

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción.....	1
2. Antecedentes.....	2
2.1 Mercado SaaS.....	2
2.2 Adereso.....	3
2.3 Área de ventas.....	5
3. Justificación del problema.....	6
3.1 Contexto del problema.....	6
3.2 Problema identificado.....	6
4. Objetivos.....	8
5. Marco conceptual.....	9
5.1 Definiciones.....	9
5.2 Pipeline de ventas.....	9
5.3 Metodología de ventas.....	10
5.4 Gestión de procesos.....	10
5.5 Rediseño de procesos.....	11
5.6 Patrones de procesos de negocios.....	12
6. Análisis de la situación actual (Metodología).....	14
6.1 Procesos involucrados.....	14
6.1.1 Prospección inicial.....	14
6.1.2 Secuencia y cadencia.....	15
6.1.3 Segunda evaluación de la oportunidad.....	18
6.1.4 Proceso de venta.....	19
6.1.5 Bases de datos.....	20
6.2 Problemas detectados.....	24
6.2.1 Gestión de datos.....	24
6.2.2 Funciones mal distribuidas.....	25
6.2.3 No existen etapas para prospección.....	25
6.2.4 Secuencias de correos poco robustas.....	26
6.2.5 Metodología de ventas poco fortalecido.....	26
6.2.6 Operaciones en su mayoría manuales.....	27
6.2.7 Falta de métricas para estrategias.....	27
7. Soluciones propuestas.....	29
7.1 Implementación de herramientas tecnológicas.....	30
7.2 Redistribución de las funciones entre el Marketer y SDRs.....	37
7.3 Creación de estados para prospección.....	38
7.4 Rediseño de secuencias.....	40
7.5 Análisis e implementación de metodología de ventas.....	41
7.6 Automatización de procesos a partir de herramientas.....	43
7.7 Creación de métricas estratégicas.....	44
7.8 Riesgos de implementación de las soluciones.....	46

8. Implementación de las soluciones.....	47
8.1 Implementación de Hubspot.....	48
8.2 Implementación de Outplay.....	59
8.3 Diagrama de MEDDIC para ventas.....	60
9. Resultados de implementaciones.....	67
10. Conclusiones y propuestos.....	70
11. Bibliografía.....	72
12. Anexos.....	73

ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS Y FIGURAS

<i>Tabla 1: Crecimiento del mercado de los softwares a nivel mundial (2020)</i>	2
<i>Tabla 2: Pérdida de oportunidades de negocios de Adereso</i>	7
<i>Tabla 3: Resultados prospección de primer y segundo trimestre del año 2021</i>	18
<i>Tabla 4: Problemas, soluciones, y métricas asociadas</i>	29
<i>Tabla 5: Comparación de plataformas CRM</i>	33
<i>Tabla 6: Estados propuestos para la prospección</i>	38
<i>Tabla 7: Rediseño de secuencia general</i>	40
<i>Tabla 8: Resultados esperados tras automatizaciones</i>	44
<i>Tabla 9: Ventajas y desventajas de las soluciones propuestas</i>	46
<i>Tabla 10: Columnas importadas a Hubspot</i>	48
<i>Tabla 11: Resultados y comparación antes y después de rediseño</i>	67
<i>Tabla 12: Resultados prospección por trimestre de 2021</i>	69
<i>Gráfico 1: Crecimiento de Adereso hasta 2020</i>	3
<i>Gráfico 2: Pérdida de oportunidades de negocios de Adereso</i>	7
<i>Figura 1: Organigrama general de la empresa</i>	3
<i>Figura 2: Planes que ofrece Adereso</i>	4
<i>Figura 3: Organigrama del área de ventas</i>	5
<i>Figura 4: Diagrama de flujo Marketer</i>	15
<i>Figura 5: Secuencia manual de correos</i>	16
<i>Figura 6: Diagrama de flujo SDRs</i>	18
<i>Figura 7: Etapas del pipeline de ventas</i>	20
<i>Figura 8: Información de secuencias en hojas de cálculo 1</i>	20
<i>Figura 9: Información de secuencias en hojas de cálculo 2</i>	21
<i>Figura 10: Almacenamiento de negocios calificados</i>	22
<i>Figura 11: Cartera de clientes de Adereso</i>	23
<i>Figura 12: Evolución del uso de plataformas CRM en empresas SaaS hasta 2020</i>	31
<i>Figura 13: Rediseño de los procesos Marketer/SDR</i>	38
<i>Figura 14: Pantalla general contactos</i>	48
<i>Figura 15: Pantalla particular contactos</i>	49

<i>Figura 16: Campos de contactos (ejemplo)</i>	49
<i>Figura 17: Pantalla general empresas</i>	50
<i>Figura 18: Pantalla particular empresas</i>	50
<i>Figura 19: Etapas de pipeline bajo metodología MEDDIC</i>	52
<i>Figura 20: Nuevo pipeline en Hubspot</i>	53
<i>Figura 21: Pantalla particular oportunidades</i>	54
<i>Figura 22: Campos etapa Upside</i>	55
<i>Figura 23: Campos etapa Probable</i>	56
<i>Figura 24: Campos etapa Commit</i>	56
<i>Figura 25: Campos etapas Estimated-in, Won deal & Close deal</i>	57
<i>Figura 26: Vista de secuencias en Outplay</i>	59
<i>Figura 27: Vista de toques en secuencia</i>	59
<i>Figura 28: Diagrama fase creación de oportunidad</i>	61
<i>Figura 29: Diagrama fase análisis de la solución</i>	62
<i>Figura 30: Componentes triángulo de valor</i>	64
<i>Figura 31: Zonas del triángulo de valor</i>	64
<i>Figura 32: Diagrama fase validación de la solución</i>	66
<i>Figura 33: Diagrama fase adquisición del cliente</i>	67

ÍNDICE DE ANEXOS

<i>Anexo A.1: Etiquetas de empresas</i>	73
<i>Anexo A.2: Etiquetas de oportunidades</i>	74