



Caso de Éxito

Proyecto: Ciclo de Ventas

Industria: Centro de Estudios Universitarios

Orientado a: Ventas y Marketing

Solución: Zoho CRM; Books; Sign; Forms; Survey

Julio 2025



Zoho
Authorized
Partner

   @GBITCORP
www.gbitcorp.com

Información del Modelo de Negocio

Es una institución de educación superior privada joven que opera en Panamá, con programas de Educación Técnica, Licenciaturas, Maestrías y Especializaciones, por medio de modalidades Presencial, Semipresencial y Virtual.

Su oferta académica es creciente y está conformada al momento de realizar esta consultoría, en 12 programas técnicos, 12 programas de licenciaturas, 5 Maestrías y 5 Especializaciones.

Cumpliendo su plan de desarrollo institucional, trabaja en la transformación digital de su operación con la implementación de soluciones que permitan automatizar sus procesos, la gestión eficiente del ciclo de ventas y la captación de nuevos inscritos.

Con tan solo cuatro años de estar operando hoy cuentan con una comunidad estudiantil superior a los 1000 estudiantes. Como institución privada, uno de sus principales objetivos es la captación de nuevos estudiantes.

Contexto

La Universidad desde sus inicios implementó Zoho CRM, con un proceso para la gestión de leads, centrado en la validación y contacto inicial de prospectos, con un enfoque en la conversión de Lead Viables o descarte a Lead No Viables.

Los oficiales de admisiones realizaban una validación diaria de seguimiento a estos leads para continuar con el proceso de intentos de contacto, clasificación de prospectos y gestión de alta de estos leads en conversión de estudiantes.

Trabajaban con un proceso donde mantenían muchos pasos y no tenían visibilidad de la secuencia del seguimiento al Lead, las otras áreas no estaban involucradas y existían módulos y campos en desuso. Había mucho desconocimiento de las bondades del sistema e invirtieron mucho tiempo intentado adaptarse a trabajar con un flujo que no cumplía lo requerido durante la etapa de admisión a un estudiante.

Problemas Identificados

- ✓ Procesos comerciales manuales, fragmentados y poco estandarizados
- ✓ Falta de automatización y excesiva dependencia del trabajo manual
- ✓ Escasa visibilidad del estado real de cada lead, prospecto o estudiante
- ✓ Descoordinación entre áreas (admisión, finanzas, académica)
- ✓ CRM previo mal estructurado y poco funcional
- ✓ Falta de digitalización y herramientas de seguimiento post-admisión
- ✓ Ausencia de analítica y medición del desempeño

Justificación

La Universidad, enfrentaba procesos comerciales manuales, desestructurados y poco eficientes, que dificultaban el seguimiento adecuado de leads, la gestión de oportunidades de admisión, la coordinación entre áreas y la experiencia del estudiante. La falta de automatización, la ausencia de integraciones contables, la escasa visibilidad del estado de cada prospecto y el uso de documentos físicos generaban retrasos, pérdidas de información y una baja capacidad de análisis.

Solución

Zoho CRM era la herramienta que estaban utilizando para gestionar a sus clientes finales y el ciclo de ventas, pero tenían un mal manejo de la aplicación, no aprovechaban en su totalidad el potencial de la aplicación, por lo cual se les hacía compleja la operación. Consideramos que con un upgrade del licenciamiento (a Zoho One) y una buena estructura, se logran aprovechar las soluciones con las que cuenta el ecosistema de Zoho para brindar una respuesta acertada a cada área involucrada en el alcance del proyecto. Abarcamos todas las necesidades planteadas con un sistema contable (Zoho Books), por la facilidad de integración con Zoho CRM para la gestión del ciclo de ventas y el impacto que se genera con los cierres de trato desde el punto de vista de la gestión administrativa y financiera. Se involucraron en la solución otras herramientas de Zoho como Sign, Forms y Survey, por la facilidad de manejo de información dentro de un mismo registro.

Implementación

Se mejoraron muchos procesos actuales, a continuación, brindamos un detalle de estas mejoras:

1.Diagramación de proceso para el seguimiento de leads con procesos automatizados en cada etapa. Para esto se planteó un nuevo plan de acción en el cuál contemplábamos: 3 intentos de contacto, cada uno con notificaciones automatizadas, una clasificación para identificar los leads perdidos y una conversión automática de leads con interés la cuál facilitaba el proceso de creación de contacto y la creación de una nueva oportunidad de venta.

