

Descripción y perfil de puesto

1. Identificación

Datos que permiten situar al puesto dentro de la organización en el momento actual

Título del puesto:	Especialista en CRM, Business Intelligence.
Reporta a:	
Dirección:	Vinculación
Gerencia:	-0-
Coordinación:	-0-
Ubicación física	Bosque de Duraznos #65, 501-B, Bosques de las Lomas, Miguel Hidalgo, C.P 11700, México D.F.

2. Responsabilidades

Responsabilidades, funciones o actividades del puesto en términos de resultados, aportados en forma permanente a la organización (máximo 8 –las principales responsabilidades agrupan actividades-, que se realicen en forma permanente o constante, no las eventuales)

Acción ¿Qué hace?, 2 verbos infinitivos, <u>definir qué hace el puesto.</u>	Objeto ¿Sobre qué lo hace?, complemento del verbo, <u>indica dónde actúa o afecta el puesto.</u>	Resultado ¿Para qué lo hace?, resultado final, <u>producto final obtenido por el puesto, resultado de la acción.</u>
1. Liderar proyectos estratégicos que vinculen información relevante para optimizar los diferentes frentes de la cadena de valor por segmento.		
2. Identificar y proponer oportunidades de negocios. (Identificar perfiles, comportamiento de compra, comportamiento de pago, entre otros)		
3. Soporte analítico para la definición y calibración de los componentes (producto, precio, promoción, plaza) de la oferta de valor por segmento y producto, conforme al ciclo de vida del cliente.		
4. Explotar la información de nuestras bases de datos relacionada a las actividades y relaciones comerciales de nuestros clientes, a fin de proponer planes integrales de relación con el cliente (CRM) durante todo su ciclo de vida.		
5. Gestionar información del mercado para Identificar oportunidades de negocio, así como proporcionar elementos que permitan aumentar nuestro mercado, y descubrir y proponer nuevos nichos.		
6. Identificación, análisis y comprensión de los factores de permanencia y fuga de clientes para diseñar estrategias y/o acciones que contribuyan a rentabilizar mayor tiempo al cliente dentro del grupo.		
7. Analizar la información obtenida a través de las herramientas y difundir el conocimiento adquirido a todas las áreas del instituto que intervengan en la cadena de valor.		
8. Desarrollo y puesta en producción de tableros analíticos e indicadores de gestión para el seguimiento y		

LA PREVENCIÓN ES EL PROFUNDO SÍ, PARA DECIR NO.

entendimiento del negocio.
9. Soportar la estrategia comercial y de servicios mediante la elaboración de reportes, bases de datos, para la adquisición, portafolio y retención de clientes. Selección de KPI's relevantes y cuantificación de oportunidades.
10. Responsable de la administración de las herramientas tecnológicas del instituto.

3. Misión del puesto

Es la razón de ser del puesto en el sentido más global y responde a la pregunta ¿Para qué existe el puesto en la organización? Se redacta con el siguiente esquema. ACCIÓN: ¿qué?, máximo dos verbos. OBJETO: Complemento de la acción. GUÍA: ¿de acuerdo con qué? – en el sentido más global. RESULTADO: ¿para qué lo hace?, Agrupa en forma integral las 8 principales responsabilidades del puesto.

Desarrollar y ejecutar estrategias de gestión empresarial, situando al cliente en el centro del negocio ; de marketing, comunicación e infraestructuras tecnológicas diseñadas con el objetivo de construir una relación duradera con los clientes, uno a uno, identificando, comprendiendo y satisfaciendo sus necesidades. Permitiendo optimizar esta filosofía de negocio

4. Relaciones internas

Son los principales contactos internos (máximo 5) que debe mantener el titular del puesto para lograr sus objetivos. –Excluir al superior y los subordinados, especificar el motivo de la relación-

Puesto o área de relación	Motivo de la relación ¿para qué?
Dirección de Vinculación	Desarrollar en conjunto estrategias para el funcionamiento efectivo y situando al cliente en el centro del negocio. Gestionar información del mercado para Identificar oportunidades de negocio
Con todos los usuarios del CRM.	Capacitación para optimizar la filosofía de negocio. Analizar la información obtenida a través de las herramientas y difundir el conocimiento adquirido a todas las áreas del instituto que intervengan en la cadena de valor.

5. Relaciones externas

Son los principales contactos fuera de la organización (máximo 5) que debe mantener el titular del puesto para lograr sus objetivos. - Especificar el motivo de la relación de la manera más global pero completa y precisa-

Organización, Área, Puesto	Motivo de la relación ¿para qué?

