



# HERRAMIENTAS DE PROCESOS DE VENTAS CON APLICACIÓN WEB

Capacitaciones para Pymes y  
Emprendedores

Material Preparado por:

 **Motion Idea**  
Soluciones en Ventas

# Expositor



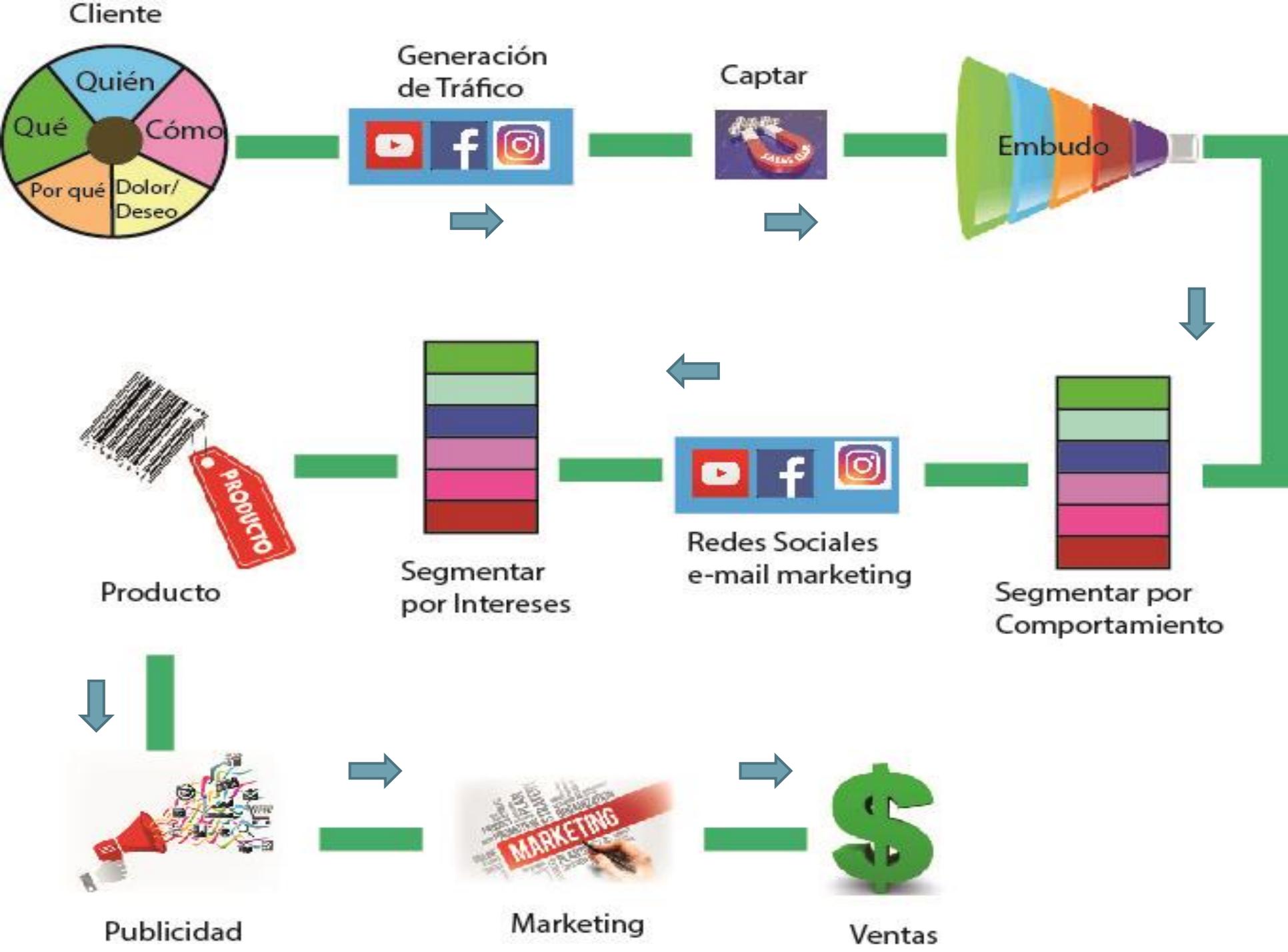
- ◉ Marcos Antonio Rocabado. Nacido en Mendoza en 1980. Graduado de la Universidad Nacional de Cuyo como Técnico Universitario en Producción Industrial Automatizada, posee una especialización en Control Sistémico de la Producción (ITU-UNCuyo), un Major in Project Management (Aden Bussines School / Stetson University) y un entrenamiento en Coach Psicológico Integral ( MassNegocios / Instituto de Coaching Psicológico Integral).
- ◉ Evaluador de Proyectos de Inversión de manera independiente para diferentes pymes de Mendoza. Experiencia en empresas del sector petrolero y Metalmecánica. Líder proyectos de desarrollos internos para empresas de primer nivel tecnológico. Consultor en Creative PMO para Dirección de Proyectos dando soporte y asistencia a empresas con proyectos de inversión. Desempeño como Coach para el acompañamiento de las personas en su desarrollo personal.
- ◉ Miembro participante de los inicios del Capítulo Nuevo Cuyo del Project Management Institute, con participación en las actividades regionales de difusión de las mejores prácticas para la Dirección de Proyectos.
- ◉ Es además padre de familia, escritor de artículos, amante de la lectura y del buen fútbol y un emprendedor empedernido.