2.Verificar y diagramar el proceso para el seguimiento de oportunidades de venta. Presentamos un plan de acción, el cual constaba de etapas para validar pagos, el proceso de matriculación financiera (definimos promesa de pago), la solicitud de documentación, la aceptación del estudiante en caso de matricularse o descarte del proceso por no cumplir requisitos. Cada una de estas etapas consta de automatismos (correos entre áreas, creación de registros automáticos, entre otros).

3. Reestructuramos los módulos que contenían campos que estaban en desuso, así mismo, revisamos y eliminamos módulos que no se estaban utilizando.

4. Definimos una nueva estructura para vincular los programas (Productos) con sus correspondientes asignaturas y así tener una visibilidad de las asignaturas a las cuales se inscriben los estudiantes.

5. Diagramación de proceso para seguimiento de contactos. Para esto se planteó un plan de acción en el módulo de contactos, el cual permite a los oficiales de admisión brindar un seguimiento a los contactos, en este caso los estudiantes con los que se logró cerrar una oportunidad de venta.

7. Integración en Zoho CRM de la estimación y la facturación con Zoho Books como sistema contable.

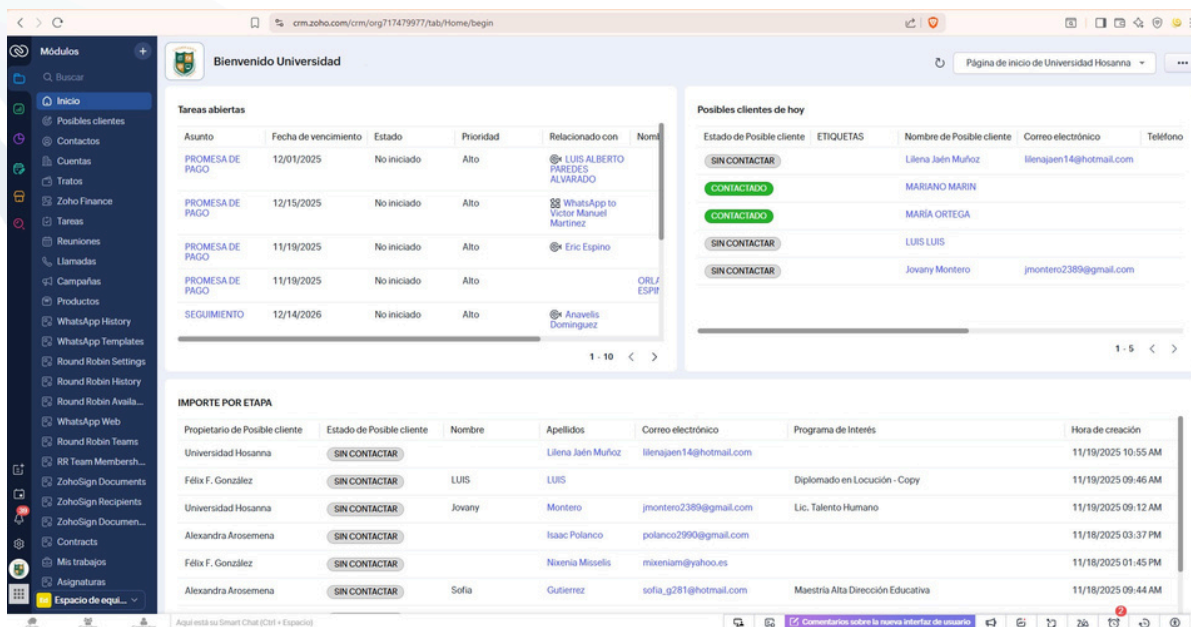
9. Creación de formularios para aplicación de Admisiones, con los datos adicionales que completan el proceso de admisión.

11. Generación de informes para evaluar a los oficiales de admisión, visualización de leads, asignación de leads, indicadores para medir la productividad.

6. Se incluyeron etapas para enviar credenciales vía correo electrónico a los estudiantes, esto incluía los accesos a las diferentes plataformas de la universidad, intentos de contacto para agendar inducción de los cursos (Inducciones presenciales o virtuales) y la asignación de programas con sus respectivas asignaturas.

8. Digitalización de documentos y la creación del contrato de servicios educativos para firmar electrónicamente.

10. Envío de encuesta de satisfacción a los estudiantes, para evaluar el servicio brindado por los oficiales de admisiones.



