



Plantilla de evaluación del software de SFA

Encuentra tu solución de SFA con esta plantilla fácil de usar.



Cómo usar esta plantilla

La inversión en la solución de SFA adecuada te ayudará a aumentar los ingresos, recortar los gastos operativos y potenciar el rendimiento de TI, pero con tantas opciones disponibles, ¿qué criterios de selección usarías para tomar la mejor decisión para ti y tu empresa?

Como las distintas soluciones de SFA ofrecen cosas diferentes, se ha diseñado esta plantilla para ayudarte a elegir la SFA adecuada para tu empresa.

Para usar esta plantilla, debes hacer lo siguiente:

Paso uno:
Elige entre 2 y 4 proveedores de SFA que quieras evaluar:

| | Nombre del proveedor de CRM |
|---|--|
| 1 | Zendesk Sell, https://zendesk.es/sell |
| 2 | |
| 3 | |
| 4 | |

Paso dos:
Lee cada capítulo y asigna una puntuación a cada proveedor según las siguientes descripciones:

| Puntuación | Descripción |
|------------|--|
| 4 | Satisface y supera nuestras necesidades |
| 3 | Satisface nuestras necesidades |
| 2 | Es posible que no satisfaga nuestras necesidades |
| 1 | No satisface nuestras necesidades |
| 0 | No es aplicable |

Paso tres:
Completa la tarjeta de puntuación para saber la puntuación total de cada proveedor de SFA. Evalúa a los proveedores con las puntuaciones más altas.

| Proveedor | 1 | 2 | 3 | 4 |
|------------------------------|---|---|---|---|
| Coste anual | | | | |
| Implementación | | | | |
| Movilidad | | | | |
| Integración | | | | |
| Métricas e información | | | | |
| Adopción | | | | |
| Automatización | | | | |
| Adaptabilidad | | | | |
| Capacidad de personalización | | | | |
| Acceso a los datos | | | | |
| Atención al cliente | | | | |
| Total | | | | |

01

¿Por qué quieres una solución de SFA?

En primer lugar, antes de decidirlo, es importante entender **por qué** tu empresa necesita una SFA. Es importante tener en cuenta que la SFA hace referencia tanto a la forma en la que te acercas y te relacionas con tus clientes, así como al software que usas para llevar un registro de ellos. Una estrategia de SFA bien planeada junto con la tecnología correcta son una combinación muy poderosa, pero ¿qué objetivos quieres alcanzar con una SFA?

- ¿Centralizar tu empresa y mejorar la organización?
- ¿Generar ventas e información comercial importantes que aumenten tu rentabilidad?
- ¿Tener un historial de contactos, clientes potenciales, tratos y conversaciones?
- ¿Hacer crecer tus operaciones y ser más productivo?

Sean cuales sean tus objetivos, anótalos. Esto te permitirá tener los pies en la tierra durante todo el proceso de selección y te recordará el motivo por el que estás invirtiendo en un software de SFA. También podrás evaluar mejor tus opciones si sabes cuáles son tus objetivos.

Objetivos de SFA

02

¿Cuál es el coste anual de una SFA?

Bien, ahora que hemos establecido que realmente tienes un buen motivo para invertir en una SFA, vayamos al grano. Dado que el coste no debería ser el único aspecto a tener en cuenta a la hora de comprar una solución de SFA, es importante saber si realmente puedes permitirte los servicios de SFA que estás evaluando.

Normalmente, los sistemas SaaS de SFA son ideales porque no requieren una cuota inicial y te permiten pagar de forma mensual, por lo que puedes controlar el flujo de efectivo.

SaaS significa *software como un servicio*. SaaS permite que los suscriptores accedan a las aplicaciones del software sin invertir en servidores ni pagar derechos de licencia. Todo está incluido en la tarifa de suscripción, hasta las actualizaciones y las mejoras del software. Usar un servicio SaaS facilita la tarea de administración, ofrece actualizaciones y gestión de parches automáticas, garantiza la compatibilidad, potencia la colaboración y brinda acceso a los usuarios desde cualquier dispositivo con conexión a Internet.

