

Cómo vender más y mejor **gracias a la inteligencia comercial**



inaCátalog
mobility sales

00 | Índice

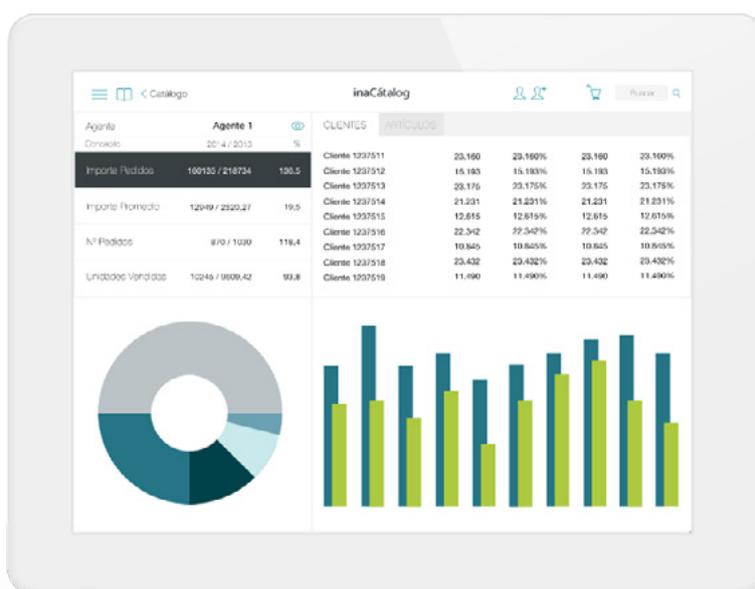
- 01 | ¿Qué es la inteligencia comercial para ventas? (3)
- 02 | ¿Cómo ayuda la inteligencia comercial a tu equipo de ventas? (5)
- 03 | Inteligencia comercial y CRM (7)
- 04 | Beneficios de implantar un sistema de inteligencia comercial en la empresa (8)
- 05 | Cómo sacarle todo el partido a la inteligencia comercial con inaCátalog (10)
- 06 | ¿Por qué inaCátalog? (12)
- 07 | Nuestros clientes opinan (14)

01 | ¿Qué es la inteligencia comercial para ventas?

Mejorar los procesos comerciales dentro de la empresa es una de las mayores preocupaciones de sus equipos de mando. Puede ocurrir que el propio proceder de la fuerza de ventas, si no se estructura correctamente, afecte a su desempeño y, por tanto, a la consecución de los objetivos. Para evitarlo, incorporar la inteligencia comercial para ventas servirá para conseguir una metodología más eficiente y dotar a los agentes de las mejores armas y procedimientos para cerrar ventas.

La inteligencia comercial para ventas es el mejor aliado del departamento comercial. Su significado responde a los distintos perfiles profesionales de las empresas y equipos. A nivel general, el [Data Warehouse Institute](#) resume *Business Intelligence* como “la combinación de tecnología, herramientas y procesos que permiten transformar datos almacenados en información, esta información en conocimiento y este conocimiento en un plan o estrategia comercial”.

La inteligencia comercial para ventas se trata, por tanto, de la capacidad de obtener información que ayude a tomar decisiones acertadas en ventas y mejorar el ratio de conversión. Para ello es necesario contar con la tecnología correcta, que permita la recopilación y análisis de datos.



Además, estos sistemas favorecen una gestión de datos de los clientes más eficiente y a tiempo real. Así, no solo se obtiene la información clave en el momento exacto, sino que se aprovechan mejor esos datos para la toma de decisiones estratégicas, ayudando a crear la ventaja competitiva de un negocio.

“Cualquier empresa que pretenda mejorar su proceso comercial en cualquiera de sus niveles necesita la inteligencia comercial: para aumentar sus ventas, para fidelizar a sus clientes, para sacar nuevos productos al mercado, para mejorar procesos, aumentar su eficiencia...”