The screenshot displays the Zoho CRM interface for 'Universidad Hosanna'. The left sidebar shows a navigation menu with modules like 'Inicio', 'Posibles clientes', 'Contactos', 'Cuentas', 'Tratos', 'Tareas', 'Reuniones', 'Llamadas', 'Campañas', 'Productos', 'WhatsApp History', 'WhatsApp Templates', 'Round Robin Settings', 'Round Robin History', 'Round Robin Avail...', 'WhatsApp Web', 'Round Robin Teams', 'RR Team Members...', 'ZohoSign Documents', 'ZohoSign Recipients', 'ZohoSign Documen...', 'Contracts', 'Mis trabajos', 'Asignaturas', and 'Espacio de equi...'. The main content area is divided into two sections: 'Tareas abiertas' (Open Tasks) and 'Posibles clientes de hoy' (Potential clients of today).

Tareas abiertas

Asunto	Fecha de vencimiento	Estado	Prioridad	Relacionado con	Nombre
PROMESA DE PAGO	12/01/2025	No iniciado	Alto	LUIS ALBERTO PAREDES ALVARADO	
PROMESA DE PAGO	12/15/2025	No iniciado	Alto	WhatsApp to Victor Manuel Martinez	
PROMESA DE PAGO	11/19/2025	No iniciado	Alto	Eric Espino	
PROMESA DE PAGO	11/19/2025	No iniciado	Alto	ORL/ ESPW	
SEGUIMIENTO	12/14/2026	No iniciado	Alto	Anaelis Dominguez	

Posibles clientes de hoy

Estado de Posible cliente	ETIQUETAS	Nombre de Posible cliente	Correo electrónico	Teléfono
SIN CONTACTAR		Lilena Jaén Muñoz	lilenajen14@hotmail.com	
CONTACTADO		MARIANO MARIN		
CONTACTADO		MARIA ORTEGA		
SIN CONTACTAR		LUIS LUIS		
SIN CONTACTAR		Jovany Montero	jmontero2389@gmail.com	

IMPORTE POR ETAPA

Propietario de Posible cliente	Estado de Posible cliente	Nombre	Apellidos	Correo electrónico	Programa de Interés	Hora de creación
Universidad Hosanna	SIN CONTACTAR	Lilena Jaén Muñoz	LUIS	lilenajen14@hotmail.com		11/19/2025 10:55 AM
Félix F. González	SIN CONTACTAR	LUIS	LUIS		Diplomado en Locución - Copy	11/19/2025 09:46 AM
Universidad Hosanna	SIN CONTACTAR	Jovany	Montero	jmontero2389@gmail.com	Lic. Talento Humano	11/19/2025 09:12 AM
Alexandra Arosemena	SIN CONTACTAR	Isaac Polanco	polanco2990@gmail.com			11/18/2025 03:37 PM
Félix F. González	SIN CONTACTAR	Nexenia Miselis	mxeniam@yahoo.es			11/18/2025 01:45 PM
Alexandra Arosemena	SIN CONTACTAR	Sofia	Gutierrez	sofia_g281@hotmail.com	Maestría Alta Dirección Educativa	11/18/2025 09:44 AM

Resultados

1. Gestión estructurada de leads.
2. Automatización del ciclo de oportunidades de venta.
3. Seguimiento post-conversión en el módulo de contactos.
4. Optimización de estructura en CRM
5. Automatización de procesos.
6. Integraciones clave.
7. Digitalización de procesos.
8. Reportes y analítica.



Retos Superados

Brindar una estructura funcional entre las diferentes áreas que intervienen en los procesos, de una forma fluida, eficiente, con ahorros significativos en tiempos de respuesta y la simplificación del trabajo en áreas como Cartera, Ventas, Admisiones, Educación Virtual, Registros Académicos, entre otras.

Herramientas utilizadas



Zoho Creator



Zoho CRM



Zoho Analytics



Zoho Survey



Zoho WorkDrive



Zoho Books



Zoho Sign



Zoho Sign

Conclusión

Este caso nos demuestra que una buena estructura de trabajo y un correcto uso de las herramientas, podemos incluir a toda una organización en diferentes procesos, podemos incentivar el trabajo colaborativo de una manera sencilla de forma natural, para aumentar la productividad, propiciando eficiencia en el seguimiento, en los tiempos de respuesta y con la analítica sobre información verás e inmediata para una toma de decisiones oportuna.



@GBITCORP

www.gbitcorp.com



+507 6469-7023 / 6469-6821



Zoho
Authorized
Partner