

GrowBoxDigital

**Guía: Cómo
cumplir tus
objetivos de
ventas con
CRM
y el Pipeline
de negocios.**



CRM más allá de lo que siempre pensaste.

Probablemente has oído muchas veces hablar de lo que es CRM y ya tengas una idea de esto, pero tal vez es más fácil si empezamos por entender **qué NO es un CRM:**

- 1 CRM no es sólo un software

- 2 CRM no es una lista de contactos

- 3 CRM no es sólo para organizar información

- 4 CRM no es una herramienta que funciona por sí sola



Seguramente por el desconocimiento del CRM es que, de acuerdo con información de HubSpot, aún el **46% de los representantes de ventas** almacenan la información de las oportunidades y los clientes en archivos físicos, **documentos de Google y otros “medios informales”**. Pero estás aquí para sacarle el máximo provecho.

Entonces ¿qué sí es el CRM?

CRM es una **estrategia** que se vale de la tecnología para lograr la optimización del proceso de ventas. CRM convierte la información procesada en un **activo valioso** con el cual mejora la productividad de los representantes de venta, **incrementa las tasas de conversión**, **aumenta los ingresos** y **la retención de clientes**, y optimiza la **experiencia del cliente con la empresa**.



¿Cómo se traduce esto a la hora de la implementación del CRM?

El CRM de HubSpot cuenta con un panel para almacenar, organizar y gestionar toda la información de contactos y empresas. Para hacer más eficiente la gestión de contactos, conectar mejor con ellos y crear relaciones más significativas y duraderas, el CRM permite realizar diversas acciones como estas:



¿Qué puedes
lograr con
CRM?





Gerente: Informes en tiempo real, incrementa el (LTV y CAC) valor del tiempo de vida del cliente y el costo de adquisición, mejora la utilidad.

Gerente de Ventas: Mide y gestiona la productividad de tu equipo de ventas, realiza seguimiento de cuentas clave, total visibilidad del pipeline de ventas, mejora los resultados del negocio.

Marketing: Integra los esfuerzos de marketing con el CRM, haz que la información de los leads fluya de manera organizada hacia el equipo de ventas, define acuerdos de atención e impacta positivamente las ventas.

Vendedores: Gestiona los contactos de manera eficiente y fácil, toda la información en un solo lugar, envía correos, realiza llamadas, agenda reuniones, organiza tu panel de tareas y mucho más desde una única plataforma.



Acciones con CRM

NO. 1

Envía secuencias personalizadas

Organiza una serie de correos electrónicos y envíalos a un prospecto según el cronograma que establezcas basado en las necesidades e interacciones de ellos.

NO. 2

Crea y mide plantillas de correos electrónicos

Convierte los correos en plantillas que puedes enviar de nuevo sin que te quite mucho tiempo, monitoriza el rendimiento de cada una y escoge la que mejor éxito haya tenido.

NO. 3

Obtén notificaciones en tiempo real

Recibe notificaciones al instante cuando un cliente potencial abra un correo electrónico o descargue un archivo, para que le puedas dar seguimiento.

Acciones con CRM

NO. 4

Tareas, tickets e informes

Gestiona las actividades que realiza tu equipo. Tareas como "llamar a un cliente", tickets de servicio de atención al cliente e informes automáticos para mejorar la productividad de todos.

NO. 5

Haz llamadas desde el CRM

Haz llamadas y graba las conversaciones si las necesitas o te parece necesario. Estos registros se almacenan de forma automática en el historial de tu contacto.

NO. 6

Programa más reuniones

Organiza tus tareas y determina tu disponibilidad, así recibirás un enlace para compartir sincronizado con tu calendario, y permite que las oportunidades de venta elijan una fecha que sea conveniente para todos.

Acciones con CRM

NO. 7

Registrar actividades automáticamente

Monitoriza las interacciones de clientes de manera automática. CRM se sincroniza con Outlook o Gmail y registra todas las llamadas, correos y reuniones de inmediato.

NO. 8

Toda la información en un solo lugar

Todas las interacciones en una cronología organizada. Con el software de Inbound Marketing sabrás qué contenido ha consumido tu oportunidad de venta y podrás personalizar tu enfoque.

