

# Metodología y Gestión de Ventas

Un modelo estructurado  
para eficiencia comercial  
y predictibilidad.



Prueba gratuita

4 for Paint S



# Agenda

1. Planeación de Territorio
2. Etapas del Proceso de Ventas
3. Gestión del Pipeline y Ponderación
4. Forecast de Ventas
5. Herramientas y Buenas Prácticas



Prueba gratuita

**TALENTMIND**  
*Technology*

Creado por Paint S

# Planeación de Territorio

- Segmentación Geográfica o por industria.
- Segmentación por Cliente
- Priorización de cuentas
- Modelos de Cobertura
- Cuotas de ventas y objetivos
- Competencia
- Tecnología y Herramientas



# Etapas del Proceso Comercial

---

1. Prospección: Identificación de leads potenciales

---

2. Calificación: Evaluar criterios como necesidad y presupuesto

---

3. Descubrimiento: Detectar dolores y necesidades

---

4. Propuesta: Mostrar cómo la solución encaja

---

5. Negociación: Ajustes comerciales y manejo de objeciones

---

6. Cierre: Firma y conversión a cliente activo



Prueba gratuita

TALENTMIND

*Technology*

Creado por Paint S

# Gestión del Pipeline y Ponderación

## PIPELINE DE VENTAS



Prueba gratuita

TALENTMIND

Technology

Creado por Paint.S

Cada etapa tiene una probabilidad estándar de cierre:

- Prospección: 10%

- Calificación: 25%

- Descubrimiento: 40%

- Propuesta: 60%

- Negociación: 80%

- Cierre: 100%

Fórmula: Valor × Probabilidad = Valor ponderado

# Ajuste con Inteligencia de Mercado



# Ajuste con Historial de Efectividad



Usar % de cierre real histórico por etapa



Si la etapa 'Propuesta' históricamente convierte al 42%, usar ese valor



Forecast más realista y útil para la toma de decisiones



Prueba gratuita

TALENTMIND  
*Technology*

Creado por Paint S

# Uso Estratégico del % de Cierre Real

- Detectar cuellos de botella

- Priorizar esfuerzos de coaching o recursos

- Ajustar tácticas y materiales por etapa

- Medir y revisar de forma continua



Prueba gratuita

TALENTMIND  
*Technology*

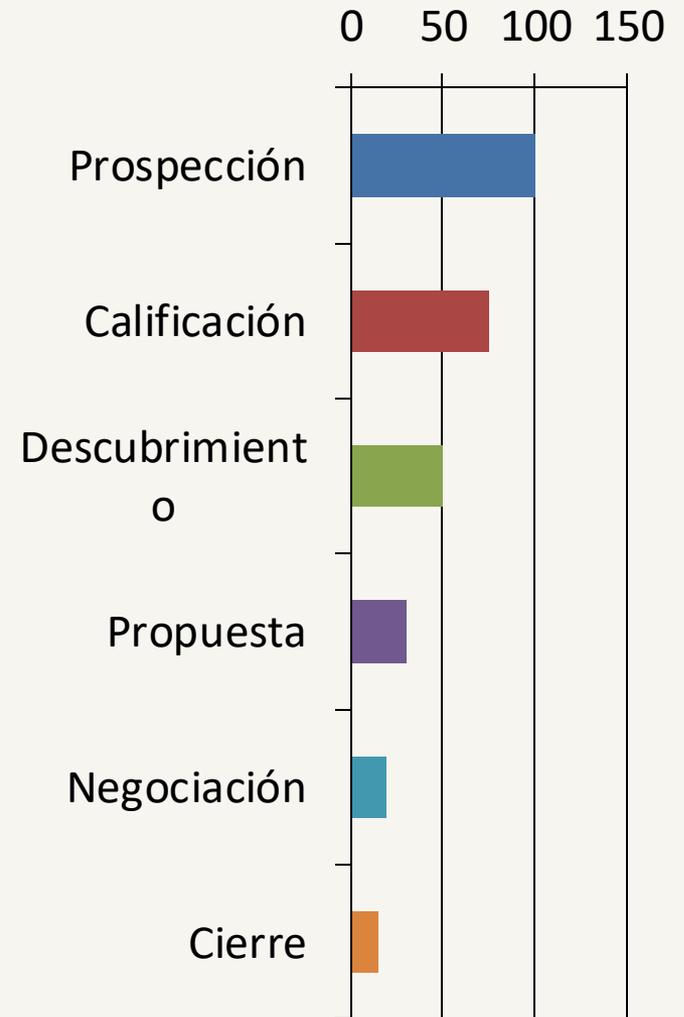
Creado por Paint S

# Embudo de Ventas por Etapa

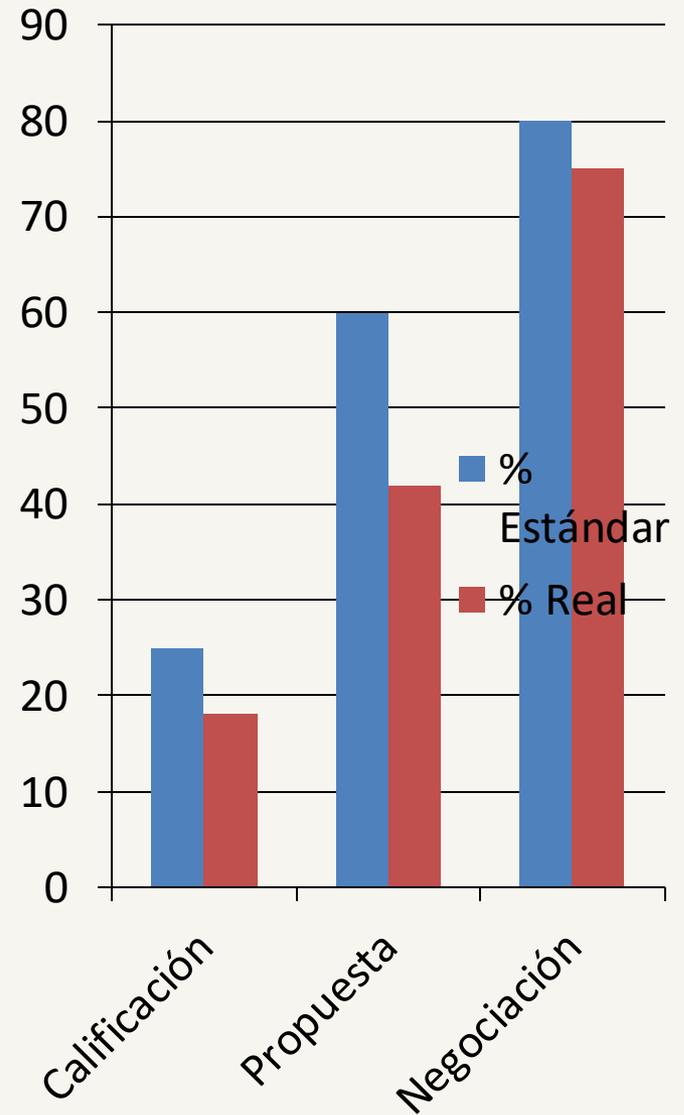