# Objetivos de la Capacitación

- Conocer los procesos que intervienen en el diseño de un plan de ventas.
- Aplicar concretamente un proceso de ventas en Herramienta web.

# Introducción

- ⦿ Lo que NO se Mide NO se puede Controlar
- ⦿ Lo que NO se Controla no se puede Gestionar.
- ⦿ Lo que NO se Gestiona no se puede Mejorar



# MODELO DE GESTION DE VENTAS

Especialidad	Etapas de Venta				
	Inicio	Hot Leads	Oportunidad	Venta	Post Venta
Integración	1.1 Desarrollar Estrategia de Ventas				1.2 Desarrollar plan Post Venta
Propuesta de Valor	2.1 Definir Propuesta de Valor			2.4 Medir Rendimiento Actividades Claves	2.6 Medir Valoración de Actividades Claves
	2.2 Definir Actividades Claves			2.5 Medir Performance Recursos Claves	
	2.3 Definir Recursos Claves				
Vendedor	3.1 Competencias Individuales	3.4 Registrar Hot Leads	3.5 Registrar Oportunidades	3.6 Aplicar Técnicas de Cierre de ventas	3.9 Realizar Tareas post venta
	3.2 Competencias Grupales			3.7 Medir Ventas Individuales	
	3.3 Protocolo de Ventas			3.8 Medir Ventas Grupales	
Cliente			4.1 Identificar Necesidad y Oportunidad		4.2 Fidelizar Clientes
Canales	5.1 Definir Plan de Publicidad				
	5.2 Definir Plan de Marketing	5.4 Administrar base de datos		5.6 Medición de canales de venta	
	5.3 Definir canales de Post Venta	5.5 Administrar Social Media			
Indicadores	6.1 Definir métricas	6.2 Generar Hot Leads	6.4 Convertir Hot Leads en Oportunidades	6.5 Conversión de Oportunidades en ventas	6.6 Medir no Conformidades
		6.3 Analizar Cohortes			
Costos	7.1 Definir Presupuesto Marketing			7.3 Medir rendimiento de presupuestos	
	7.2 Definir Presupuesto Publicidad				
Comunicación	8.1 Planificar las comunicaciones	8.2 Gestionar la comunicación del Equipo			

# Integración

# Procesos de Integración

- 1.1 Desarrollar Estrategia de Ventas
- 1.2 Desarrollar plan Post Venta



# Estrategia de Ventas

- ⦿ Propósito y justificación.
- ⦿ **Descripción del proyecto y entregables**
- ⦿ **Objetivos e Indicadores de Éxito.**
- ⦿ **Restricciones.**
- ⦿ **Riesgos.**
- ⦿ **Presupuesto**
- ⦿ **Equipos y Recursos**

# Propuesta de Valor

# ¿Qué es la Propuesta de Valor?

- Creas valor para tu cliente cuando le resuelves un problema de manera satisfactoria, y el beneficio que él percibe al adquirir tus productos o servicios es mayor al precio que paga por ellos.

