



Gestión de Ventas en entornos B2B

La venta entre empresas (B2B) es normalmente trabajo de equipo. El vendedor es el administrador de la cuenta pero necesita el soporte de técnicos, financieros y gerentes para atender adecuadamente la necesidad del cliente o solucionarle un problema concreto con el producto o servicio que ofrece. Adicionalmente del lado del cliente hay varios funcionarios a quienes atender: el que necesita el producto o servicio, el que evalúa la oferta, el que aprueba la compra y el financiero que paga, cada uno de ellos con diferentes ópticas con relación a la compra.

Por esta razón los procesos de venta no son lineales ni siguen un flujo preestablecido. En cada oportunidad y en cada momento del proceso pueden surgir requerimientos que se desvían del flujo normal de la venta.

Una evaluación técnica, una aprobación específica sea del lado del vendedor o del comprador, un descuento o forma de pago que requiere negociación, un test de prueba y otros tantos imponderables que pueden incluir agentes externos como por ejemplo asesores legales. **Cada uno de esos requiere ser adecuadamente documentado para mantener una trazabilidad del proceso de venta de cada oportunidad de negocio.**

“Las empresas hacen compras no por razones emotivas, lo hacen para cubrir una necesidad o solucionar un problema”

Si consideramos que en el entorno B2B las oportunidades son menores en número aunque normalmente de mayor monto, es vital mantener un registro histórico del comportamiento de las ventas.

El conocimiento detallado de ventas anteriores es una ventaja competitiva importante.

Por desgracia la mayoría de sistemas informáticos para la gestión de ventas se orientan a la venta al consumidor final (B2C) que tiene totalmente otra dinámica, un diferente tiempo de ejecución y en la que normalmente intervienen solo dos actores: comprador y vendedor. Adaptar esos sistemas B2C a un entorno B2B consiguientemente es muy complejo y suele ser frustrante.

La automatización de la Gestión de Ventas en un entorno B2B requiere de un sistema que permita:

- **El registro** de clientes, oportunidades, contactos y ofertas.
- **La gestión y control de tareas -realizadas y pendientes- y la documentación asociada a ellas**, que se requieren en el proceso de venta relacionadas a inspecciones,



evaluaciones técnicas, diseños, aprobaciones de montos y descuentos con la identificación concreta de responsables, tiempos asignados y documentación generada.

- **El control de ofertas y sus diferentes versiones que se generan por cambios en cantidades o montos** (descuentos), cambios en el diseño de sistemas o componentes de equipos y/o características de los servicios ofertados.

- Considerando que el 90% de la interacción por los clientes se realiza por correo electrónico, **es vital contar con una integración del sistema de Gestión de Ventas con el correo electrónico para registrar en la oportunidad correcta el documento pertinente o el correo en sí**, que inclusive puede ser la aprobación de una oferta o, adicionalmente, crear una tarea con su respectivo responsable.

- **Métodos analíticos para evaluar -inclusive gráficamente- el cumplimiento de los presupuestos de venta** por vendedor, línea de negocio, sucursal etc. el estado de las oportunidades y su factibilidad.

- Debido a que muchos negocios entre empresas a veces implican complejos métodos de pago, **es necesario disponer de una herramienta para dar seguimiento, en una oportunidad ganada, de los compromisos de pago adquiridos por el cliente.**

- Considerando que las empresas-cliente se encuentran muy dispersas en el área geográfica de cobertura, es importante **disponer del acceso a la información desde cualquier punto con acceso a internet para ingresar información relacionada a la oportunidad de negocio** -visitas, presentaciones, tareas, actualización del estado de la oportunidad entre otras.

Un efectivo sistema de
Gestión de Ventas en un entorno B2B,
faculta a la organización al
cumplimiento sus objetivos institucionales
entre los que se cuenta la
gestión ejecutiva de las ventas
a clientes estratégicos

DECISIÓN c.a. con más de 44 años de experiencia en los negocios B2B ha creado una solución de software denominada decisioncloud Gestión de Ventas que permite la administración, gestión y control eficiente de los procesos de venta con el objeto de generar información estructurada que aporte a mejorar los índices de, eficiencia y productividad.

Esta solución de software se ofrece como un servicio en la nube, opera 24 horas por día y 7 días a la semana, es parametrizable para adaptarse a diferentes entornos de venta. Se accede con una conexión de internet desde cualquier dispositivo móvil y opera en Amazon Web Services.

Más información en : www.decision.com.ec/decisioncloud-gestion-servicios/

Desarrollado por :



(593 2) 234 6880

contactenos@decision.com.ec

WWW.DECISION.COM.EC