NO. 9

Chatea con prospectos y clientes en tiempo real

Mejora las relaciones a través de conversaciones individuales personalizadas. Chat, correo de equipo, chatbots, y una bandeja de entrada universal para que marketing, ventas y servicio al cliente gestionen las conversaciones.

Acciones con CRM

NO. 7

Registrar actividades automáticamente

Completa de manera automática los registros de contactos gracias a nuestra base de datos de más de 20 millones de empresas, y obtén información útil que puedas aprovechar para mejorar tus estrategias.

NO. 8

Toda la información en un solo lugar

Haz llamadas y graba las conversaciones si las necesitas o te parece necesario. Estos registros se almacenan de forma automática en el historial de tu contacto.

NO. 9

Chatea con prospectos y clientes en tiempo real

Mejora las relaciones a través de conversaciones individuales personalizadas. Chat, correo de equipo, chatbots, y una bandeja de entrada universal para que marketing, ventas y servicio al cliente gestionen las conversaciones.

- 1 Conocer mejor las necesidades de cada prospecto.
- 2 Identificar nuevas oportunidades en el mercado.
- 3 Resolver problemas más rápidamente.
- 4 Ser más eficientes en la gestión para lograr sus objetivos.
- 5 Optimizar procesos de venta
- 6 Ayudar a sembrar el crecimiento de tu compañía.

Las herramientas del CRM facilitan la comunicación y el proceso de ventas.

Además, al tener visibilidad de toda la información de tus contactos, podrán:



Cerrar transacciones es mucho más fácil cuando **marketing y ventas están unidos**. Con las herramientas de HubSpot podrás ofrecer a tus equipos una mejor forma de trabajar juntos, conectando la plataforma de HubSpot Marketing con el CRM, así podrás:

- Trabajar sobre una **misma base** de contactos.
- **Definir y automatizar** el proceso de vida de los contactos y moverlos de marketing a ventas cuando estén preparados para iniciar la compra.
- **Monitorizar** transacciones.
- Conseguir **más información** sobre el recorrido de cada cliente.
- Realizar **informes claros y simples**.



Así alinearás tus equipos de ventas y marketing y lograrás que todos trabajen por los mismos objetivos con información relevante y bien gestionada.

