, Aprender:** Esta es la esencia de *Lean Startup*. En el contexto de una implementación de CRM, este ciclo implica desplegar una versión inicial del sistema (mínimo producto viable o MVP) con funcionalidades clave, medir los resultados y aprender de los datos obtenidos. De esta forma, el equipo puede hacer ajustes en función del feedback real antes de escalar la implementación.

- **Reducir costos y riesgos:** Implementar un CRM completo desde el principio suele implicar altos costos y posibles errores si no se adapta a las necesidades del negocio. Con el enfoque *Lean Startup*, la empresa minimiza el riesgo de fracaso porque cada cambio se basa en datos concretos y se realiza de manera incremental.

Figura 2

Fases de la metodología Lean Startup. Adaptado de "¿Qué es el método Lean Startup?" por Master Marketing Valencia, 2020.



Recuperado de <https://www.mastermarketing-valencia.com/marketing-digital/wp-content/uploads/sites/1/2020/06/Infograf%C3%ADa-fases-metodolog%C3%ADa-Lean-Startup.jpg>

3. ¿Cómo combinarlas en el plan de implementación?

La combinación de *Design Sprint* y *Lean Startup* permite a las MiPyMEs estructurar su proyecto de CRM en fases de descubrimiento y validación:

1. **Exploración inicial** (*Design Sprint*) - Durante la primera fase, la empresa realiza un *Design Sprint* para definir el alcance del CRM, identificar las necesidades clave de los usuarios y crear un prototipo rápido. Aquí se realiza un testeo inicial y se obtienen insights valiosos para la configuración del sistema.
2. **Iteraciones del MVP** (*Lean Startup*) - A partir del prototipo validado, la empresa construye un MVP del CRM con las funcionalidades esenciales. Esta versión se implementa en un pequeño grupo de usuarios dentro de la empresa para recibir retroalimentación.
3. **Escalado y optimización** - Con base en el aprendizaje obtenido, el CRM se expande al resto de la organización, ajustando las funcionalidades según lo aprendido en la fase de MVP. En esta etapa, se optimizan los procesos y se personalizan los módulos del CRM según las particularidades de la MiPyME.

Beneficios de seguir este enfoque

- **Rapidez en la implementación:** Al seguir *Design Sprint* y *Lean Startup*, la empresa puede ver resultados tangibles en pocas semanas, evitando largos tiempos de desarrollo.
- **Ajuste perfecto al cliente:** La retroalimentación de los usuarios permite que el CRM se adapte de manera precisa a las necesidades del negocio.
- **Control de costos:** Se evita el gasto en funcionalidades innecesarias y se optimiza el presupuesto en base a las necesidades reales del sistema.

Este enfoque asegura que el CRM no solo funcione bien, sino que realmente impulse el crecimiento de la empresa, aumentando la eficiencia y mejorando la relación con sus clientes.