Clara Vidal

Marketing Manager inaCátalog

Funciones de las herramientas de inteligencia comercial

Contar con una herramienta de inteligencia de negocios con un buen cuadro de mando comercial facilitará la identificación del camino oportuno y la estrategia a seguir. Entre sus ventajas se encuentran:

- ✓ Tener una visión global de la empresa de forma rápida y visual
- ✓ Obtener información fiable y valiosa para la mejora de resultados
- ✓ Acceso a la información rápido, fácil y en cualquier momento
- ✓ Ayuda en la toma de decisiones estratégicas, con apoyo de información veraz y rigurosa
- ✓ Seguimiento de la evolución de los productos, clientes, ventas y sectores
- ✓ Monitorización de los objetivos y KPI
- ✓ Obtención y análisis de informes de forma sencilla y mecánica
- ✓ Establecimiento de acciones y estrategias empresariales para el futuro

En definitiva, una herramienta que incorpore características de *Business Intelligence* nos ayudará a observar lo que está ocurriendo en nuestra organización y con nuestros clientes, y comprenderlo. Podremos realizar predicciones de futuro basadas en información rigurosa y actualizada y decidir cuáles son las mejores acciones a desarrollar para conseguir los objetivos estratégicos.

02 | ¿Cómo ayuda la inteligencia comercial a tu equipo de ventas?

La automatización de procesos y la inteligencia comercial para ventas aportan grandes ventajas en la definición de la estrategia de ventas que identifique tendencias y permita segmentar clientes. En definitiva, puede ayudar a vender más y mejor gracias a:

Mejorar la pre-visita

Los equipos de ventas disponen de la información histórica de un cliente en todo momento, lo que hace que puedan preparar mejor la visita en función de sus gustos, necesidades, objeciones e incluso de su interacción con los catálogos en visitas anteriores.

Facilitar la venta prescriptiva

El análisis correcto de la información permite ofrecer al cliente productos y sugerir las soluciones que mejor se le adapten, así como sugerir productos complementarios y utilizar mejor técnicas up-selling y cross-selling. Se trata de un tipo de venta mucho más amena y más proactiva, que mejora la experiencia de compra y el vínculo con el consumidor.

Automatizar pedidos

O reportes de la acción comercial sin necesidad de mayores trabajos administrativos y con una actualización de datos instantánea, integrando con el ERP de la empresa.

Tratar con las objeciones

La posibilidad de hacer informes comerciales in situ facilita que se reporten mejor todo tipo de detalles, incluidas las objeciones de un cliente. Estas aportan información de gran valor a la inteligencia de negocios para conocer más sobre las inquietudes, gustos, tendencias y criterios de compra de nuestros consumidores.

Hacer un óptimo seguimiento de la tipología de visitas

Planificar visitas y segmentar clientes es imprescindible para conseguir una gestión eficiente de la agenda comercial y conseguir resultados óptimos.

“Con inaCátalog, cada toque o clic en la pantalla del dispositivo del comercial queda registrado para convertirlo en información útil.”

Clara Vidal

Marketing Manager inaCátalog

Qué otros aspectos puede mejorar la inteligencia en ventas

Además de ser una gran aliada para el departamento de ventas, hay otras áreas en las que la inteligencia comercial para ventas puede servir de apoyo:

Identificación de oportunidades:

Así como saber lo que se está vendiendo, cómo, cuándo, por qué o a quién, también podemos emplear el software comercial para detectar lo que no se está vendiendo y por qué. De este modo, podremos crear ofertas exclusivas adaptadas a cada cliente, que nos ayuden a vender productos complementarios o reactivar aquellos que no están siendo comprados.

Asimismo, la inteligencia comercial aplicada a ventas puede servir para identificar otros caminos oportunos, como el desarrollo de nuevos productos o concentrarse en capitalizar un determinado sector de ventas.

Integración con el ERP de la empresa:

La integración de las herramientas con otros sistemas (CRM, Business Intelligence...) y con el propio ERP de la empresa es fundamental no solo para disponer de la información adecuada y detallada, sino para que esta permita automatizar acciones y ahorrar tiempo.

Sinergias entre equipos:

El hecho de que los distintos equipos tengan acceso a la información clave en todo momento facilita la colaboración entre departamentos y la posesión de información relevante en el momento oportuno. Además, estos datos facilitan el desempeño de distintos departamentos (por ejemplo, la inteligencia comercial también puede ayudar a los equipos de marketing a crear campañas más efectivas).

03 | Inteligencia comercial y CRM

Dos conceptos que van estrechamente ligados son inteligencia comercial y CRM ventas. Esto es debido a que dichas tecnologías son complementarias: con el primero analizamos y decidimos; mientras que el segundo ayuda a ordenar la información y crear campañas en función de la necesidad.

