

# Módulo S4

## Ventas

### Seguimiento de las métricas



# S4: Objetivos del módulo de seguimiento de las métricas de ventas

*Al final de este módulo*

- *Los participantes sabrán qué es una métrica de ventas y serán capaces de identificar 4*
- *Los participantes conocerán la diferencia entre las métricas de ventas y los KPI*
- *Los participantes sabrán qué es una herramienta de CRM y cómo utilizarla*

# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

Módulo S5

**Tarea previa: 30 minutos**

¿Cómo sabes si tu empresa social tiene éxito?

Piensa en formas de medirlo.



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

Antes de poner en marcha su empresa social, debe saber cómo medir su éxito y saber si está alcanzando sus objetivos y metas.



En las pequeñas empresas, y en muchas de las que empiezan, las mediciones empresariales más comunes son las del **aumento y disminución del flujo de caja**, el número de **clientes** a los que se llega y el coste de **los gastos generales**.



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

El punto de partida fundamental para medir el éxito es empezar a pensar en métricas.

Para medir eficazmente el progreso, es vital contar con métricas claras y estratégicas, así como con sólidas herramientas de recopilación de datos y elaboración de informes.

Sin los números, sólo se hacen suposiciones. El seguimiento de los datos de las métricas es una medición condicional que requiere una atención constante y consistente.



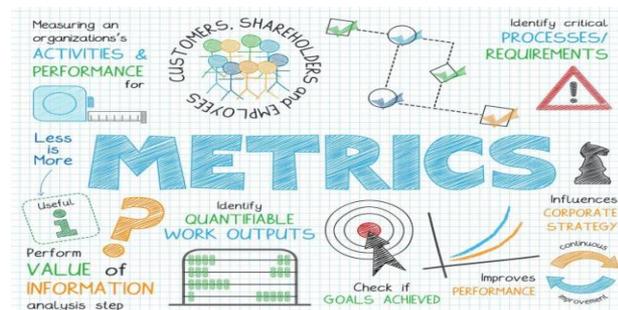
# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

Establecer objetivos cuantificables es una excelente manera de controlar su crecimiento.

Las métricas no sólo tienen que ver con las ventas y los ingresos, sino también con la supervisión de sus propios objetivos y el seguimiento de los progresos, al tiempo que proporcionan otras perspectivas empresariales fundamentales.

Piensa en lo que quieres conseguir con tu empresa social.

<https://www.socialenterprise.org.uk/what-is-it-all-about/>

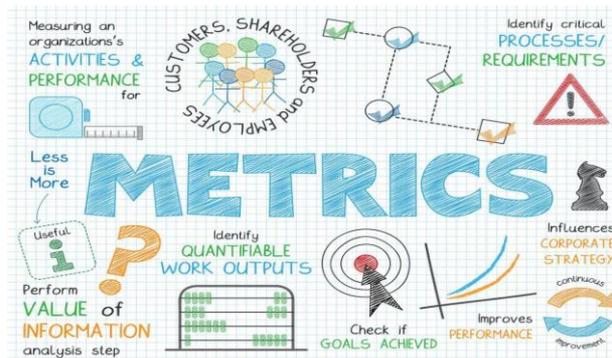


# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

Las empresas sociales son negocios que están cambiando el mundo para mejor. Al igual que las empresas tradicionales, su objetivo es obtener beneficios, pero lo que las distingue es lo que hacen con ellos: reinvertirlos o donarlos para crear un cambio social positivo. Las empresas sociales están en nuestras comunidades y en nuestras calles: desde cafeterías y cines, hasta pubs y centros de ocio, bancos y compañías de autobuses.