Cómo calcular el coste anual total:

$$\text{Número de usuarios} \times \text{Coste mensual} = \text{Coste anual}$$

En primer lugar, necesitas determinar cuántas personas usarán la SFA en tu empresa; luego, visita el sitio web de la empresa que estás evaluando para determinar la tarifa mensual de suscripción o ponte en contacto con ella directamente.



Tarjeta de puntuación

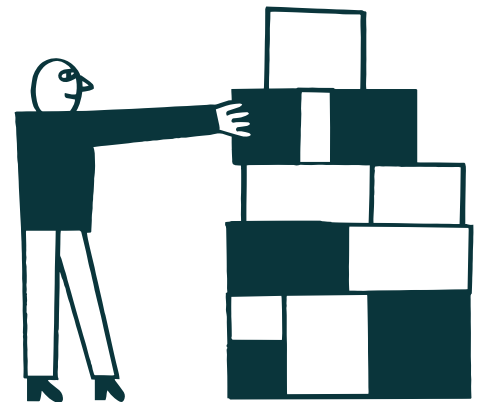
Toma nota del coste anual de cada proveedor de SFA evaluado para poder tener una referencia de las previsiones de costes al finalizar cada proceso. Además, asigna una puntuación a cada proveedor de conformidad con tu presupuesto. Puedes encontrar una referencia sobre la puntuación asignada a cada calificación entre 0 y 4 en la página 2.

| Proveedor | Coste anual | Puntuación de coste asequible (0-4) |
|-----------|-------------|-------------------------------------|
| 1. | | |
| 2. | | |
| 3. | | |
| 4. | | |
| 5. | | |

03

¿Cuánto tiempo lleva implementar una SFA?

¿En cuánto tiempo quieres o necesitas que tu SFA esté instalada y empiece a funcionar? Algunos sistemas de SFA tardan más tiempo en implementarse que otros. ¿De qué sirve una SFA por la que tengas que esperar casi un año para usarla? Asegúrate de preguntarle a tu proveedor de SFA cuánto tiempo espera que dure la implementación. No te olvides de tener en cuenta tus propias políticas de oficina, las temporadas con más trabajo y otros eventos que puedan interferir en una implementación y adopción en tiempo y forma. Recuerda, tu trabajo no acaba en el momento en el que la SFA empieza a funcionar, sino cuando tu equipo la utiliza efectivamente.



Geoffrey James, un escritor de ventas popular de Inc.com, compartió [12 reglas para una implementación de SFA satisfactoria](#). Proporcionó algunos consejos útiles para garantizar que la implementación de tu sistema de SFA sea satisfactoria.

¿La implementación tiene un coste adicional?

Algunos sistemas de SFA tienen un coste adicional de implementación, mientras que otros son fáciles de configurar y no requieren dichos costes. Este último tipo de implementaciones no causa problemas y, por lo general, son los preferidos. La mayoría de los proveedores no ofrece ningún tipo de servicio de implementación y, generalmente, deriva a los nuevos clientes a uno o más especialistas de implementación externos. En el caso de las empresas de todos los tamaños, pero especialmente para el caso de empresas pequeñas y emergentes, hay que evitar las implementaciones de SFA costosas. Puedes encontrar soluciones excelentes que son gratis o tienen un coste de implementación bajo.