El CRM se suele entender como el software de ventas por excelencia, la herramienta que lleva a otro nivel tanto el desempeño como los procesos comerciales. CRM significa inteligencia de negocios, control, efectividad y eficiencia respecto a nuestros consumidores y potenciales clientes.

El CRM y la inteligencia comercial comparten varias de las mismas funciones, sobre todo al usar datos históricos para identificar tendencias clave que las empresas pueden aprovechar para su beneficio. Por ello, cada vez surgen más herramientas que, como inaCátalog, incorporan esta dualidad añadiendo características y facilidades de ambas técnicas.

Además de una app de ventas y un CRM móvil, inaCátalog es en sí mismo una herramienta de inteligencia comercial, capaz de recoger infinidad de datos y transformarlos en información organizada, estructurada y fácil de entender. Gracias a ella, los equipos comerciales pueden conformar una base sólida de conocimiento que ayude, por un lado, a tomar decisiones inteligentes en el momento oportuno para mejorar su estrategia comercial y, por otro, a tomar decisiones acertadas en el día a día del vendedor para aumentar sus ventas delante del cliente.

En ese sentido, inaCátalog incorpora lo mejor de la gestión de clientes y de la inteligencia de datos, poniendo a disposición tanto de los equipos directivos, como de los distintos equipos (marketing, ventas, central...) la información que necesitan en cada momento para ayudarles a ser más eficaces y mejorar así las ventas.

“La inteligencia comercial ayuda a vender más y mejor transformando los datos en información útil que nos sirva de conocimiento para aplicar a lo largo del proceso comercial y mejorar así los resultados comerciales.”

Clara Vidal
Marketing Manager inaCátalog

04 | Beneficios de implantar un sistema de inteligencia comercial en la empresa

Contar con herramientas comerciales potentes que incorporen la inteligencia comercial facilitará el ejercicio del liderazgo y dirección de equipos de ventas, la toma oportuna de decisiones gracias a los datos y el mejor desempeño de los equipos de venta con estrategias exitosas.

A estas tres máximas pueden añadirse otros beneficios de utilizar una app que permite la automatización de los procesos de la red de ventas:

- ✓ **Reducción de costes:** estas herramientas tecnológicas incorporan la movilidad como característica intrínseca, eliminando las grandes cantidades de información en papel y unificándola en una única plataforma, lo que supone un ahorro en costes de material y comodidad para los agentes.
- ✓ **Aumento de la productividad:** los agentes disponen de información útil en el momento de la venta y pueden realizar la propia venta in situ, evitando llamadas a central y permitiendo abarcar un mayor número de visitas por jornada. Además, las visitas y pre-visitas también son de mayor calidad, por lo que las probabilidades de éxito aumentan considerablemente.
- ✓ **Optimización de las operaciones:** con un sistema de BI podemos conseguir insights detallados sobre el rendimiento de nuestras operaciones. Esto nos permite conocer las áreas en las que necesitamos mejorar o modificar algo a fin de optimizar y racionalizar nuestras acciones.
- ✓ **Control del trabajo comercial:** registra cada movimiento y lo asocia a un momento, terminal y usuario concretos. Así es más fácil analizar los datos recogidos por los agentes y sus dispositivos, visualizarlos en estadísticas y gestionar correctamente los resultados. El seguimiento también mejora gracias a los reportes in situ, que garantizan un seguimiento comercial riguroso, efectivo y organizado. Mediante el uso de herramientas de automatización de procesos se pueden realizar reportes en cualquier momento y lugar, consiguiendo un mejor feedback.

- ✓ **Respuestas rápidas apoyadas en datos:** estos sistemas permiten una rápida recogida de datos para construir una estructura fiable y una toma de decisiones apoyadas en analíticas e información útil. Además, esta información nos permite responder a las incógnitas de nuestro negocio.
- ✓ **Podemos conseguir información importante y métricas:** como hemos comentado, el Business Intelligence se basa en los datos. Las herramientas tecnológicas permiten recoger información relevante tanto sobre nuestro negocio, como nuestros clientes y el mercado para conseguir beneficios.

“Con una herramienta de inteligencia comercial como inaCátalog conseguimos ser más eficaces, más eficientes, realizar visitas comerciales más rápidas a la vez que más productivas, vender más con más facilidad, mejorar la relación con el cliente, tomar decisiones comerciales inteligentes, identificar áreas de mejora y oportunidades.”