# Procesos de Propuesta de Valor

- ② 2.1 Definir Propuesta de Valor
- ② 2.2 Definir Actividades Claves
- ② 2.3 Definir Recursos Claves
- ② 2.4 Medir Rendimiento Actividades Claves
- ② 2.5 Medir Performance Recursos Claves
- ② 2.6 Medir Valoración de Actividades Claves

# Definir la Propuesta de Valor

- ⦿ Pensar una Propuesta Base y luego completar con elementos diferenciadores que lo conviertan en Propuesta Única.
- ⦿ No pensar que es imposible ofrecer el servicio pensado. Si la idea es buena hay muchas formas de obtener ayuda.

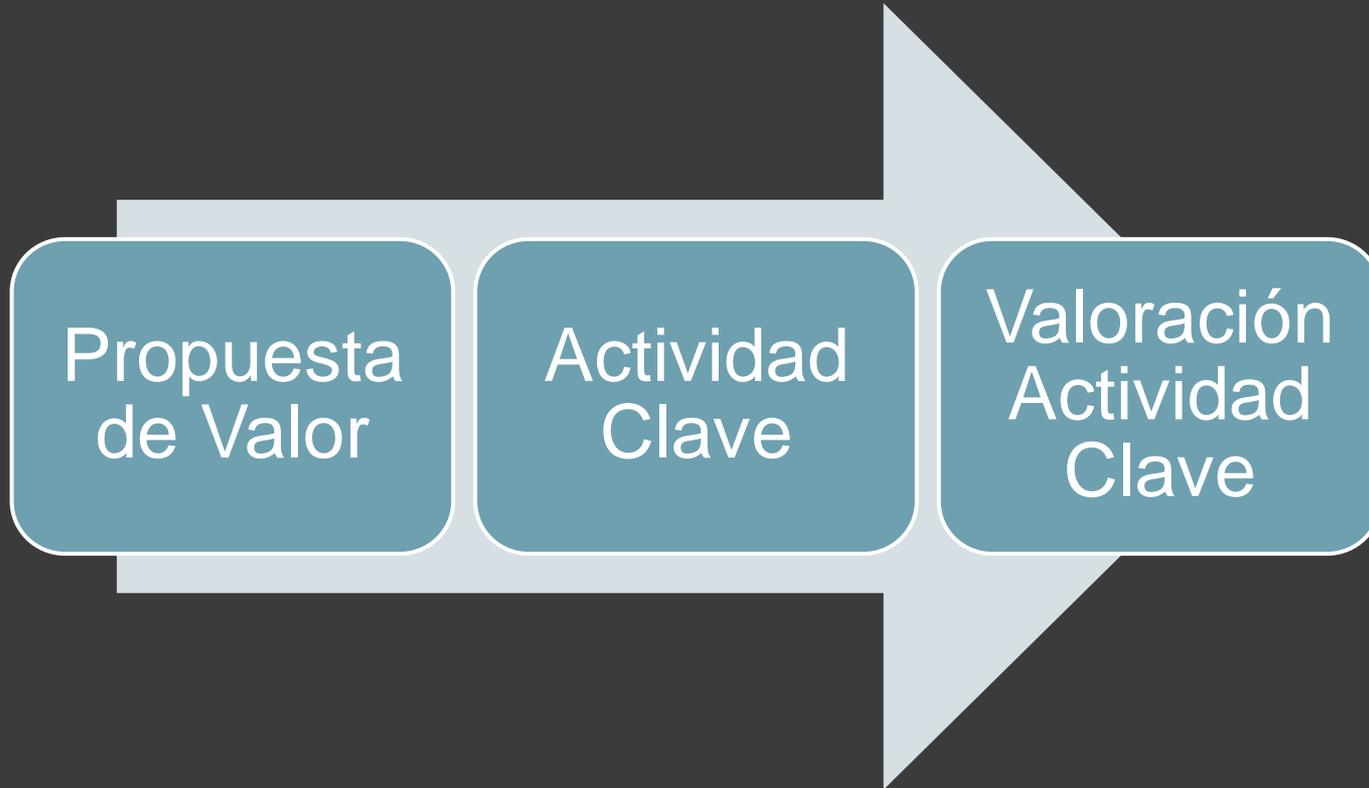
# Ejemplos de cómo crear Valor

- ① **Personalización:** Puedes crear valor al adaptar tus productos y servicios a las necesidades específicas de un cliente o grupo de clientes.
- ② **El valor de “cumplir con el trabajo”:** Un producto o servicio puede crear valor simplemente por ayudar a que el cliente pueda enfocarse en otras actividades, confiando que tu producto o servicio simplemente funciona y disminuirá sus costos de operación

# Actividades Claves

- Para entregar la propuesta de valor debemos llevar una serie de actividades clave internas (típicamente abarcan los procesos de producción, marketing...etc). Éstas son las actividades que nos permiten entregar a nuestro cliente la propuesta de valor vía una serie de canales y con un tipo concreto de relaciones.

