



¿Cómo vender más utilizando
la tecnología como aliado?

HAULMER

nubox 

Introducción.....	3
El rol de la tecnología en las ventas	4
Beneficios de la tecnología para las ventas	5
4 sistemas que te pueden ayudar a impulsar el rendimiento de las ventas	14
¡Contáctanos!	17

Introducción

Las ventas siempre se han asociado, principalmente, a **las habilidades sociales, la capacidad de persuasión y la creatividad.**

Por supuesto, todos estos elementos son esenciales para desarrollar acciones y campañas estratégicas que permitan construir la demanda que necesita la empresa para superar su punto de equilibrio y crecer. ¡Pero no son los únicos factores claves ni tampoco son suficientes para garantizar el éxito!

Hoy, estas cualidades estratégicas y tradicionales pierden alcance y efectividad si no cuentan con el respaldo, la escalabilidad y el control proporcionado por las tecnologías. La digitalización, la automatización y los nuevos recursos para la gestión empresarial **son indispensables para la conquista de buenos resultados del equipo de ventas.**



En virtud de ello, hemos creado el presente ebook para mostrarte cuál es el papel de la tecnología en las ventas, cómo ayuda a cumplir con los objetivos y qué tipo de soluciones y herramientas impactan de manera positiva a tu empresa y sus procesos de comercialización.

¡Empecemos!

El rol de la tecnología en las ventas

Como en otros ámbitos empresariales, el rol de la tecnología en las ventas está asociado al control, el seguimiento y el trabajo colaborativo.

Por medio de diferentes soluciones y sistemas de información, que conocerás más adelante, los equipos de ventas logran definitivamente digitalizar, estandarizar y sistematizar sus acciones claves.

De esta manera, las planificaciones, decisiones y acciones **son mucho más coherentes y efectivas**, adaptándose tanto a las necesidades concretas de los negocios y el equipo de ventas como a las características de potenciales compradores y clientes habituales.

En conclusión, la función de la tecnología en las ventas es generar una optimización integral que saca el máximo provecho de los recursos disponibles, es decir, datos, información, tiempo, presupuesto y talento humano, entre otros pilares.

Como mencionamos líneas atrás, si no se toman en cuenta las nuevas soluciones y herramientas, todas las aptitudes, cualidades y medios de trabajo pierden alcance y efectividad, por lo cual difícilmente el equipo de ventas será el motor de crecimiento y rentabilidad que necesita todo negocio.

Beneficios de la tecnología para las ventas

Tomando en cuenta el rol de la tecnología en los procesos y las campañas actuales, podemos decir que los principales beneficios que aporta a las ventas son los siguientes:





Mayor conocimiento del público objetivo

Rango de edades, preferencias, patrones de consumo, dispositivos más utilizados, sitios de interés en internet y redes sociales predilectas. Hoy los equipos de venta **disponen de un gran volumen de información referente al público objetivo.**

Con ayuda de sistemas de información y tecnología, estos datos pueden administrarse, actualizarse y distribuirse de forma sencilla, ágil y eficiente para optimizar los procesos de comercialización.

El conocimiento del público objetivo y el óptimo manejo de datos permite —entre otras cosas— personalizar las interacciones, abordar a los usuarios en el momento indicado y, en general, acercarse al potencial comprador con un enfoque preciso y efectivo, orientado al logro y el cierre de ventas.

Trabajo más colaborativo

Las soluciones tecnológicas se convierten en grandes e inteligentes plataformas de trabajo colaborativo.

Estas permiten el acceso de múltiples usuarios autorizados que encuentran toda la información que necesitan para llevar a cabo sus diferentes labores y tomar decisiones mucho más coherentes con base en necesidades y realidades concretas.

Así todos los colaboradores trabajan siguiendo un mismo flujo de información — con elevados niveles de conocimiento— y apuntando a una estrategia única.

Mejores flujos de comunicación

Ya que hablamos de información, no podemos dejar fuera este aspecto tan importante para los equipos de ventas.

Un óptimo flujo de comunicación es esencial para que realmente el equipo trabaje en busca de un bien común y se integren diferentes acciones **que se traduzcan en ventas, oportunidades de negocio y resultados.**

Gracias a las tecnologías, el acceso a los datos de interés se democratiza al mismo tiempo que estas pueden emplearse para interactuar de manera ágil y oportuna.

En estos tiempos de trabajo remoto, el uso de soluciones y recursos que permitan la comunicación digital, flexible y dinámica cobra una importancia especial.