[https://youtu.be/Ly1xf6Kx\\_s](https://youtu.be/Ly1xf6Kx_s)

<https://www.socialenterprise.org.uk/what-is-it-all-about/>



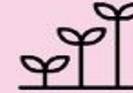
# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

## Economy

**47%** of social enterprises are under five years old



**44%** of social enterprises grew their turnover over the last year



**74%** made a profit or broke even last year



**66%** of social enterprises introduced a new product or service in the last year



## Society

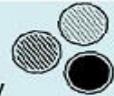
**47%** of social enterprises are led by women



**72%** of social enterprises said that they were a Living Wage employer



**31%** of social enterprises have directors from Black, Asian and Minority Ethnic backgrounds



**22%** of social enterprises operate in the most deprived areas of the UK



## Environmental

**84%**



of social enterprises believe that buying products that are socially responsible and environmentally friendly is as important – or more important – than cost

**20%**



of social enterprises are addressing the climate emergency as part of their core social/ environmental mission

**67%**



of social enterprises have or plan to embed tackling climate change/ climate emergency into their constitution/articles of association

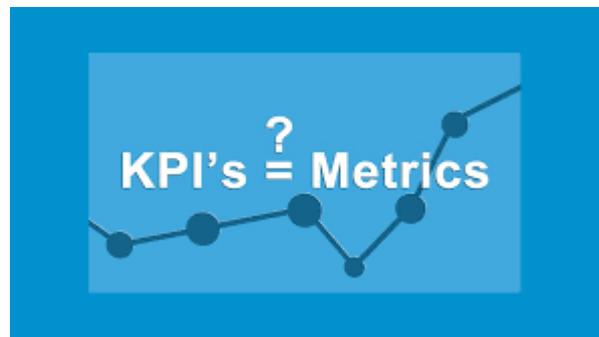


# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

## Métricas de ventas vs Indicadores de Rendimiento de las Ventas (KPI)

Puede ser fácil confundir las métricas de ventas como simples KPI, pero piensa en la geometría escolar cuando descubrió que todos los cuadrados son paralelogramos, pero no todos los paralelogramos son cuadrados.

Es hora de aplicarlo a los negocios, ¿por qué? Porque, esencialmente, los KPIs y las métricas tienen una relación similar. Todos los KPIs son métricas, pero no todas las métricas son KPIs.



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

## Métricas de ventas vs Indicadores de Rendimiento de las Ventas (KPI)

Aunque están relacionadas, las métricas de ventas y los indicadores clave de rendimiento (KPI) no son lo mismo.

Las métricas de ventas miden el rendimiento y las actividades relacionadas con las ventas de una persona, un equipo o una empresa durante un periodo de tiempo.

Los KPI son un tipo de métrica que se utiliza para medir el rendimiento con respecto a los objetivos estratégicos.

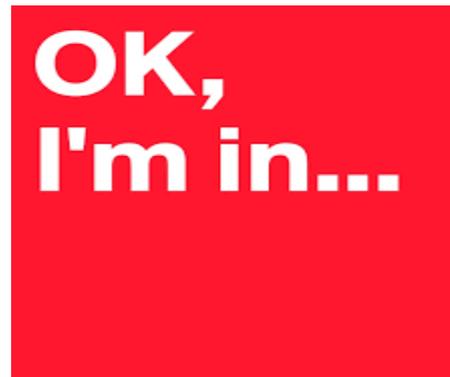
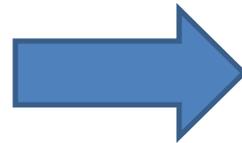
<https://www.brightgauge.com/blog/understanding-kpis-and-metrics>



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

Las métricas de rendimiento de ventas son puntos de datos que pueden ayudarle a ver si lo que está haciendo está funcionando.

Las métricas de rendimiento se utilizan generalmente para hacer que las organizaciones sean más eficaces y mejorar el "me interesa lo que haces" al "me apunto".