# Medir Valoración Actividad Clave



Vendedor

# Procesos que interactúan

- 3.1 Competencias Individuales.
- 3.2 Competencias Grupales.
- 3.3 Protocolo de Ventas.
- 3.4 Registrar Hot Leads
- 3.5 Registrar Oportunidades
- 3.6 Aplicar Técnicas de Cierre de Ventas
- 3.7 Medir Ventas Individuales
- 3.8 Medir Ventas Grupales
- 3.9 Realizar Tareas post venta

# Protocolo de Ventas

- Pasos a Seguir en el Proceso de Ventas: Presentación, Indagación, Solución y Cierre de Ventas.
- Reglas Generales: Reglamentos internos, uso de celular, etc.
- Comunicación Verbal: Principios verbales básicos que fortalezcan el contenido.
- Comunicación No Verbal: Vestimenta, mirada, gestos de la cara, manos, postura, etc.

# Cierre de Ventas

- Las técnicas y herramientas que nos permiten realizar el Cierre de Ventas terminan siendo de gran importancia para el aprovechamiento de nuestros recursos (si la venta no se cierra, los esfuerzos por traer al interesado son en vano)

# EL CONSENTIMIENTO TÁCITO (El Sí por descontado)

- Esta técnica parte de suponer que el cliente ya ha tomado la decisión de compra, así no nos lo haya manifestado expresamente.
- Ejemplos: Empezar a llenar solicitud. Preguntar cuando entregamos el producto. Cuando iniciamos el servicio.

# LA DECISIÓN ALTERNATIVA

- Consiste en plantear al cliente alguna pregunta alternativa cuya respuesta dejará en claro que ya ha tomado la decisión y que por lo tanto debemos empezar a llenar la Solicitud de Servicio o Pedido sin más dilación, ni preguntas, ni comentarios de nuestra parte.
- Ejemplos: ¿Paga en Efectivo o Cheque?. ¿Prefiero color rojo o negro?

Clientes

# Procesos para Clientes

- ④ 4.1 Identificar Necesidad y Oportunidad
- ④ 4.2 Fidelizar Clientes

# Proceso de Conversión

- Acciones que convierten a nuestro cliente en nuestro mejor vendedor.



# Cartera de Clientes

- ⦿ Conocer que tipo de clientes tiene nuestra cartera.
- ⦿ Saber cuantos clientes nuevos tenemos en un período dado.
- ⦿ ¿Cuántos Clientes han dejado de comprarnos?
- ⦿ ¿Cuántos Clientes hemos obtenido a través de Referidos?

# Acciones

- ⦿ Medición de Conformidad en el servicio post venta.
- ⦿ Agregar valor a su compra.
- ⦿ Incentivación continua a elegirnos.
- ⦿ Mantener presente nuestra marca.

# Canales

# Procesos de Canales

- ④ 5.1 Definir Plan de Publicidad.
- ④ 5.2 Definir Plan de Marketing.
- ④ 5.3 Definir canales de Post Venta
- ④ 5.4 Administrar base de datos.
- ④ 5.5 Administrar Social Media.
- ④ 5.6 Medición de canales de venta

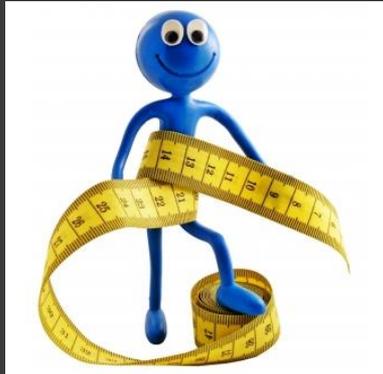
# Indicadores

# Procesos de Indicadores

- ⑥ 6.1 Definir métricas
- ⑥ 6.2 Medir Generación Hot Leads
- ⑥ 6.3 Analizar Cohortes
- ⑥ 6.4 Medir Conversión Hot Leads en Oportunidades
- ⑥ 6.5 Medir Conversión de Oportunidades en ventas.
- ⑥ 6.6 Medir no Conformidades

# ¿Qué son las métricas?

- Las métricas son “mediciones” que un negocio establece como unidades de control para visualizar su comportamiento.
- Las métricas nos ayudan en la toma de decisiones.