Tarjeta de puntuación

Toma nota de la fecha en la que quieras tener tu SFA completamente implementada. Además, ten en cuenta los costes de implementación y los posibles contratiempos.

| Proveedor | Puntuación de implementación (0-4) |
|-----------|------------------------------------|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |

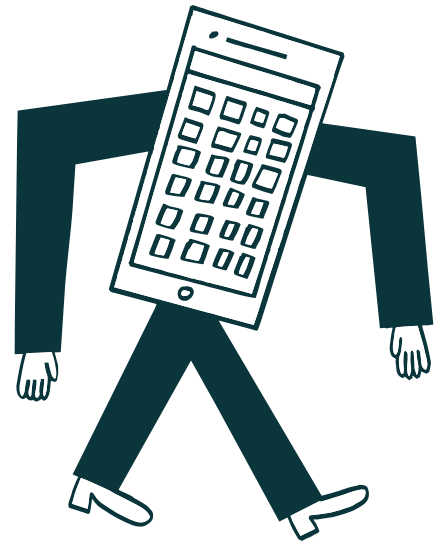
04

¿Qué importancia tiene la movilidad para tu equipo?

Una SFA que funciona mientras estás sentado en tu escritorio no necesariamente funcionará en cualquier otro lugar, como en el campo o en un avión. **La movilidad es un factor clave a la hora de elegir una SFA**, ya que te permite una experiencia fluida ya sea en el escritorio o en el móvil.

Al comprar un sistema de SFA, busca la solución que satisfaga las necesidades de tu equipo, sin importar dónde se encuentre. Busca un sistema que sea de fácil acceso en un avión, desde la oficina, en el campo o incluso si trabajas sin conexión. Un sistema de SFA que sea accesible en situaciones relacionadas con el trabajo de un representante marca la diferencia en lo que concierne a la adopción por parte del usuario.

- ¿La SFA ofrece aplicaciones móviles nativas para iOS, Android o Windows?
- ¿La experiencia es fluida entre el escritorio y el móvil?
- ¿La SFA se sincroniza automáticamente y, por tanto, garantiza que la información esté actualizada en todo momento?
- ¿La SFA funciona sin conexión?



Tarjeta de puntuación

Evalúa la importancia de la movilidad para tu negocio en relación con cada proveedor de SFA a continuación.

| Proveedor | Puntuación de movilidad (0-4) |
|-----------|-------------------------------|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |

05

¿Se integra con las herramientas que usas actualmente?

Un sistema de SFA no es el único software que utiliza tu empresa. Elige una SFA que se integre con las herramientas que tu empresa usa actualmente y conviértela en un recurso flexible para todas tus obligaciones. A continuación, presentamos algunos puntos clave a tener en cuenta:

1. ¿Con qué herramientas de marketing por correo electrónico se integra la SFA?
2. ¿Ofrece integraciones con redes sociales?
3. ¿Qué ocurre con sistemas de almacenamiento de documentos, como Dropbox y Google Drive?
4. ¿Puedes adjuntar o crear facturas, ofertas y presupuestos de ventas?
5. ¿Cuáles son las herramientas clave o programas con los que necesitas que trabaje la SFA?

Es importante saber qué integraciones son imprescindibles en tu empresa. Asegúrate de que la SFA que elijas pueda conectarse con tu herramienta preferida, o que al menos ofrezca un reemplazo similar.



Tarjeta de puntuación

En función de las integraciones que tu equipo necesita, califica a los proveedores de SFA según sus opciones y facilidad de integración.

| Proveedor | Puntuación de integración (0-4) |
|-----------|---------------------------------|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |

06

¿Cubre las necesidades de gestión de informes o de información?

Los datos que pueden obtenerse a partir de un sistema de SFA son tan válidos como los datos introducidos. Si solo la mitad de tu equipo utiliza tu SFA, ¿cuán buenos son tus datos? Piensa en las métricas que, como gerente, necesitas ver, y asegúrate de que el sistema de SFA que elijas te proporcione esa información fácilmente. Algunos de los informes importantes que deben tenerse en cuenta son los siguientes:

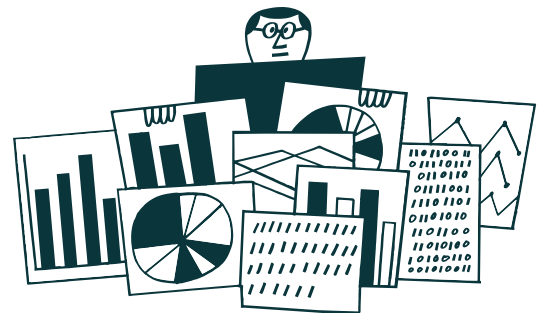
Análisis de embudo de ventas: el informe de análisis de embudo de ventas indica dónde se encuentra tu equipo en todos los puntos de tu pipeline y lo que tu empresa puede perder o ganar.