Comprensión de la percepción del cliente

Dentro de las tecnologías para las ventas encontramos softwares y herramientas dedicados exclusivamente a gestionar las relaciones con los clientes para favorecer la retención y **el aumento de los tickets de compra**.

Con ayuda de estos recursos —que obtienen información de sitios de valoraciones, redes sociales y otros medios digitales— podrás saber qué piensa el cliente de tu marca y su servicio.

Basándote en esta información estratégica, tendrás la posibilidad de hacer los ajustes necesarios para mejorar la experiencia y así impulsar las ventas e índices de satisfacción.





Seguimiento de las transacciones

Los equipos de ventas y los negocios en general tienen a su alcance soluciones que facilitan la facturación y el desarrollo de transacciones, además del seguimiento de las mismas desde el momento en que se generan.

Esto no solo **permite el orden contable y el control de los flujos de dinero**, sino que igualmente brinda la posibilidad de vigilar de cerca los ciclos de venta, los aumentos o disminuciones en los montos de las transacciones y los tiempos promedio de pago.

Todas estas informaciones son indicadores de intereses que contribuyen con la toma de decisiones y con la óptima gestión comercial.

Posibilidad de medir ágilmente métricas de interés

Hablando de indicadores, es importante destacar otra cualidad esencial y ya clásica de las tecnologías: el incremento de la capacidad de control debido a la facilidad que brindan para medir y seguir métricas.

En el caso de las ventas, algunos KPIs de interés que podrás analizar ágilmente — con ayuda de los sistemas de información— son los siguientes:

- **Lifetime Value (LTV):** hace referencia al total de ganancias generadas por un cliente durante su relación comercial con la empresa.

- **Ticket promedio de compra:** es el valor promedio que gastan los usuarios en compras y pedidos de los productos o servicios de la marca.
- **Efectividad del cierre de ventas:** es el porcentaje de ventas cerradas del total de propuestas comerciales presentadas.
- **Tasa de conversiones:** se trata del porcentaje de personas que fueron convertidas de prospecto a cliente a raíz de una determinada acción, estrategia o mensaje.
- **Costo de adquisición de clientes:** como su nombre lo refleja, es el promedio del dinero invertido para lograr la adquisición de cada cliente.

Gracias a este tipo de indicadores, el seguimiento de los resultados es mucho más preciso.

Optimización de presupuestos

El dinero invertido en el equipo y los procesos de ventas es un recurso más que optimiza la tecnología.

Al incrementar la efectividad de cada acción e impulsar el máximo rendimiento de cada trabajador involucrado, estrategia y proceso, la inversión en ventas **tendrá un mayor alcance y óptimo retorno**, especialmente en el mediano y largo plazo.

Además, las tecnologías evitan duplicidades, pérdidas de información y otros problemas que al final del día generan gastos extra y pérdida de rentabilidad.



Máximo aprovechamiento del tiempo

El tiempo es uno de los recursos más valiosos para los equipos de venta. Cada hora o minuto representa dinero debido a la inversión en esta área, **además de oportunidades de contactar a usuarios y potenciales compradores.**

Con la tecnología, este elemento fundamental es aprovechado al máximo, pues se pueden desarrollar más acciones y procesos en menor tiempo gracias a la automatización, digitalización y determinación.

Adicionalmente, los índices de efectividad son mayores, por lo cual la repetición de tareas y el ajuste de determinados errores dejan de convertirse en situaciones recurrentes.

Mayor efectividad en el cierre de ventas

Conocer mejor al cliente potencial y tener a mano información valiosa, entre otros beneficios aportados por la tecnología, se ven directamente reflejados en el cierre de ventas.

Sin duda, un equipo que maneje soluciones y herramientas de vanguardia tiene muchos más elementos a su favor para convencer y motivar al usuario a dar el “sí” en el momento en que se hace una propuesta comercial formal.

Mejora de la toma de decisiones

La disponibilidad de datos y la facilidad de seguimiento de cada estrategia y acción son ventajas que **llevan a ejecutivos y gestores a una mejor toma de decisiones.**

La gestión coherente y optimizada es posible gracias a los recursos tecnológicos para el área de ventas.



Mayor enfoque estratégico de vendedores y ejecutivos

Por medio de la tecnología, los ejecutivos y vendedores se liberan de múltiples labores que tradicionalmente realizaban de forma manual, como recolectar datos, enviar notificaciones a clientes o usuarios y calcular indicadores y métricas.