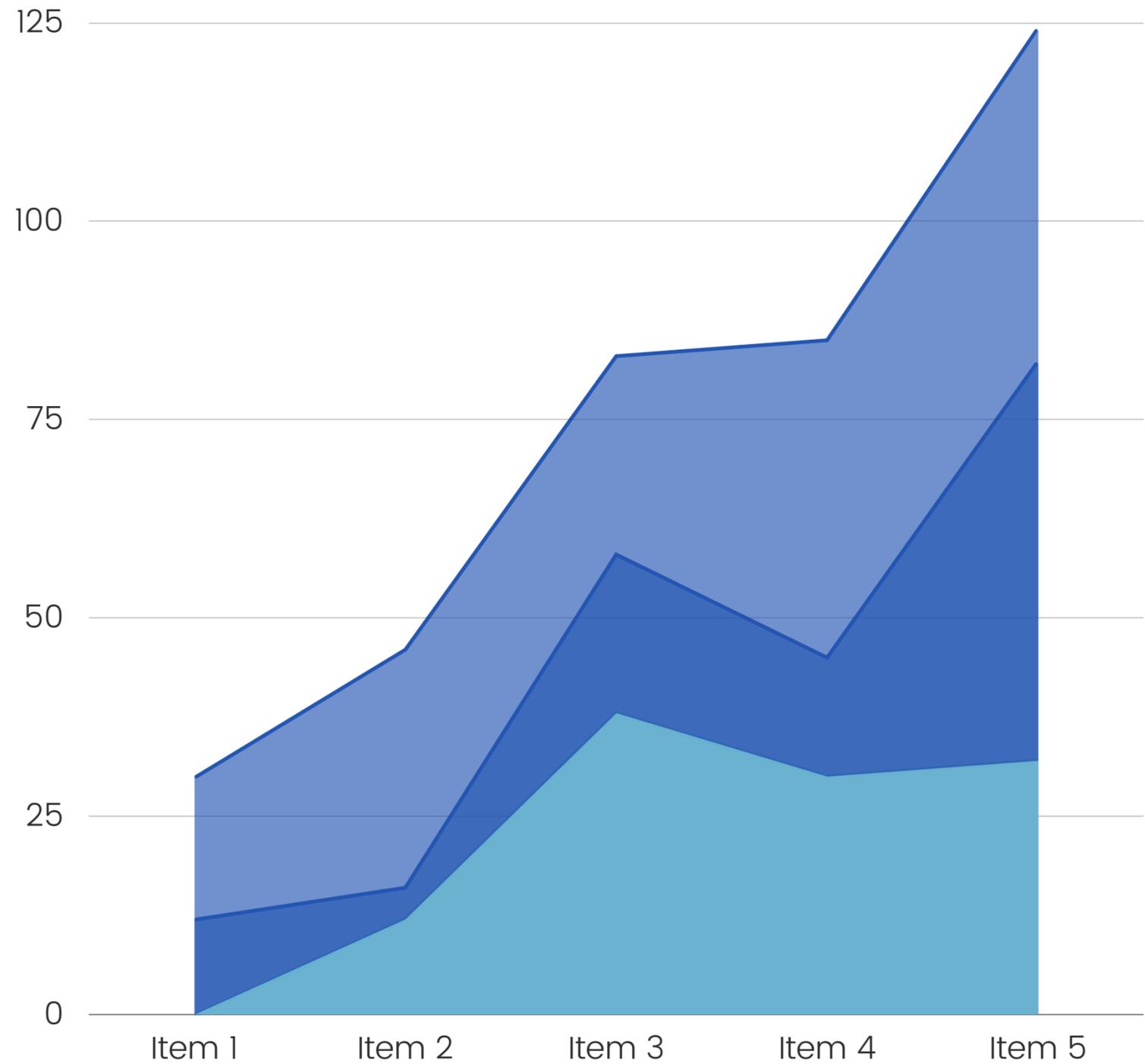




“Las herramientas de marketing, ventas, servicio de atención al cliente y CRM de HubSpot son potentes cuando se usan solas, pero lo son aún más si se combinan.

Deja de utilizar herramientas aisladas y unifica a todos tus equipos en torno a un único software que integra las herramientas, datos y procesos que todos necesitan .”

Ahora estarás listo para sacar el mejor provecho al CRM, ahorrar tiempo y esfuerzo, convertir más oportunidades de venta y fomentar el crecimiento de tu negocio. Si aún tienes dudas sobre cómo puedes hacerlo, veamos el Pipeline de ventas.



PIPELINE DE VENTAS

El pipeline de ventas te brinda un panorama actualizado de **todo tu embudo de ventas** en un panel visual bien definido, que indica **en qué lugar se encuentran los leads** dentro del proceso. Allí puedes ordenar tus transacciones ganadas y perdidas, las citas programadas y los contratos enviados durante cualquier periodo de tiempo y **analizar el rendimiento** en comparación con las cuotas de ventas establecidas.



Organiza las transacciones

Por **nombre, propietario, cantidad o etapa con filtros personalizados**, podrás obtener datos útiles en menos tiempo que te ayudarán a tomar decisiones estratégicas para tu negocio.