Informe de volumen de tratos entrantes: este informe desglosa el número de tratos registrados durante un periodo de tiempo y el porcentaje del total de tratos.

Previsión de ventas: el informe de previsión de ventas te dirá el valor total de todos los tratos en curso y estimar los ingresos de tu empresa de forma realista.

Objetivos de ingresos de ventas: establece y hace un seguimiento de los objetivos de ingresos individuales y de equipo en un período de tiempo determinado.

Tratos ganados: este informe indica el número de tratos ganados por miembro del equipo, durante cualquier período de resolución que elijas.



Tarjeta de puntuación

Después de pensar qué información necesitas que te proporcione tu SFA, asigna una puntuación a cada proveedor de SFA según sus opciones de informes.

| Proveedor | Puntuación de métricas (0-4) |
|-----------|------------------------------|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |

07

¿Tu equipo realmente usará la herramienta?

“La adopción debe hacerse en el 100% del equipo”.

En 2015, las ventas de SFA basadas en SaaS crecerán a 6 300 millones de USD. Con tanto dinero invertido en SFA, es momento de abordar una preocupación alarmante que podría obstaculizar tu estrategia de SFA: una tasa de adopción baja. Busca una solución de SFA que promueva la adopción por parte del usuario. Encuentra un proveedor de SFA que minimice los problemas para que tu equipo la utilice realmente.

En primer lugar, evalúa estos tres factores para medir la adopción:

Movilidad

¿A cuántos vendedores conoces que solo trabajan cuando están en su oficina con el ordenador de sobremesa? Al comprar un sistema de SFA, busca la solución que satisfaga las necesidades de tu equipo, sin importar dónde se encuentre. Un sistema de SFA que sea accesible en situaciones relacionadas con el trabajo de una persona marca la diferencia en lo que concierne a la adopción por parte del usuario.

Sin introducción de datos

Aunque los datos de tu sistema SFA son valiosos, no lo son tanto como para que la introducción de los datos sea más importante que la venta que crea los datos. En la medida de lo posible, automatiza el registro de llamadas, la sincronización del correo electrónico y otras tareas. No conviertas a tus mejores vendedores en mecanógrafos.

Experiencia del usuario (UX, por sus siglas en inglés)

Nadie quiere trabajar con un sistema de SFA complicado que requiera demasiados campos. El objetivo de los sistemas de SFA es producir beneficios. No por su simple existencia, sino porque hacen que el ciclo de ventas sea fluido y hacen un seguimiento de las tareas y los datos relevantes con el objetivo de cerrar tratos. Busca el sistema de SFA que ofrezca una experiencia del usuario buena que automatice las tareas cuando sea posible y envíe recordatorios a tu teléfono.

Si buscas más consejos sobre cómo alcanzar el 100 % de adopción, [este es un buena forma de empezar](#).

Tarjeta de puntuación

Asigna a cada proveedor de SFA una puntuación basada en la promoción de la adopción por parte del usuario.

| Proveedor | Puntuación de adopción (0-4) |
|-----------|------------------------------|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |

08

¿Cómo crees que automatiza las tareas este sistema?

A raíz del tema del Capítulo 7, asegúrate de que la adopción no sea un problema con tu sistema de SFA. Una manera de mitigar el riesgo de adopción es asegurarse de que el sistema de SFA que elijas sea capaz de automatizar ciertas tareas y, de esa forma, reducir la redundancia y ayudar a tu equipo a utilizarlo realmente.

