

| Gestión de Oportunidades | Gestión de Equipos Comerciales | Seguimiento de la relación con clientes | Gestión de Asociados Comerciales | Análisis y Auditoría de la Actividad Comercial |
|---|---|---|---|--|
| Diseño de las estrategias comerciales | Definición y seguimiento de funciones dentro de los equipos de venta | Gestión de la base de contactos de clientes actuales y potenciales | Definición y control de la estrategia comercial | Análisis de la relación con clientes |
| Argumentos de venta, ventajas, necesidades y motivaciones | Definición de roles en el diseño y ejecución de la estrategia de venta | Organización y clasificación de cuentas y contactos | Gestión de Programas de asociación comercial | Oportunidades en fase de venta conceptual, análisis y diseño |
| Definición de objetivos concretos de cada fase y tarea | Gestión de responsables por cliente, sector de actividad u oportunidad de venta | Calificación motivacional de los interlocutores | Gestión de Canales de distribución | Oportunidades en fase de negociación técnica o económica |
| Battlecards de los competidores | Intervenciones parciales y remotas en la oportunidad de venta | Seguimiento de la actividad realizada | Definición de Partners, Asociados y Asesores de Negocio | Oportunidades en fase de negociación contractual |
| Definición y seguimiento de la relación estrategia comercial - estrategia contractual | Automatización y control de tareas y reuniones | Cualificación de oportunidades de venta | Modelos de contrato | Oportunidades cerradas y Servicios postventa |
| Automatización y gestión del ciclo de vida de las oportunidades de venta | Gestión de calendarios personales y por equipos comerciales | Ofertas presentadas con anterioridad | Objetivos de negocio conjunto e individual | Estado de las Prospecciones calificadas por gestor |
| Venta conceptual del producto/servicio | Indicadores de volumen de trabajo y ocupación por tipos de actividad de venta | Infraestructuras instaladas | Control del ciclo de vida de las oportunidades de venta | Análisis de las oportunidades de venta |
| Análisis y diseño de las oportunidades de venta | Envío de citas de calendario e integración con Outlook | Campañas y ofertas a las que han respondido | Automatización de las oportunidades de venta conjunta | Apertura de oportunidades y prospecciones comerciales |
| Negociación técnica | Notificaciones automáticas del estado de cada oportunidad y pasos futuros | Seguimiento de los acuerdos de venta | Seguimiento de oportunidades de venta de partners y asociados comerciales | Oportunidades de venta abiertas y/o con oferta |
| Negociación económica | Gestión de costes y gastos asociados | Gestión de contratos presentados | Seguimiento de oportunidades de venta conjunta | Oportunidades de venta pendientes de atender |
| Negociación contractual | Gastos asociados a las distintas oportunidades de venta | Hitos de ejecución de contratos | Gestión de la relación con asociados comerciales | Oportunidades de venta diferidas |
| Control de campañas comerciales | Gastos de administración vinculados a las oportunidades de venta | Hitos de facturación | Control de la relación contractual | Oportunidades de venta cerradas |
| Planificación y Seguimiento de la estrategia de venta | Distribución de gastos por gestores | Emisión de etiquetas | Seguimiento de objetivos y benchmarking | Carga de trabajo de los componentes del equipo de venta |
| Notificaciones automáticas. Prospecciones, aperturas, cierres, ventas desestimadas | Costes internos/externos asociados a la gestión comercial | Partidas económicas asociadas a la venta | | Análisis de los resultados de negocio |
| | | Ampliaciones de acuerdos de venta | | Índice de consecución de resultados |
| | | | | Negocio ofertado por periodos y zonas de venta |
| | | | | Negocio generado en oportunidades de venta |
| | | | | Negocio cerrado en oportunidades de venta |
| | | | | Ratios de éxito económico por oportunidad y por actividad |