

Responsable Comercial

CRM sin Adopción



Integrador de Software ERP · 45 empleados · Bogotá, Colombia

6 semanas · Proceso comercial y adopción real del CRM

EL PROBLEMA

Tres años pagando licencias de un CRM que el equipo usaba por obligación. Solo el 30 % de las oportunidades estaba registrado y el forecast que llegaba a dirección se desviaba un ± 35 %. Cada comercial vendía «a su manera».

ESTRATEGIA APLICADA – MÉTODO ARCO

Análisis

Acompañamos a 5 comerciales durante una semana y analizamos 18 meses de datos del CRM.

Radiografía

El CRM no estaba mal: estaba configurado para dirección, no para quien vende. 23 campos obligatorios, 9 etapas que nadie entendía y ningún beneficio para quien registraba.

Construcción

Pipeline de 5 etapas con criterios de salida claros, campos reducidos a 7, plantillas de email y propuesta integradas y un tablero personal por comercial.

Operación

Reconfiguramos el CRM, depuramos 1.200 oportunidades y acompañamos al equipo 4 semanas con revisión semanal de pipeline.

RESULTADOS PERSEGUIDOS

30 % → 94 %

oportunidades registradas en el CRM

 ± 35 % → ± 8 %

desviación del forecast trimestral

-22 %

duración del ciclo de venta

3 h/semana

ahorradas por comercial en reporting

VOZ TIPO DEL CLIENTE

//

No necesitábamos otro CRM. Necesitábamos que el que teníamos sirviera al que vende. Ahora el equipo lo abre porque le ahorra trabajo.

DOLOR DEL BUYER

CRM sin adopción real · sin previsión fiable

OBJECCIÓN QUE DESACTIVA

«Ya tenemos CRM» / «El equipo no lo va a usar»: sin cambiar de herramienta

FRENTE A

Proveedor de software que solo configura