Registro de llamadas

Tomar notas de una llamada telefónica es una gran pérdida de tiempo si luego tendrás que introducirlas en el sistema de SFA. Busca un sistema de SFA que te permita llamar a tus contactos, clientes potenciales y tratos directamente desde la web o desde la aplicación móvil. Algunos sistemas de SFA te permiten configurar una línea especial para cada usuario de manera que las llamadas de los clientes puedan atenderse directamente en el sistema SFA. ¿Qué sucede con la grabación de llamadas? Las leyes varían según el estado, pero algunos sistemas de SFA tienen incorporada la función de grabación para que puedas consultar las conversaciones importantes.

Recordatorio de tareas

Estás ocupado y necesitas ayuda para estar al tanto de todo lo que sucede. Esta es la razón por la que estás invirtiendo en un sistema SFA, ¿no? Encuentra un sistema de SFA que colabore con tu equipo al asignarle tareas y establecer plazos para llevarlas a cabo.

Automatización de correo electrónico

Es probable que ya envíes correos electrónicos en una plataforma externa como Outlook o Gmail. Busca una solución de SFA que ofrezca una integración completa del correo electrónico para ahorrar tiempo conectando automáticamente todos los correos electrónicos de los contactos, los clientes potenciales y los tratos.

Tarjeta de puntuación

Asigna una puntuación a los posibles proveedores de SFA según su capacidad de automatizar tareas.

| Proveedor | Puntuación de adopción (0-4) |
|-----------|------------------------------|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |

Si tu empresa tiene fines lucrativos, deberías pensar en una solución de SFA que pueda crecer contigo. No querrás tener que pasar por todo este proceso nuevamente el año que viene, ¿verdad?

Las empresas de todos los tamaños tienen clientes que gestionar, ventas a las que hacer el seguimiento y equipos que coordinar. Necesitas una solución SFA cuya implementación y uso sean fáciles, pero a la vez debe ser lo suficientemente inteligente y potente como para favorecer tus resultados y crecer contigo.

Algunas cosas que debes tener en cuenta son las siguientes:

Permisos: ¿El sistema de SFA ofrece permisos de usuario y funciones de gestión de equipos de última generación? Si tu equipo es grande o está muy estructurado, querrás asignar conjuntos de permisos diferentes a usuarios distintos. Por ejemplo, tus representantes quieren centrarse en los datos de los clientes más relevantes para sus actividades (así como en la verificación de las comisiones), mientras que los gerentes pueden necesitar ver los datos de todos los miembros de su equipo. Busca un sistema de SFA que te permita asignar visibilidad a las personas, equipos, superiores, divisiones según te convenga.

Geolocalización: Algunos sistemas modernos de SFA ofrecen una función de geolocalización, que te permite ver tus contactos, clientes potenciales y tratos en un mapa. Además, te permiten llegar hasta ellos mediante indicaciones de cómo hacerlo con un solo toque. Como gerente de ventas, tendrás mucha más información sobre la segmentación del mercado. ¿Cómo saber si necesitas contratar a un gerente de ventas adicional para la zona centro-oeste? Puedes ver el número de cuentas por territorio en comparación con el número de gerentes de ventas para decidir cómo dar el mejor servicio a tus clientes.

Coste para crecer: que un sistema de SFA funcione actualmente para tu empresa no significa que lo hará el año que viene o en cinco años. Piensa cómo crecerá el sistema de SFA al igual que lo hace tu empresa. ¿La herramienta sirve para empresas de todos los tamaños? Cuando tomes la decisión final, busca un sistema de SFA que te acompañe por mucho tiempo.

Tarjeta de puntuación

Asigna una puntuación a los posibles proveedores de SFA según su capacidad de crecer al igual que tu empresa.

| Proveedor | Puntuación de la capacidad de crecimiento (0-4) |
|-----------|---|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |

10

¿Podrás modificarla fácilmente?