# COSTO ADQUISICIÓN DE CLIENTE

## ¿QUÉ ES?

- Es una métrica que indica cuánto dinero nos ha costado atraer de media a un cliente NUEVO (ojo, esto es importante) durante el periodo que estamos analizando. Es una métrica comparativa, es decir, sólo tiene valor en comparación con otros periodos (este mes nos ha costado 2 PESOS más atraer a cada cliente) o con otros modelos de negocio similares (el coste de adquisición de clientes de mi competencia es de 4 PESOS y el mío de 3,5 PESOS)

Costos

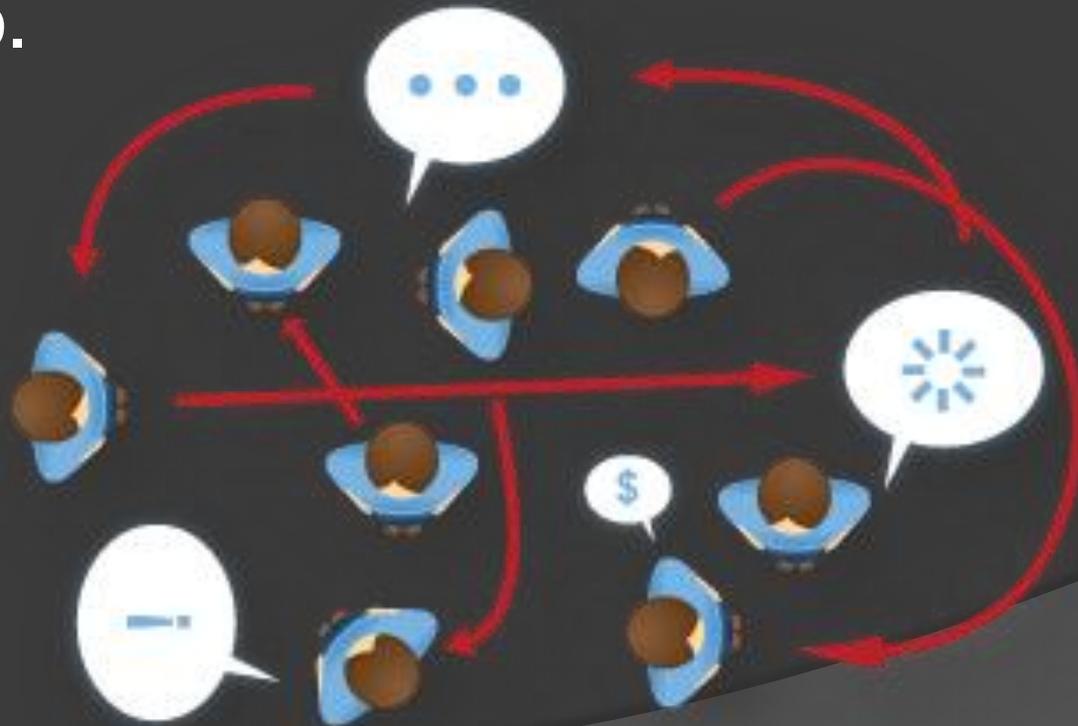
# Procesos de Costos

- ⑦ 7.1 Definir Presupuesto Marketing
- ⑦ 7.2 Definir Presupuesto Publicidad
- ⑦ 7.3 Medir rendimiento de presupuestos

# Comunicación

# Procesos de Comunicación

- 8.1 Planificar las comunicaciones
- 8.2 Gestionar la comunicación del Equipo.