Clara Vidal
Marketing Manager inaCátalog



05 | **Cómo sacarle todo el partido a la inteligencia comercial con inaCátalog**

inaCátalog es la app perfecta para la automatización de los procesos de la red de ventas. La automatización de pedidos, el control total sobre las ofertas comerciales, la actualización de catálogos instantánea o la rápida visión de cada cliente son procesos que se ven mejorados con esta herramienta comercial.

Además, la inteligencia comercial de inaCátalog permite gestionar fácilmente y eficazmente un equipo de ventas analizando tres variables:

- ✓ **Tiempo:** duración de las visitas
- ✓ **Geoposicionamiento** del vendedor
- ✓ **Relación:** enseñado VS vendido

Muchas empresas siguen haciendo visitas comerciales a través de un catálogo físico y reportando con un CRM independiente, teniendo que esperar hasta llegar a casa o la oficina para hacer un pedido o un reporte y dificultando la gestión de toda la información de la venta y el cliente. Tramitar esa información de manera correcta y rápida es primordial para mejorar las ventas, además de para optimizar los tiempos y la independencia de nuestra fuerza comercial.

Además de servir para que nuestros agentes de ventas hagan los pedidos o reportes de la visita in situ desde su tablet y los envíen al sistema central automáticamente, podemos (y debemos) aprovechar todas las funcionalidades de inaCátalog para sacarle el máximo partido posible a la inteligencia comercial.

¿Cómo pueden los distintos equipos aprovechar el potencial de inaCátalog como herramienta de inteligencia de negocios?

Los equipos de marketing:

Aporta datos objetivos sobre el tema de la trazabilidad, es decir, todo queda registrado en la aplicación, pudiendo realizar un análisis exhaustivo de los artículos del catálogo así como del material de marketing y su utilización por parte de la fuerza comercial. De esta forma el departamento de Marketing tiene una herramienta para comprobar realmente cómo funcionan las campañas en la calle, y los resultados de cada catálogo que configura, mejorando la toma de decisiones estratégicas.

La Fuerza de Ventas:

Tener un CRM móvil y extremadamente ágil permite al comercial acceder a todo el historial del cliente, todos los reportes realizados e información clave para la venta, lo cual le ayuda a prepararse la visita comercial a conciencia. Además, se pueden generar pedidos automáticamente sobre lo que consume el cliente, con lo que el vendedor puede empezar la visita con el pedido ya hecho y solo tener que confirmarlo con el cliente.

¿Qué conseguimos? Por un lado, las visitas son mucho más productivas y rápidas, lo que significa a su vez un aumento de ventas. Por otro lado, el cliente percibe la preparación de la visita, lo cual ayuda a fidelizarle y a mejorar nuestra relación y vínculo.

A Dirección Comercial:

Permite optimizar la gestión comercial. Los datos objetivos que recoge permiten analizar con más facilidad las visitas realizadas por los agentes, relacionando visitas e importes facturados. Asimismo, facilita el seguimiento de las rutas comerciales, de las acciones realizadas y pendientes gracias a un análisis fácil de reportes, así como la extracción de promedios de visitas realizadas vs. operaciones firmadas; posibilita hacer un seguimiento de los objetivos KPI, la gestión óptima de la agenda y priorización de las visitas en función de los criterios fijados, etc. Todo ello contribuyendo a la toma de decisiones estratégicas.

“Con todo, estamos sentando un método de trabajo y digitalizando los procesos, con lo cual optimizamos tiempo y recursos y aprovechamos de forma inteligente la información. El resultado es una empresa más eficiente, más inteligente y estratégica que pone a disposición de las diferentes áreas (dirección comercial, fuerza de ventas y marketing, y por tanto de gerencia) información clave, que ayuda a ahorrar costes, sincronizar esfuerzos y, por supuesto, a vender más.”

Clara Vidal

Marketing Manager inaCátalog

06 | ¿Por qué inaCátalog?

Gestionar de manera eficaz la cartera de clientes y las bases de datos de tus consumidores es primordial para optimizar la relación con los mismos. Mejorar la adquisición de clientes y su conversión mediante el uso de la segmentación, optimizar la atención a los clientes e identificar y nutrir a aquellos con mayor potencial son algunas de las capacidades que otorga el análisis de cartera y la inteligencia comercial.