También permite que los representantes de ventas y gerentes tengan un **pronóstico de las ganancias** con tan solo mirar en qué etapas se encuentran los leads y alpredecir cuántos de ellos se traducirán en ventas en un tiempo establecido.



Deals

Table Pipeline Search deals Actions Create a deal

Pipeline: Sales Pipeline
 View: Standard
 All Deals
 84 deals
 Add Filter

APPOINTMENT SET	APPOINTMENT COMPLETED	BUYER JOURNEY CONFIRMED	WORKING UPGRADE
<p>32</p> <p>\$100 Biglytics - New Deal Close date: 10/25/16</p> <p>\$200 Hub.IO - New Deal Close date: 10/31/16</p> <p>\$100 Change.ly - New Deal Close date: 10/24/16</p>	<p>21</p> <p>\$150 HubSpot - New Deal Close date: 10/20/16</p> <p>\$250 BigDataX - New Deal Close date: 10/31/16</p> <p>\$100 Mauiventures - New Deal Close date: 10/31/16</p> <p>\$300 Traditionsoft - New Deal Close date: 10/31/16</p>	<p>19</p> <p>\$100 Kasco - New Deal Close date: 10/30/16</p> <p>\$100 Portnet - New Deal Close date: 10/31/16</p>	<p>\$100 Fryeco - New Deal Close date: 10/28/16</p> <p>\$100 Trintree - New Deal Close date: 10/31/16</p> <p>\$100 Netstar - New Deal Close date: 10/29/16</p>
Total: \$400	Total: \$800	Total: \$1,230	Total:

Así se ve un pipeline de ventas

¿Cómo crear tu pipeline?