Introducción a Podio

# GESTIÓN COLABORATIVA DE ORGANIZACIONES

# Contenidos

- Introducción
- Estructura de Podio
- ¿Como organizo el equipo? Y los e-mails?
- ¿Como lo aplico a mi organización?
- Reportes y extensiones

# Características de Podio

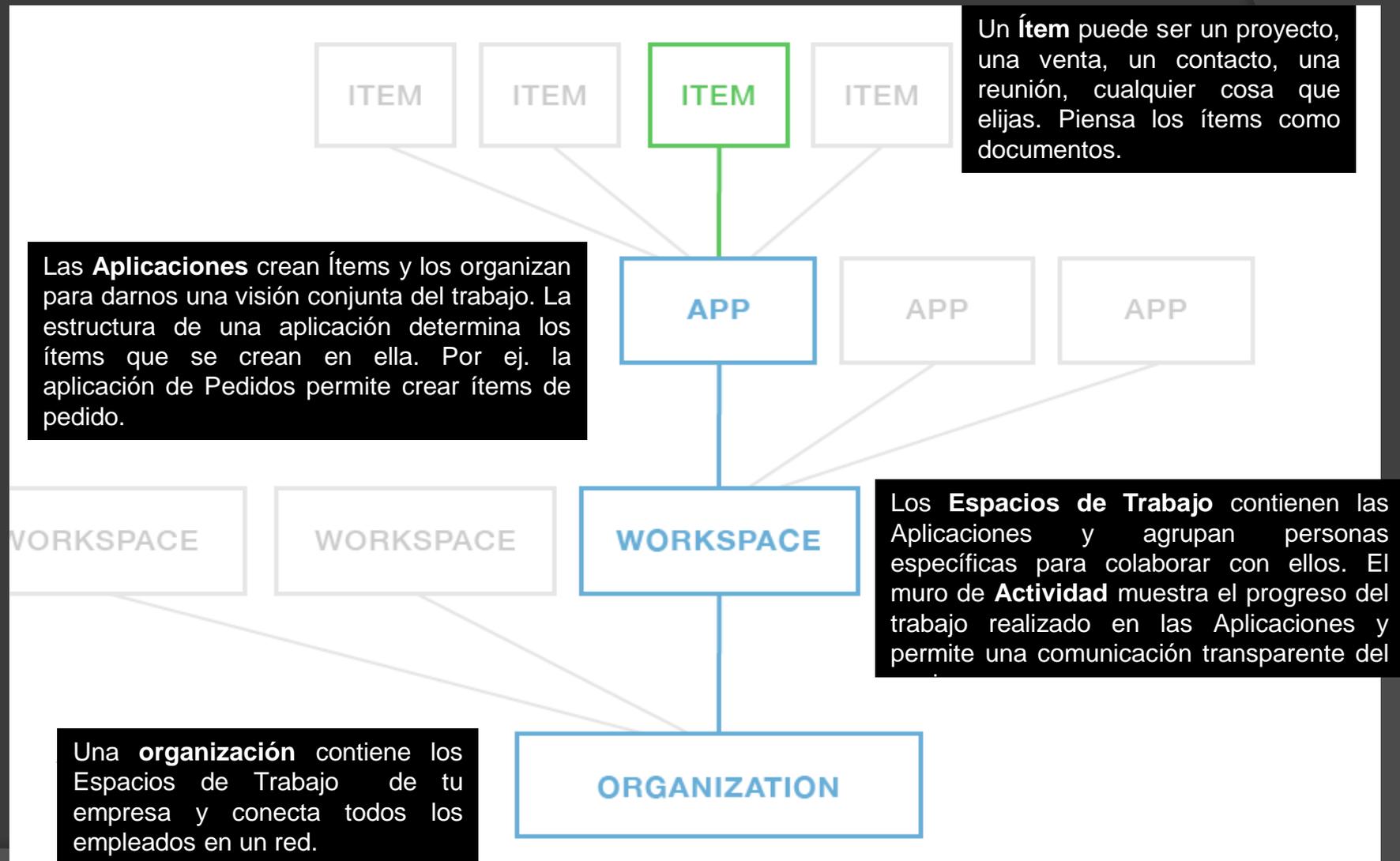
## Ventajas

- Plataforma online (SAS)
- Acceso móvil
- Estructura adaptable
- Campos de Nros/\$ y Cálculos
- Campos multimedia
- Comunicación (Chat, comentarios)
- Flujos de trabajo\*
- Formularios Web (p/ externos)
- Integración con Drive, Calendario