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

## Métricas de canalización

Las métricas de la cartera de pedidos muestran el número de personas que se mueven a través de su proceso de ventas/compromiso. Las métricas de la cartera de pedidos incluyen:

- Tasas de apertura
- Tasas de cierre
- Tasas de ganancia
- Tamaño medio de los acuerdos
- Tasa de oportunidades ganadas
- Tasas de cierre de operaciones



<https://www.ringcentral.com/us/en/blog/sales-metrics-small-business/>



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

## Métricas de ventas de la actividad

Las métricas de actividad de ventas miden el rendimiento y los comportamientos. Algunas de las métricas de actividad de ventas importantes que se deben seguir son

Llamadas realizadas

Reuniones concertadas

Eventos a los que se ha asistido

Clientes potenciales creados

Conexiones con las redes sociales



<https://www.ringcentral.com/us/en/blog/sales-metrics-small-business/>



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

## Métricas de conversión

Las métricas de conversión hacen un seguimiento de la rapidez y eficacia con la que se cierran cerrar tratos. He aquí algunos ejemplos:



- Ingresos realizados por cliente
- Número medio de pedidos al mes
- Valor de vida del cliente
- Tasa de pérdida de clientes
- Coste de servicio: El coste de dar servicio a un cliente o clienta
- El gasto medio por cada nuevo cliente

<https://www.ringcentral.com/us/en/blog/sales-metrics-small-business/>



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

## Métricas de generación de clientes potenciales

El marketing está vinculado a las ventas, por lo que el análisis del proceso de generación de clientes potenciales ayuda a determinar si las estrategias de marketing están funcionando bien.

Hay muchas métricas de generación de clientes potenciales que se pueden seguir, entre ellas

Solicitudes de contacto

Contactos añadidos a la base de datos

Creación de oportunidades

Frecuencia de las nuevas oportunidades



<https://www.ringcentral.com/us/en/blog/sales-metrics-small-business/>



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

Hacer un buen seguimiento puede ser realmente el catalizador para ampliar su base de clientes y esto conducirá al éxito de su empresa social.

**Pero puede resultar abrumador.**

Sin embargo, el seguimiento de cualquier aspecto de su empresa social le permitirá saber cómo lo está haciendo y le indicará las oportunidades de mejora. Así que no tengas miedo de empezar poco a poco.

Realiza un seguimiento de las métricas más significativas, establece un calendario y continúa a partir de ahí.



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

**¿Por qué es importante el seguimiento de las métricas de ventas?**

Al analizar las métricas de ventas, puedes evaluar lo que funciona y lo que no funciona en su empresa social. Esto le permitirá adaptarse y hacer cambios a medida que crezca.

Las métricas de ventas pueden ayudarte a tomar las decisiones correctas sobre contratos, socios, proveedores y colegas.

Las pruebas basadas en datos son más fáciles de entender y proporcionan una visión general más clara y menos sugestiva.



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

## ¿Pero cómo se hace?

CRM son las siglas de Customer Relationship Management (gestión de las relaciones con los clientes). Es la tecnología utilizada para gestionar las interacciones con los clientes y los clientes potenciales.

Un sistema de CRM ayuda a establecer relaciones y a agilizar los procesos; también puede mejorar el servicio al cliente, aumentar la rentabilidad y ayudarle a mantener las operaciones. Hay muchos programas de seguimiento de ventas gratuitos, de bajo coste y avanzados.



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

El objetivo de un sistema CRM es sencillo: Mejorar las relaciones comerciales para hacer crecer su negocio.

Las herramientas de CRM le ayudan a gestionar las relaciones con los clientes a lo largo de todo su ciclo de vida, en cada interacción de marketing, ventas y servicio al cliente.



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

Ve este vídeo sobre uno de los muchos sistemas CRM disponibles que funcionan para las pequeñas empresas:

<https://www.youtube.com/watch?v=llqE9S4LZT8>



# S4: Seguimiento de las métricas de ventas

<https://www.brightgauge.com/blog/understanding-kpis-and-metrics>

<https://www.ringcentral.com/us/en/blog/sales-metrics-small-business/>

<https://www.salesforce.com/uk/learning-centre/crm/what-is-crm/>

