Unidad 4 · Cada cliente en su ficha: archivo, CRM y datos protegidos

Resumen · Libro del alumno, págs. 57–72

Archivar es **ordenar para encontrar**: se clasifica por orden alfabético, numérico, cronológico o por materias, y lo importante es un criterio único. Cada cliente tiene **una sola ficha** (un campo por dato, un registro por cliente, una clave como CL-0412) con los datos necesarios y **sin DNI en observaciones**. El **CRM** reúne contactos, oportunidades, incidencias y campañas; cada contacto se registra con clave, estado (abierta, en curso, resuelta, cerrada) e historial, y no se cierra sin responder. En la muestra de 40 registros había 6 duplicados (15,00 %), quedaban 34 útiles y 22 con permiso de publicidad (64,71 %). Los clientes tienen derechos sobre sus datos (acceso, rectificación, supresión, oposición…) y se les responde en un mes.

4.1 · Organizar y archivar la documentación de atención

- **El criterio manda.** Da igual cuál elijas si todos lo conocen y lo usan igual. Un archivo con tres criterios mezclados es peor que uno modesto y coherente.
- **Archivar es ordenar para encontrar.** Un servicio de atención produce documentos cada día: hojas de reclamaciones, fichas de clientes, partes del servicio técnico, justificantes de consulta y correos.
- **Archivo vivo y archivo histórico.** El **archivo vivo** guarda lo que se usa: expedientes abiertos y casos recientes, a mano de la mesa.
- **Los documentos de atención.** Cada uno tiene su sitio y su responsable:
- **Un expediente, un sitio.** Todo lo de un caso (consulta, parte, factura, correos) se agrupa bajo la clave del expediente.

4.2 · Ficheros y bases de datos de clientes

- **Campos, registros y claves.** Un **fichero de clientes** es el conjunto ordenado de sus fichas; una **base de datos** es ese conjunto organizado para consultarlo y relacionarlo con las compras y las consultas.
- **Documento 1 · Ficha de cliente CL-0412.** (ficticia)
- **Qué datos sí y cuáles no.** Se recoge lo necesario para vender, entregar y atender: nombre, forma de contacto, dirección de entrega, productos, fechas, claves y el permiso de publicidad.
- **Elaborar, actualizar y consultar.** En la hoja de cálculo hay una **fila por cliente** y una **columna por campo**; la primera fila lleva los nombres de las columnas y se fija.
- **Fichas incompletas.** Si falta un dato, se pregunta al cliente en el siguiente contacto y se anota la fecha: nunca se rellena «a ojo».
- **Reglas de la hoja.** Un dato por celda, sin celdas combinadas, las fechas siempre con el mismo formato y una copia de la hoja antes de depurar.

4.3 · El CRM: gestionar la relación con los clientes

- **Qué es un CRM.** Es un programa de gestión de las relaciones con los clientes (en inglés, *customer relationship management*).
- **Trabajar con las especificaciones recibidas.** La empresa dice cómo se usa el CRM: qué campos son obligatorios, cómo se escriben los nombres y las fechas, qué estados existen y qué no se escribe nunca.
- **Una consulta paso a paso en el CRM.** Se busca al cliente por clave o apellido antes de crear nada, para no duplicarlo; se lee su historial; se abre la incidencia con su clave; se anota lo hablado y el siguiente paso; y se cambia el estado cuando cambia el caso.
- **Qué aporta y qué no.** Evita repetir preguntas, avisa de plazos y permite sacar informes.

4.4 · Registrar consultas y solicitudes en el CRM

- **No se cierra sin responder.** Una consulta solo pasa a «cerrada» cuando el cliente ha recibido la respuesta. Cerrar para «limpiar la lista» deja al cliente sin contestación y a la tienda sin prueba.
- **Qué se anota de cada contacto.** Quién contacta (clave del cliente), cuándo y por qué canal, de qué producto, qué pregunta o pide, qué se le ha dicho o hecho, cuál es el siguiente paso y quién lo da.
- **Documento 2 · Registro de la consulta CO-2027-031 en el CRM.** (ficticio)
- **El historial.** Es la lista ordenada de todo lo que ha pasado con el cliente.
- **Una buena entrada y una mala.** La diferencia está en el detalle:
- **Avisos.** El CRM puede recordar los plazos de la empresa: las consultas se contestan en 24 horas laborables, las quejas en 10 días y las reclamaciones, como máximo, en 15.

4.5 · Integridad de la información y protección de datos

- **Modelo de respuesta.** Casa Amperio, S.L. · Atención al cliente · amperio.example Viernes 19/03/2027 · Referencia: solicitud de Rutilio Fajardo del 17/03/2027 Estimado señor Fajardo: Hemos recibido su petición. Desde que la recibimos, el 17/03/2027, no usamos sus datos para publicidad y hemos borrado su DNI del campo «observaciones». Conservamos solo los datos necesarios para su compra y su garantía; los que haya que guardar tras suprimirlos quedarán bloqueados mientras puedan exigirse responsabilidades. Si no está de acuerdo, puede reclamar ante la autoridad de protección de datos. Atentamente, Eustasio Barrionuevo.
- **Que no se pierdan ni se estropeen.** La **integridad** es que los datos sean completos, exactos y no se alteren sin querer.
- **Por qué se pueden guardar los datos.** Un tratamiento de datos necesita una **base jurídica**.
- **Los derechos de las personas.** Los principales son seis: **acceso** (saber qué datos se tienen), **rectificación** (corregirlos), **supresión** (borrarlos), **oposición** (negarse a un uso, como la publicidad), **limitación** (congelarlos mientras se resuelve una duda) y **portabilidad** (recibirlos en un formato utilizable).
- **Comunicaciones comerciales solo con permiso.** La publicidad por correo electrónico o mensajería exige permiso previo (Ley 34/2002, art. 21.1).
- **Documento 3 · Modelo de respuesta a la solicitud de Rutilio Fajardo.** (ficticia)

CASO RESUELTO · CADA CLIENTE EN SU FICHA

Base depurada: **34 registros útiles** (85,00 %), **22 con permiso** (64,71 %), Aquilino en **una sola ficha** (CL-0412) y la solicitud de Rutilio contestada **antes del 19/04/2027**.

NO CONFUNDAS

- Archivo vivo y archivo histórico.
- Rectificar y suprimir.
- Resuelta y cerrada.
- Bloquear y borrar un dato.

DÓNDE SE EXPLICA EN EL LIBRO

- **4.1** Archivo · 59–60
- **4.2** Ficheros · 60–62
- **4.3** El CRM · 62–63
- **4.4** Registro · 63–64
- **4.5** Datos protegidos · 65–66

Material complementario del libro del alumno. Las personas, empresas y situaciones de los casos son ficticias, salvo que se indique otra cosa.