Esta menor carga de trabajo manual les permite enfocarse mucho más en la planeación, la estrategia y la búsqueda de diferenciales que agreguen valor a los procesos e impulsen los resultados.

Mayor integración con el marketing y otras áreas clave

La famosa integración ventas-marketing —**que tanto necesitan los procesos de comercialización para incrementar su alcance**— es otro de los beneficios proporcionado por la tecnología. Con los sistemas de información es mucho más sencillo que estos equipos intercambien datos y alineen sus flujos de trabajo hacia los mismos puntos estratégicos.

Contabilidad, finanzas y otras áreas claves también tienen la oportunidad de conectarse con el equipo de ventas si el funcionamiento es digitalizado e inteligente.

4 sistemas que te pueden ayudar a impulsar el rendimiento de las ventas

Hoy, los equipos de ventas disponen de un amplio abanico de posibilidades cuando se trata de soluciones, herramientas y recursos.

Algunos de los sistemas que destacan son los siguientes:

1. Softwares de facturación electrónica

Se trata de soluciones integrales que modernizan tanto los sistemas de cobro y facturación como la gestión de documentos de interés contable y tributario.

Para el equipo de ventas, esta herramienta es un poderoso recurso para visualizar y seguir las transacciones desde el momento en que se generan.

Además, **un software de factura electrónica permite hacer consultas históricas de comprobantes**. Por ejemplo, es posible verificar la cantidad de transacciones generadas en un determinado mes.

También, esta herramienta es muy funcional para estrategias de ventas en línea, ya que permite facturar a distancia de forma segura y transparente, garantizando una óptima experiencia y promoviendo la estabilidad de las relaciones comerciales.

2. Sistemas de contabilidad

Estos sistemas se integran con las soluciones de factura electrónica y fomentan la digitalización general del área contable. Es una mano amiga cuando se trata de seguimiento de flujos de dinero e ingresos que, entre otras cosas, **centraliza la información necesaria para calcular los tickets promedio de compra.**

Aparte de sus funcionalidades asociadas a las ventas, un sistema de contabilidad también puede integrarse con recursos como los softwares de remuneraciones, lo cual demuestra su amplio alcance en los negocios que quieren reforzar la transformación digital.





3. Softwares CRM

Son softwares de gestión de relaciones con clientes que recolectan y centralizan toda la información referente a la percepción de la marca y sus productos y servicios.

Al saber qué piensan las personas, tanto desde el punto de vista positivo como del negativo, tu equipo de ventas podrá mejorar la comercialización e **impulsar el alcance de las estrategias de atracción, conversión y cierre.**

4. Sistemas ERP

Si bien se trata de soluciones integrales que abarcan todas las áreas de los negocios, cuentan con las características necesarias para ser considerados especialmente relevantes para las ventas al centralizar y optimizar los flujos de información y brindar acceso a datos claves de las operaciones comerciales.

Además, este carácter general lo hace ideal para integrar las ventas con el marketing, la contabilidad y otros departamentos de gran relevancia.

¡Contáctanos!

¡Genial! Al haber llegado hasta este punto, ya conoces cómo la tecnología puede ayudar a tu empresa en la estratégica área de las ventas.

Como mencionamos antes, el incremento del control operacional, la optimización en el manejo de la información y el trabajo colaborativo y eficiente son algunas de las ventajas proporcionadas por las soluciones y herramientas de gestión y administración.

Recuerda que entre estos sistemas altamente efectivos se encuentran, por ejemplo, **los softwares de facturación electrónica y contabilidad.**





Soy Camila Vera—Consultora Digital de Nubox— y estoy lista para atender todas tus dudas e inquietudes. Si quieres conocer nuestros sistemas, visita nuestra [DEMO Page](#).

Para contactarme, puedes enviar un correo electrónico a quierocotizar@nubox.com o hacer clic [aquí](#) para mandar un mensaje por medio de WhatsApp. Podemos también hablar a través de nuestro [Chat Messenger](#), si así lo estimas conveniente.



Soy Juan Acuña —Ejecutivo de ventas Haulmer— y estoy listo para responder a todas tus dudas e inquietudes respecto a cómo nuestras soluciones tecnológicas pueden ayudarte a digitalizar tu negocio.

Para contactarme, puedes enviar un correo electrónico a juan.acuna@haulmer.com o hacer clic [aquí](#) para mandar un mensaje por medio de WhatsApp. Puedes también hablar conmigo u otro ejecutivo a través del [chat](#) de nuestro sitio web y estaremos felices de asesorarte.

Para más información visítanos en Haulmer.com.