TALENTMIND  
Technology

## Oportunidades



# Desviación: % Estándar vs. % Real

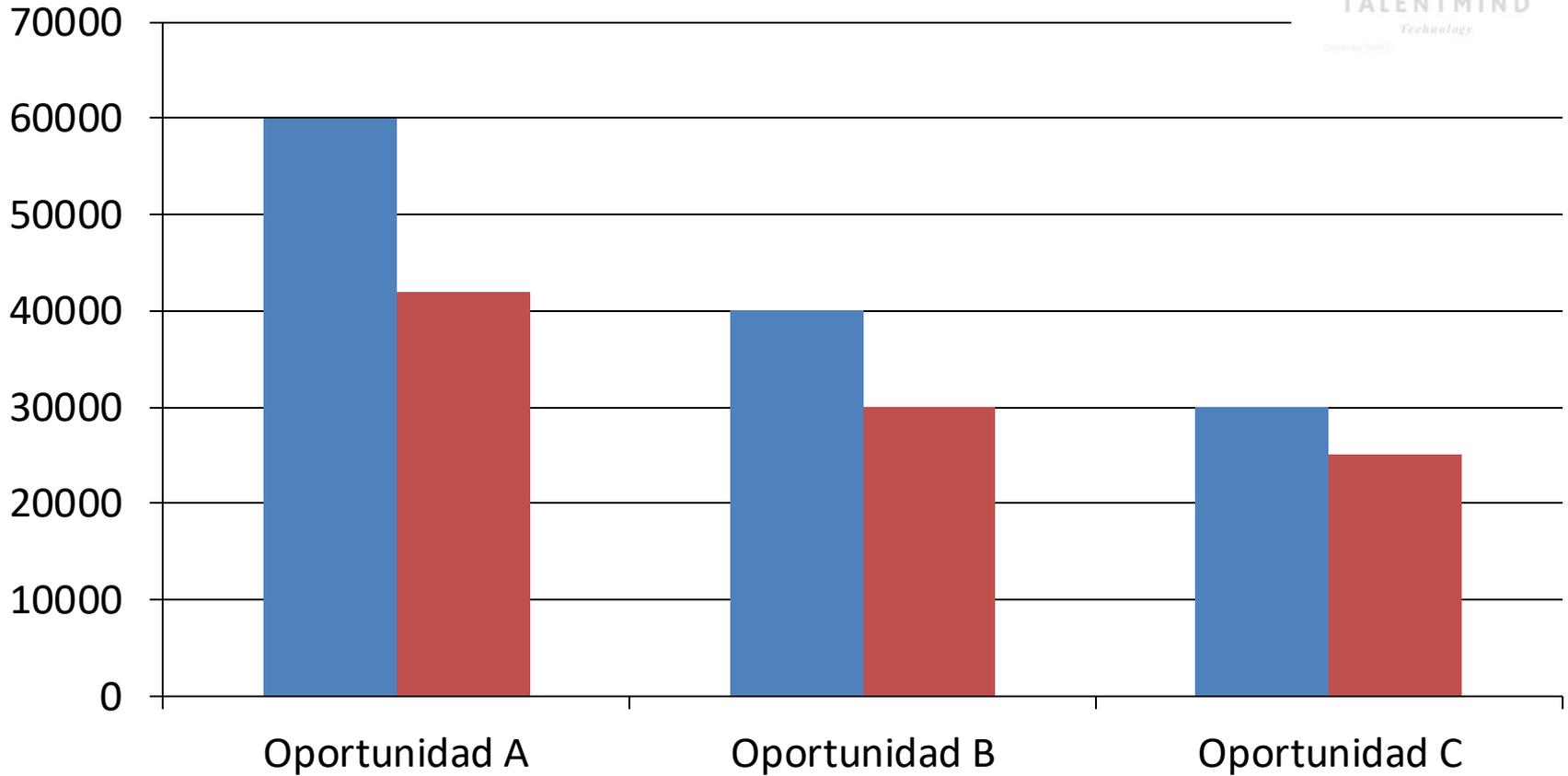


TALENTMIND  
Technology

© 2015 TalentMind



TALENTMIND  
Technology



Forecast Estándar vs. Ajustado

# Mejores Prácticas Comerciales

Establecer rituales: reuniones de pipeline semanales

Auditoría continua del CRM: datos limpios, oportunidades bien clasificadas

Coaching basado en datos reales

Feedback loop entre marketing y ventas

Alineación entre forecast y cumplimiento real



Prueba gratuita

TALENTMIND  
*Technology*

Creado por Paint S

# Mejores Prácticas Comerciales

- Establecer rituales: reuniones de pipeline semanales
- Auditoría continua del CRM: datos limpios, oportunidades bien clasificadas
- Coaching basado en datos reales
- Feedback loop entre marketing y ventas
- Alineación entre forecast y cumplimiento real