6. Dimensiones

Dimensiones anuales en las que influye o es responsable el puesto: son los recursos sobre los cuales el puesto tiene influencia directa. Algunos puestos no manejan dimensiones

LA PREVENCIÓN ES EL PROFUNDO SÍ, PARA DECIR NO.

Recursos monetarios Son las cifras más importantes para el año en curso expresadas en pesos anuales, ejemplos: Presupuesto autorizado, volumen de compras, inversiones, importe de la nómina, presupuesto de capacitación, etc.	Recursos no monetarios Son las cantidades de recursos que maneja el puesto y que no están expresadas en dinero, ejemplos: número de personal subordinado, directos, indirectos, total, número de proveedores, número de usuarios, etc.
Indicadores <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y programación del uso del CRM; claro, accesible. • Integración de la gestión de los departamentos, garantizando una mayor eficacia en todos los procesos. • Captación, registro y explotación de toda la información para construir una visión única del cliente. • Capacitar a los participantes en el manejo de las herramientas de Bussiness Intelligent. 	Metas

7. Problemas o desafíos

Describir los dos problemas más complejos o desafiantes que resuelve el titular del puesto en el desempeño de sus responsabilidades actuales

Entendimiento de las estrategias de la Dirección General y conocer la dinámica operativa, procesos, productos, servicios, cultura IMEPI y su labor social.
Incorporación de nuevas formas de optimizar el trabajo.

8. Toma de decisiones

Describir las principales decisiones que toma el titular del puesto en forma autónoma y recurrente sin tener que consultar con su superior inmediato

Indicar la decisión a tomar	Indicar: rutinarias, importantes o trascendentales y si son eventuales o frecuentes.
Ejecutar actividades dentro del programa y plan de trabajo definido con el director General	Frecuente

9. Estructura organizacional

Registrar los títulos de puesto de la estructura de organización vigente autorizada. –No anotar nombres–

10. Perfil de puesto

Características profesionales y personales que deben tener las personas para cubrir el puesto.

Edad: 25-45	Sexo: Indistinto	Estado civil: Indistinto
--------------------	-------------------------	---------------------------------

LA PREVENCIÓN ES EL PROFUNDO SÍ, PARA DECIR NO.

Viajes / Frecuencia: Si / esporádicamente		Escolaridad (grado mínimo necesario): Licenciatura			
Área o especialidad: Ingeniería Estadística, Ingeniería Industrial o Ingeniería de Sistemas. Deseable contar con estudios de Marketing, CRM y/o certificación de herramientas analíticas.					
Competencias conductuales IMEPI	Flexibilidad	Adaptación	Motivación	Proactividad	Autodidacta
Competencias funcionales (técnicas y/o administrativas): Conocimientos avanzados con herramientas de prospección, herramientas de administración de campañas, visión estratégica del negocio, Pensamiento crítico y sistémico, trabajo en equipo, negociación, escucha activa y comunicación efectiva.					
Idiomas: Inglés Avanzado					
Experiencia laboral (áreas o puestos): Business Analytics, CRM Analítico, y Administración de Campañas, en áreas de negocio; así como Proyectos de TI (Datawarehouse) y Business Intelligence en áreas de Sistemas.					

Competencia

Capacidad para responder exitosamente una demanda según criterios de desempeño definidos. Las competencias abarcan los conocimientos (Saber), actitudes (Saber Ser) y habilidades (Saber Hacer) de un individuo. Una persona competente sabe movilizar recursos personales (conocimientos, habilidades, actitudes) y del entorno (tecnología, organización, otros) para responder a situaciones complejas, y realiza actividades según criterios de éxito explícitos y logrando los resultados esperados.

Competencias conductuales son aquellas habilidades y conductas que explican desempeños superiores o destacados en el mundo del trabajo y que generalmente se verbalizan en términos de atributos o rasgos personales, como es el caso de la orientación al logro, la proactividad, la rigurosidad, la flexibilidad, la innovación, etc.

Competencias funcionales: Denominadas frecuentemente competencias técnicas, son aquellas requeridas para desempeñar las actividades que componen una función laboral, según los estándares y la calidad establecidos.

Titular del puesto: Nombre y firma	Jefe inmediato: Alejandro G. Lobo Nombre y firma
Capital Humano Carolina Murillo Nombre y firma	Fecha de revisión y autorización:

LA PREVENCIÓN ES EL PROFUNDO SÍ, PARA DECIR NO.