Tu empresa es única. Asegúrate de que el sistema de SFA que elijas puede adaptarse. Por ejemplo, el ciclo de ventas de un agente inmobiliario es diferente al ciclo de ventas de una agencia creativa. Busca una solución de SFA que te permita personalizar tus etapas de ventas y añadir campos, filtros y etiquetas personalizadas para que sea útil en tu empresa.

Etapas de ventas

Busca una solución SFA que también ofrezca un seguimiento de los clientes potenciales y etapas de ventas totalmente personalizables. Si volvemos a utilizar el ejemplo de la agencia inmobiliaria en comparación con la agencia creativa mencionado anteriormente, si fueras el director de desarrollo de nuevos negocios de la agencia creativa XYZ, no elegirías un sistema de SFA específico de bienes raíces porque quieres esquematizar tu ciclo de ventas de una manera que tenga para tu empresa.

Filtrar y ordenar

A menudo, hay que obtener lotes de clientes usando variables distintas a la empresa o el nombre. El uso de filtros es la función que utilizas para definir los criterios de búsqueda y llevar a cabo tu búsqueda de SFA. Los filtros son los puntos de datos que tu SFA utiliza para obtener la información que necesitas. La clasificación determina el orden en el que se presentan los resultados de la búsqueda.



Tarjeta de puntuación

Asigna una puntuación a los proveedores de SFA según la facilidad de adaptar la herramienta a tu empresa.

| Proveedor | Puntuación de personalización (0-4) |
|-----------|-------------------------------------|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |

11

¿Es fácil importar y exportar los datos?

Si ya estás usando un sistema de SFA y quieres cambiar de proveedor, una gran preocupación es no saber cómo sacar los datos de un sistema e introducirlos en otro.

Como los datos son un activo comercial tan importante, no se puede pasar por alto esta cuestión. A continuación, presentamos algunos puntos clave a tener en cuenta:

- ¿Es necesario recurrir al departamento de TI para importar y exportar los datos o el usuario lo puede hacer por sí mismo?
- ¿Puedes ejecutar tu sistema actual y el sistema al que te quieres cambiar de forma simultánea?
- ¿Con qué nivel de éxito documenta la empresa el proceso de importación o de exportación?

Tarjeta de puntuación

Asigna una puntuación a los potenciales proveedores de SFA según lo fácil que sea trabajar con tus datos.

| Proveedor | Puntuación de acceso a los datos (0-4) |
|-----------|--|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |

12

¿Es fácil importar y exportar los datos?

Es importante recordar que cuando eliges un sistema de SFA, no solo estás eligiendo un producto, sino también un proveedor clave. ¿Cómo calificarías tus interacciones con cada empresa que estás evaluando? ¿Cómo es el servicio de atención al cliente y las opciones de soporte una vez que ya hayas implementado y hayas empezado a utilizar la herramienta? Algunas empresas pueden tratar de venderte un producto para luego olvidarse de ti cuando ya eres un cliente. Asegúrate de seleccionar el proveedor adecuado que te guíe en el camino hacia el éxito en temas de SFA.

Tarjeta de puntuación

Asigna una puntuación a los proveedores de SFA según la calidad de su servicio de atención al cliente.

| Proveedor | Puntuación de la atención al cliente (0-4) |
|-----------|--|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |

Descubre Zendesk Sell

Esperamos que esta plantilla gratis te sea útil. Estás en camino de encontrar el sistema de SFA adecuado para ti. En tu búsqueda, no olvides añadir Zendesk Sell a tu lista de soluciones favoritas.

Zendesk Sell, el futuro de las soluciones SFA, es una herramienta intuitiva y fácil de usar que se configura en pocos minutos.

¿Te gusta? Para obtener más información, visita zendesk.es/sell y regístrate para tener acceso a una versión de prueba gratuita.