- Versión Free hasta 5, restricción clientes externos
- No funciona sin INTERNET..
- Limitado para grandes complejidades.. (hasta 10 dependencias)
- No se puede filtrar por Textos
- Reportes nativo limitado (Free)
- No tiene Gantt nativo
- Poco control al borrar ítems

## Desventajas

# Estructura de Podio



# ¿Como organizo el equipo?

## ¿Y los e-mails?

- Definir usuarios y responsabilidades, quedarán escritas en un documento disponible
- Prohibir mails internos de cosas que se administran en Podio, se tienen que usar comentarios en el sistema
- **Mantenerlo lo más simple posible**
- Que se reflejen los **flujos de trabajo EXISTENTES**, no nuevos
- Definir los primeros pasos para cada usuario
- Que los usuarios carguen datos y usen el sistema

# Comparación versión Free y Paga

Características	FREE	PAGO PLUS
Usuarios internos	5	\$ 225 / usuario / mes
<b>Usuarios externos</b>	<b>5* (en total)</b>	<b>ilimitado</b>
Gestión de usuarios	No	Si
Permisos de acceso	-Administrador -Usuario normal	-Usuario básico -Acceso de solo lectura
Flujos de trabajo	Tareas/Coment.	Limitado
Informes gráficos	No	No



VENDER ES LA  
CONSECUENCIA DE  
**HACER MUCHAS  
COSAS BIEN**

---

*y hacerlas  
en el  
orden correcto*



**VENDOR**  
Tips para Vender Más

# Ejemplo de Utilización Ventas y Stock Distribuidora

# Contenido

- Introducción a Podio
- Flujo de trabajo y stakeholders
- Información inicial (Aplicaciones de bases de datos)
- Aplicaciones de gestión
- Vistas guardadas e informes
- Otras funcionalidades

# Introducción a Podio

Empresa

Organizaciones

Distribuidora

Sector/Área

Espacios de trabajo

-Gerencia Comercial  
-Administración  
**-Ventas**  
-Logística

Documentos

Aplicaciones

- Notas de pedido
- Ficha de producto
- Remitos de compra
- Ficha de clientes
- Ficha de vendedor

Documento (cada uno)

Ítems

- Nota de pedido 21
- Artículo 02100034
- REMITO N° 43004030
- Olguin M. Jesús
- Ernesto

Campos del documento

Campos

- Nombres, fechas, cantidades, descripción, estados, ubicaciones, imágenes, importe, cálculo..

# Flujo de trabajo



# Implementación (bases de datos)



1 Artículos y Precios

Artículo (T)  
Código (T)  
Litros (N)  
Precio a 30d (\$)  
Precio a 45-90d (\$)



2 Compras Artículos

Artículo (R.1)  
Fecha (F)  
REM (N)  
Entrada (N)



3 Vendedores

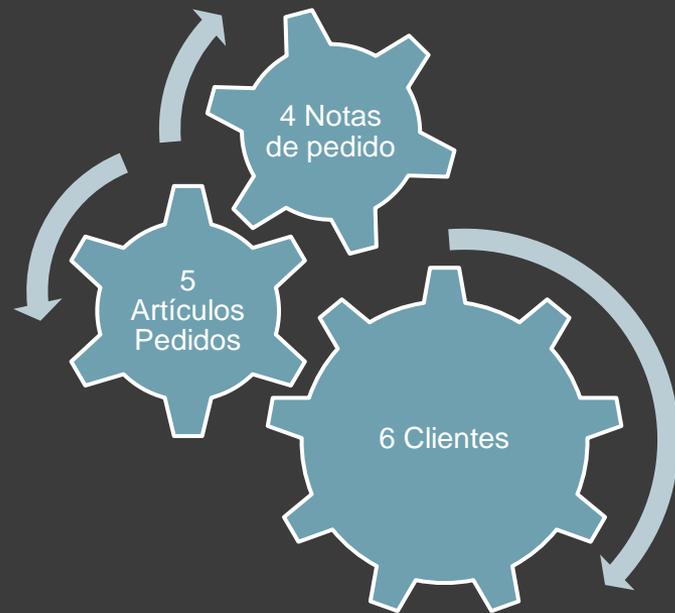
Nombre (T)  
Teléfono?  
Mail?