Prueba gratuita

TALENTMIND  
*Technology*

Creado por Paint S

# Mejores Prácticas

## Revisión semanal del pipeline y forecast

- Alineación ventas-marketing
- Coaching basado en datos
- Cultura de accountability (seguimiento a compromisos)
- Ciclos de mejora continua (feedback-loop)



Prueba gratuita

TALENTMIND  
*Technology*

Creado por Paint S

# ¿Cómo usarlo para ajustar la estrategia?

## 1. Detectar cuellos de botella

Si el % de cierre en "Propuesta" cae, puede indicar:

- Propuestas genéricas o poco personalizadas
- Falta de entendimiento real del problema del cliente
- Mala calificación inicial



Acción: mejorar presentaciones, usar casos reales, entrenar en demo efectiva

# Las 4 M's de la Prospección

1. Money : Dinero , presupuesto ¿Tienen un presupuesto asignado ? ¿Conoces quien lo aprueba ?
2. Method: ¿Conoces su método de evaluación? ¿Tienen uno? ¿Conoces al tomador de decisión?
3. Motivation : ¿Cuál es el evento o situación que motiva la compra? ( compelling event)
4. Match : Tu producto y/o servicio ¿Son lo que el cliente necesita?



# ¿Cómo usarlo para ajustar la estrategia?

## 2. Reforzar etapas críticas

Etapas con alta pérdida = donde el cliente se desconecta.

Ejemplo:

Si muchas oportunidades se pierden tras la calificación  
→ ¿estamos calificando mal o muy laxo?

Si se pierden en negociación

→ ¿hay rigidez en precios, o falta manejo de objeciones?



### 3. Reasignar recursos

Un vendedor con alta pérdida en una etapa específica necesita:

- Coaching
- Materiales de apoyo
- Revisión de estrategia individual

¿Cómo usarlo para ajustar la estrategia?

# Herramientas de Gestión

CRM: Salesforce, HubSpot, Zoho

Prospección: LinkedIn Sales Navigator, Apollo, Lusha

Automatización y seguimiento: Outreach, Salesloft, Mailchimp

Visualización: Power BI, Tableau

Integración marketing: HubSpot, Marketo



LinkedIn  
SALES NAVIGATOR





Prueba gratuita

TALENTMIND  
Technology

Creado por Paint 5



# Cómo integrarlo a la mejora continua:

Crear dashboards de conversión por etapa

Revisar datos mensualmente

Comparar por segmento, vendedor y tipo de cliente

Ajustar mensajes, materiales y tácticas por etapa



# Resumen

Una metodología de clara y estructurada establece un contexto común a lo largo de la compañía

Si se siguen los pasos de manera disciplinada, se obtienen forecast más precisos y confiables

- Pipeline ponderado por datos reales
- Forecast más preciso con base en historia y mercado
- Indicadores clave para mejora continua

Establece los indicadores clave para la toma de decisiones y la mejor continua

Alineación con la estrategia de la empresa y la ejecución comercial

Alineación entre estrategia y ejecución comercial

# Próximos Pasos

1. Diagnóstico de la metodología de ventas y plan de territorio
2. Implementar dashboard de etapas y efectividad, estableciendo una nomenclatura en común
3. Ajustar CRM para reflejar % históricos
4. Capacitación en calificación , elaboración de propuesta y negociación y manejo de objeciones
5. Revisión mensual de desvíos por etapa
6. Alineación continua entre ventas y marketing