Para definir tu pipeline de ventas sigue estos pasos:

1

DEFINE LAS ETAPAS DE TU CICLO DE VENTAS.

Para esto debes conocer el trayecto que normalmente siguen tus clientes en su proceso de compra, que puede ser así:

1. Reconocimiento
2. Consideración
3. Decisión

2

IDENTIFICA CUÁNTOS LEADS AVANZAN COMÚNMENTE HASTA LA SIGUIENTE ETAPA

3

CALCULA EL NÚMERO DE LEADS QUE NECESITAS EN CADA ETAPA PARA ALCANZAR TUS METAS DE GANANCIAS.

Divide las metas entre la cantidad de vendedores con que cuentas para presentarles una meta individual a alcanzar en un tiempo determinado.

4

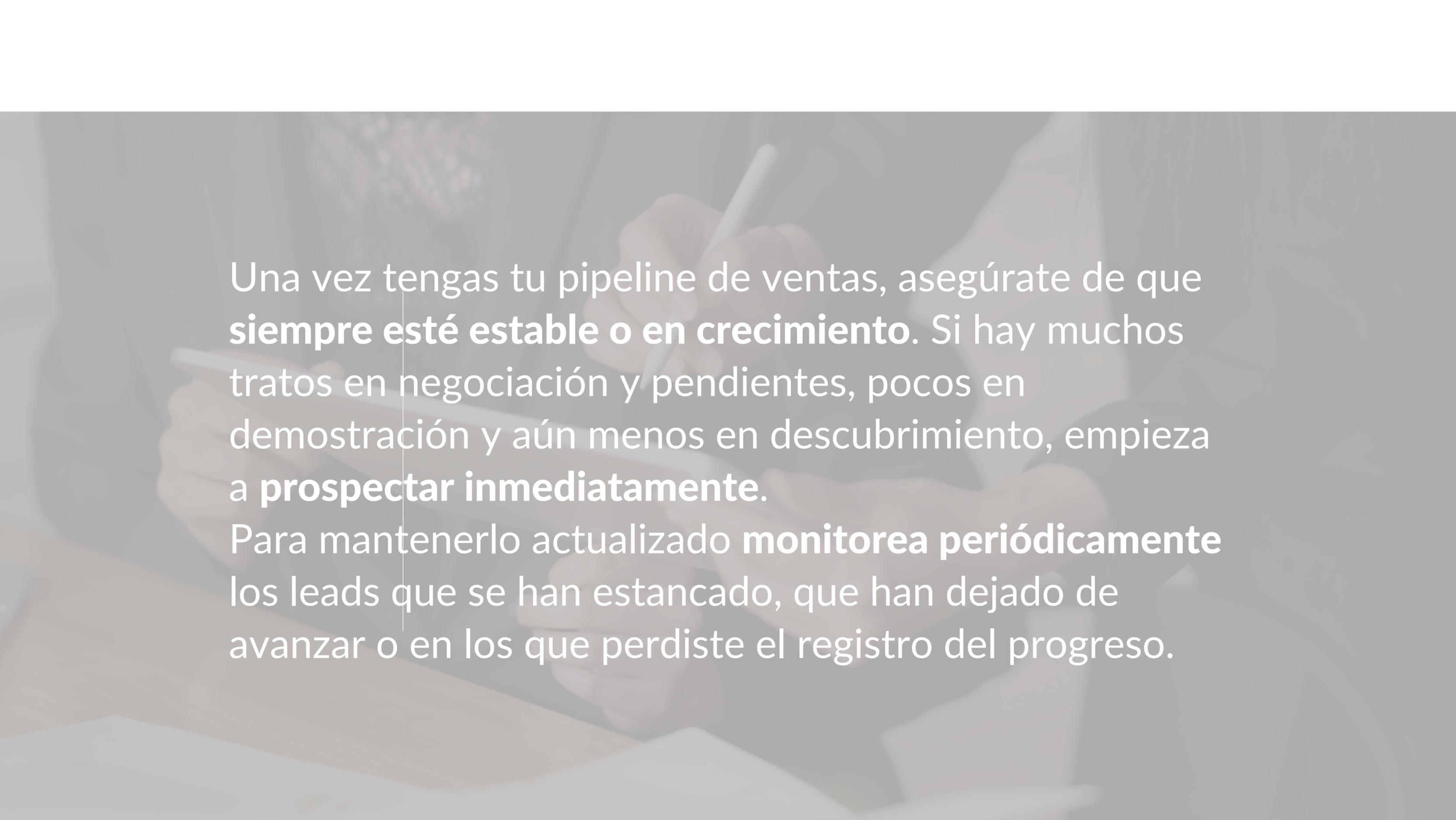
DETERMINA LAS CARACTERÍSTICAS DE CADA LEAD QUE TERMINADA CADA ETAPA

Identifica las acciones que toma el representante y las respuestas de los leads.

5

CREA UN PROCESO DE VENTAS

O adapta tu dinámica existente alrededor de las acciones y números que te muestre el análisis.



Una vez tengas tu pipeline de ventas, asegúrate de que **siempre esté estable o en crecimiento**. Si hay muchos tratos en negociación y pendientes, pocos en demostración y aún menos en descubrimiento, empieza a **prospectar inmediatamente**.

Para mantenerlo actualizado **monitorea periódicamente** los leads que se han estancado, que han dejado de avanzar o en los que perdiste el registro del progreso.

Utiliza estas métricas para calcular la salud de tu flujo de ventas, tu equipo y negocio:

- Número de contratos en tu pipeline.
- Tamaño promedio de los contratos.
- Valor de pipeline: el valor total de cada lead cualificado.
- Velocidad de ventas: el tiempo promedio que un contrato se queda en tu pipeline antes de que se logre el cierre.





Para mejorar la salud de tu pipeline

Fomenta el **aumento del valor** de tu pipeline; esto sucede cuando aumenta el tamaño promedio de un contrato, el número de contratos o las tasas de conversión.

¿Qué hacer para aumentar la velocidad de tu pipeline?