6 Clientes Actuales

Nombre (T)  
E-mail (T)  
Teléfono (T)

# Aplicaciones de gestión - VENTAS



Los Vendedores crean nuevas NOTAS DE PEDIDO con sus correspondientes ARTÍCULOS PEDIDOS

Estos ARTÍCULOS PEDIDOS generan la correspondiente baja en el STOCK existente y la NOTA DE PEDIDO puede ser “seguida” hasta su Entrega, Facturación, Pago o cualquier estado que se requiera.

Si es necesario el Vendedor puede crear nuevos CLIENTES

# Vistas guardadas e informes

- **Vistas guardadas**
- Se realizan por Aplicación y son Filtros que incluyen además diferentes formas de visualizar la información; tipo Tabla, tipo Tarjeta, etc.
- **Informes**
- Son reportes por Aplicación que consolidan datos luego de aplicar filtros y cálculos sobre los campos de la aplicación. En la versión gratis son solo numéricos.
- Puede realizarse rápidamente una exportación a Excel para informes más completos.

# Vistas guardadas e informes - VISTAS

The screenshot displays a web application interface with a blue header bar containing the text "Demo Lub Total", "Podio", and "Premium". Below the header is a navigation bar with icons for "Actividad", "Nota Pedido", "Arts Pedidos", "Clientes", "Artículos y P...", "Compras Ar...", "Vendedores", and "AÑADIR AP...".

The main content area is titled "Nota Pedido" and includes a sub-header "9 de 9 Mostrar todas". On the right side of this header, there are buttons for "Informes" and "Añadir Pedido".

On the left side, there is a sidebar titled "Vistas del equipo" (highlighted with a yellow box). It lists several saved views:

- Todos/as los/las Nota Pedido 9
- Mes Actual x Estado 9
  - Pendiente 9
- Mes Actual x Vendedor 9
  - Adrian 3
  - Anibal 6
- Todas por Estado 9
  - Pendiente 9

At the bottom of the sidebar, there is a section for "Vistas privadas".

The main content area features a table with three columns: "Pendiente", "Entregado", and "Cancelado". The table is organized into rows by customer name:

- Juan Perez:**
  - Row 1: 14/05/16 | Juan Perez | Anibal (Pendiente), 09/05/16 | Juan Perez | Anibal (Entregado)
  - Row 2: 12/05/16 | Juan Perez | Anibal (Pendiente)
  - Row 3: 10/05/16 | Juan Perez | Adrian (Pendiente)
- Olguin Mario Jesús:**
  - Row 4: 15/05/16 | Olguin Mario Jesús | Adrian (Pendiente), 09/05/16 | Olguin Mario Jesús | Anibal (Entregado)
  - Row 5: 13/05/16 | Olguin Mario Jesús | Anibal (Pendiente), 10/05/16 | Olguin Mario Jesús | Adrian (Entregado)

Red text overlaid on the table reads: "Información de la aplicación mostrada según el Estado (Pendiente, Entregado, Cancelado) del ítem".

# Otras funcionalidades

Funcionalidad	Descripción	Organización	Espacio de Trabajo	Aplicación	Ítem
Flujo de Actividad	Muestra en un muro (tipo face) información sobre las actividades que se han realizado y por quién	SI	SI	SI	SI
Comentarios	Se puede dejar un texto, votación, archivo, link a modo de comunicación sobre el contexto en el que se realiza (símil e-mail/chat)	SI	SI	-	SI
Tareas (repetitivas)	Se pueden programar tareas con responsables, fechas, que sean repetitivas, con archivos, comentarios.	SI	SI	SI	SI
Calendario	Muestra las tareas o ítems que posean fechas en una vista de calendario. Se puede sincronizar con otros (Outlook, google)	-	-	-	SI
Archivos	Se pueden adjuntar archivos. Se puede sincronizar con Drive, OneDrive, Box.	SI	SI	SI	SI

¿Preguntas?

# ¡MUCHAS GRACIAS!



Capacitaciones para Pymes y  
Emprendedores

Contactos:

Teléfono: 2615878708

Web: [www.motionidea.com.ar](http://www.motionidea.com.ar)

Mail: [marcosrocabado@hotmail.com](mailto:marcosrocabado@hotmail.com)