Conocer los gustos y necesidades de tus usuarios y no solo adaptarte, sino anticiparte a ellos, ofrecerles una experiencia de ventas adaptada e interactiva y poner a su disposición toda la información que puedan requerir son algunas de las metas que podrás alcanzar con inaCátalog.

La tecnología de inaCátalog te ayudará a poner en marcha estas estrategias para vender más, incorporando inteligencia competitiva para ayudarte a aumentar el nivel de productividad del equipo de ventas.

inaCátalog está hecho por y para vendedores. Es una solución de ventas 360°, es decir, pone a tu disposición todo lo que necesitas para mejorar el proceso comercial en una sola herramienta. Con ella conseguirás:

- ✓ Definir patrones, establecer un ciclo de ventas esquematizado y promover un control de la cartera, de la agenda comercial y de los KPI que repercuta en la eficiencia y efectividad del departamento comercial.
- ✓ Permitir a los comerciales leer y prever cada relación comercial, mejorando de gran manera la pre-visita y permitiendo abordar cada cita de la manera más conveniente.
- ✓ Dotar a los equipos de las herramientas necesarias para ordenar y analizar la información de forma efectiva, profesional y completa.
- ✓ Evaluación continua, retroalimentación y feedback de mayor calidad, que dotarán a tu empresa de un mayor margen de actuación para corregir tendencias negativas y potenciar las positivas.

A todas estas ventajas de la inteligencia comercial se suman las propias características de inaCátalog como app para vender: usabilidad y versatilidad, geolocalización, analítica y centro de estadísticas, personalización e integración, conectividad permanente, sincronización, autonomía, adaptación, omnicanalidad, seguridad y muchas más, que hacen de inaCátalog una herramienta única para vender como nunca.

“Detrás de inaCátalog hay un equipo humano que se implica y compromete con cada cliente y cada proyecto para sacar lo mejor. Los objetivos de nuestros clientes son los nuestros: si les ayudamos a vender más y mejor nuestro objetivo está cumplido.

Es un producto “vivo”, que no para de evolucionar, para que nuestros clientes encuentren en inaCátalog la solución a sus necesidades. De hecho, llevamos 57.000 horas efectivas de I+D+i.”

Clara Vidal

Marketing Manager inaCátalog



07 | Nuestros clientes opinan

“El ciclo habitual de venta se ha reducido ya que los procesos de actualización de catálogos y gestión de pedidos son inmediatos”.

ZACARÍAS ROMÁN

DIRECTOR COMERCIAL EN NAOS SKIN CARE SPAIN, SLU.

“inaCátalog se ha convertido en una herramienta de trabajo indispensable para nuestro negocio”.

GIANCARLO VITA

RESPONSABLE DPTO. MÁRKETING EN TREPAT DIET, S.L.

“inaCátalog nos permite darle una herramienta a la fuerza comercial con la que ser más autónomos al mismo tiempo que damos una imagen innovadora”

MAR MIRAVALLS

MARKETING MANAGER EN ANTONIO TARAZONA, S.L.

“Las facetas en las que más nos ha ayudado inaCátalog son el control de la venta por cliente/comercial y la presentación del catálogo de productos.”

FRANCISCO SÁNCHEZ

DIRECTOR GENERAL EN PAPELES ANOIA, S.A

¿Buscas incrementar las ventas de tu red comercial?

Solicita tu demo gratuita de inaCátalog y empieza a vender como nunca

CONTACTO



inaCátalog
mobility sales

Sobre inaCátalog

*Además de ayudar a impulsar las ventas o prescripciones de los clientes, a través de inaCátalog también cumplimos otros objetivos clave: ayudamos a mejorar la gestión de sus empresas y de sus equipos comerciales; a reducir costes y tiempos; a ser más eficaces y productivos. inaCátalog es la solución comercial más completa para empresas que les permite mostrar sus productos y servicios, tomar pedidos off-line, gestionar los equipos comerciales y clientes e integrar toda la información en el sistema de la empresa (ERP, CRM, BI, SAT...). **Todo con una sola herramienta.***

Contacto

+34 96 238 83 31

+34 96 238 81 38

www.inacatalog.com/
marketing@inacatalog.com

inaCátalog Mobility Sales

Avda. Almansa, 84
46870 Ontinyent (Valencia)

Síguenos