1

Número total de leads: amplifica los esfuerzos en la prospección de clientes

2

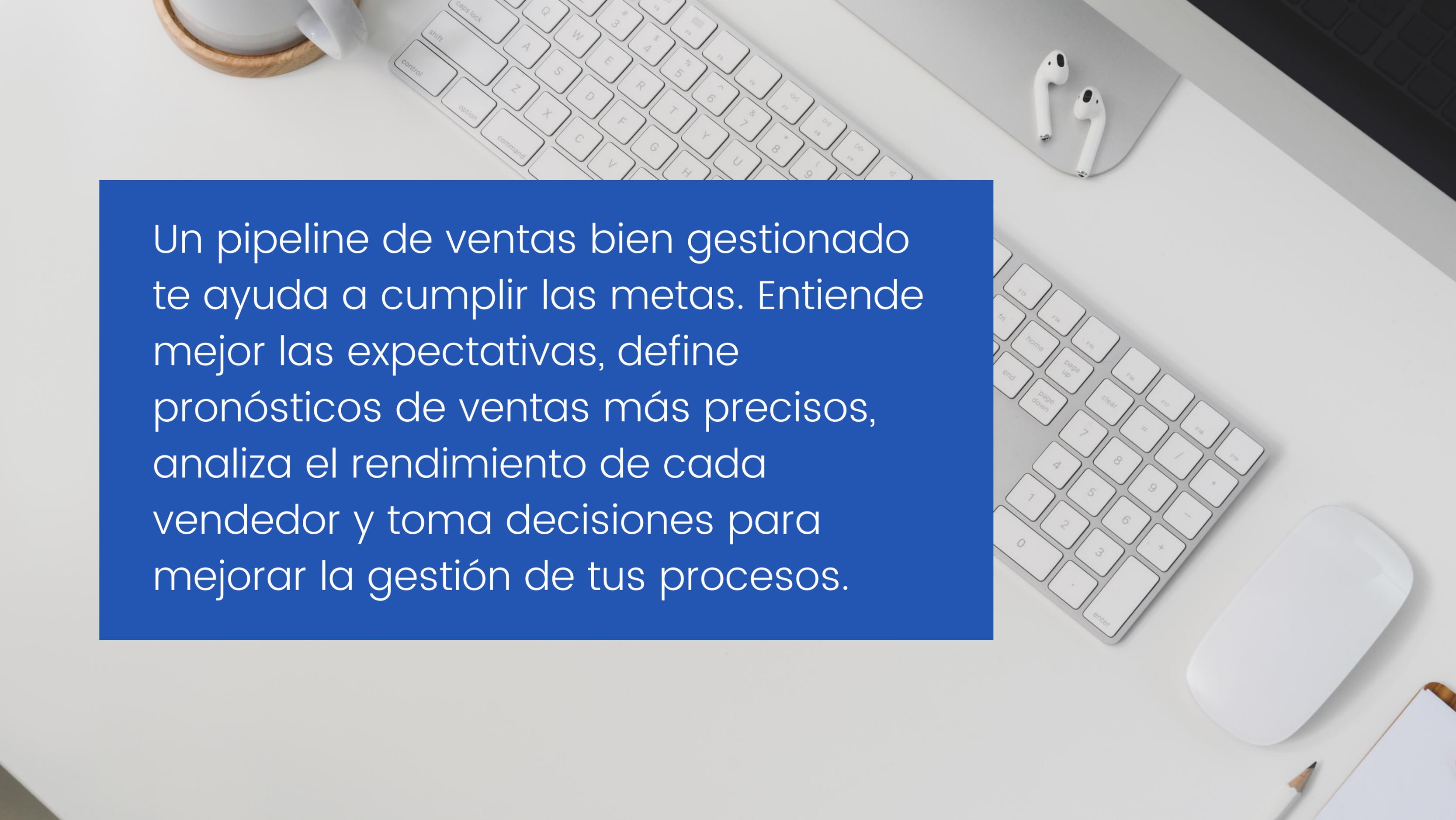
Tasa de ganancia: pídele a tus vendedores una investigación y calificación rigurosa en entrenamiento y habilidades en ventas.

3

Tamaño o cantidad de contrato: enséñale a tu equipo a realizar ventas cruzadas y vender a clientes más importantes y grandes.

4

Ciclo de ventas: identifica los pasos clave que mueven a un lead de etapa en etapa y asegúrate de que cada miembro en tu equipo esté siguiéndolos.

A top-down view of a clean, minimalist desk. In the upper left, a white coffee cup sits on a wooden coaster. A white keyboard is the central focus, with its keys clearly visible. To the right of the keyboard, a pair of white AirPods lies on a light-colored mousepad. Below the keyboard, a white mouse is positioned. In the bottom right corner, a pencil and a notepad are partially visible. The background is a light, neutral color, creating a bright and professional atmosphere.

Un pipeline de ventas bien gestionado te ayuda a cumplir las metas. Entiende mejor las expectativas, define pronósticos de ventas más precisos, analiza el rendimiento de cada vendedor y toma decisiones para mejorar la gestión de tus procesos.

Sigue estas recomendaciones para hacer tu gestión de pipeline mucho más eficiente:

