

# Línea de tiempo hitos clave proyecto CRM

## Mes 1 - Definición del problema y mapeo de procesos (HMW, Design Sprint).

Análisis detallado de los procesos internos para entender los flujos de trabajo actuales, identificar cuellos de botella, y establecer una visión clara del problema.

## Mes 2 - Ideación, prototipado y pruebas rápidas de la solución.

Se exploran diversas soluciones potenciales mediante técnicas como la lluvia de ideas y los mapas mentales. Durante el prototipado, se crean versiones simplificadas de la solución que permiten experimentar con diferentes conceptos. Se realizan pruebas rápidas para validar estas ideas con usuarios reales, recolectando feedback inmediato sobre la usabilidad y efectividad de la propuesta.

## Mes 3 y 4 - Desarrollo del CRM inicial basado en MVP (Minimum Viable Product) Lean Startup.

Una versión simplificada del CRM que contenga solo las funcionalidades esenciales necesarias para satisfacer las necesidades básicas de los usuarios. Este enfoque permite validar rápidamente las hipótesis sobre el producto en el mercado con una inversión mínima de tiempo y recurso.

## Mes 5 - Pruebas internas y recolección de feedback (fase piloto).

Se selecciona un grupo representativo de usuarios dentro de la organización para utilizar el sistema en situaciones reales, permitiendo identificar posibles errores, cuellos de botella y áreas de mejora.

## Mes 6 - Lanzamiento del sistema CRM y capacitación del equipo.

La implementación completa del sistema, asegurando que todas las funcionalidades estén operativas y que se integren correctamente con los procesos existentes.

## Mes 7 - Revisión y optimización post-lanzamiento.

Se evalúa el desempeño del sistema CRM una vez que ha sido implementado y utilizado por los usuarios. Durante esta etapa, se recopilan y analizan datos sobre la funcionalidad del sistema, la satisfacción del usuario y el impacto en los procesos comerciales.