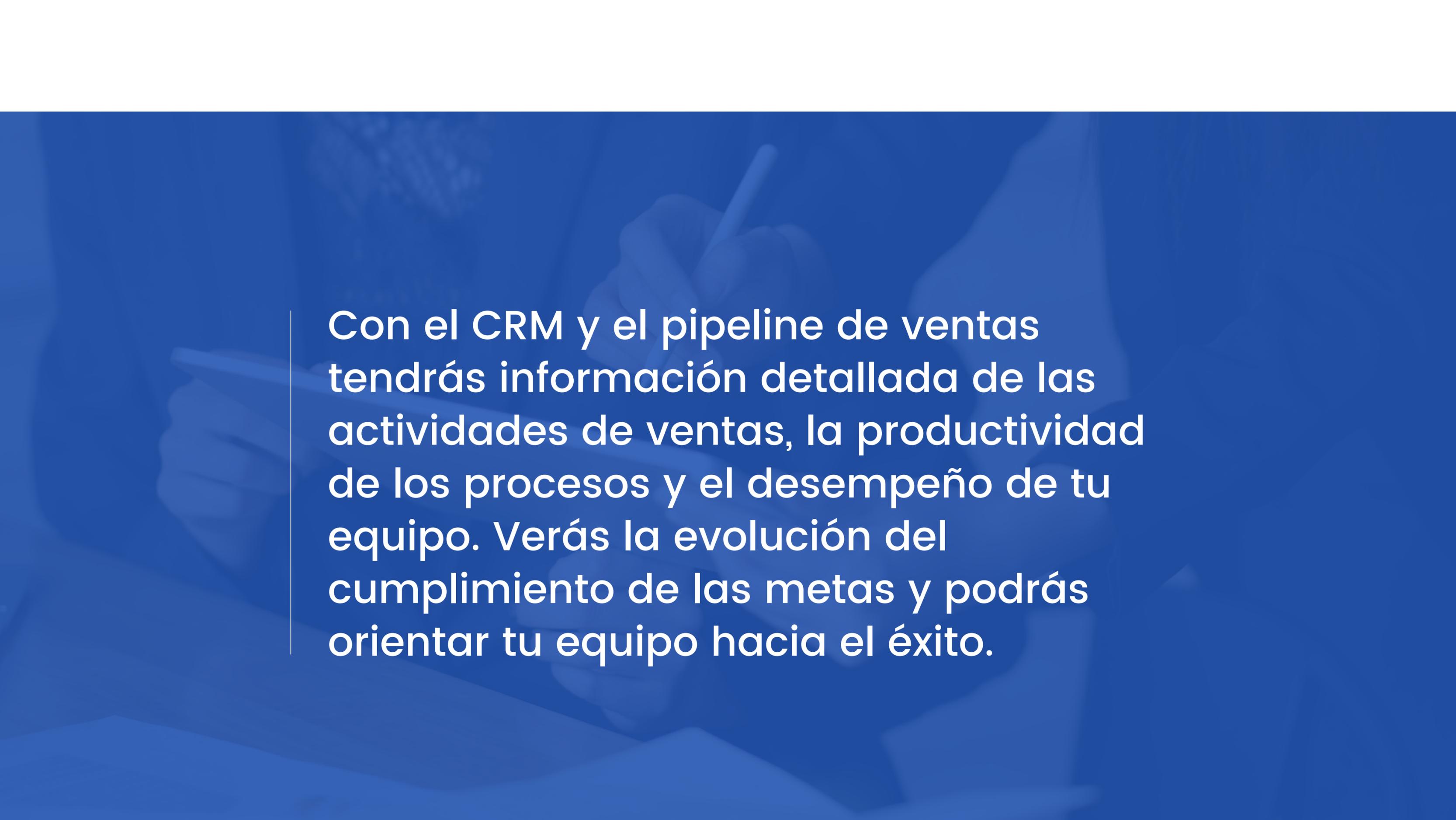


1. Monitorear periódicamente tu pipeline y evaluar las métricas para descubrir problemas de gestión a tiempo.

2. Acumular información y compararla periódicamente, para que los pronósticos y predicciones sean más precisos.

3. Crea reportes para tener una visión más clara de la salud de tu pipeline.

4. Lleva tu pipeline en un CRM, podrás rastrear automáticamente las actividades.



Con el CRM y el pipeline de ventas tendrás información detallada de las actividades de ventas, la productividad de los procesos y el desempeño de tu equipo. Verás la evolución del cumplimiento de las metas y podrás orientar tu equipo hacia el éxito.



¿Estás list@ para mejorar tu estrategia de ventas con CRM y el pipeline de ventas?

[Agenda en este link una asesoría gratuita con nosotros.](#)

Queremos conocer tus retos y necesidades y ayudarte a cumplir tus objetivos de negocio de la mano de las mejores herramientas, tecnología y equipo.



**Somos GrowBox Digital, Partners
Certificados de HubSpot**