




# Guía práctica sobre reporting de ventas



Ebook



¿Te imaginas una orquesta sin director? Aquella persona en cuyas manos está **el éxito o el fracaso** del concierto sinfónico. Aquel que marca el tempo, el ritmo del compás y su velocidad...

Algunos dirán que el director de orquesta es solo una persona que mueve las manos sin parar, pero no saben que es en realidad la pieza indispensable de cualquier orquesta; el alma, la cabeza y, quizás, parte del corazón.


De la misma manera que una orquesta sinfónica no puede funcionar sin un director, el departamento comercial necesita del reporting de ventas para su funcionamiento óptimo.

### ¿Por qué?


Porque el reporting de ventas **mide y monitorea el rendimiento** de las acciones comerciales llevadas a cabo por todo el equipo comercial.

Gracias al reporting, el director comercial dispone de una **visión global** con la que planificar las **estrategias comerciales** y la **previsión de los resultados** futuros. Además, ayuda a corregir o mantener constantes los **procesos de ventas** mediante el **coaching comercial**.

Sin embargo, mejorar la performance de tu equipo comercial de campo es solo posible si tus informes de ventas son:

- 
- **Focalizados**
  - **Relevantes**
  - **Customizables**

La buena noticia es que estos problemas a los que se enfrentan los directores comerciales tienen fácil solución. En base a ello, este eBook pretende ser una guía práctica para la correcta realización del reporting mediante **datos precisos** y su uso eficiente para mejorar el rendimiento de los equipos comerciales deslocalizados.





# Índice

**¿Qué opinan los expertos en ventas?** 4

El reporting de ventas **en cifras**

**¿Qué te impide tener un buen informe de ventas?** 7

Los **grandes males** del departamento comercial

**¿No tienes visibilidad?** 7

Te faltan datos comerciales

**¿Tienes exceso de datos?** 9

Sufres parálisis por análisis

Entonces... **¿a qué dedicas el tiempo?** 11

La distribución del tiempo en porcentajes

**Transformación digital, movilidad e inteligencia artificial** 13

Informes rápidos y sencillos **a tu alcance**

**¿Cómo salir ganando gracias al informe de ventas?** 15

Las **ventajas** de tener el informe perfecto

El éxito de los informes **en la actualidad** 17

# ¿Qué opinan los expertos en ventas?

## El reporte de ventas **en cifras**

Los informes de ventas guían la **toma de decisiones de los directores comerciales** y, por lo tanto, son una prioridad para todas las fuerzas de ventas. En base a este estudio<sup>1</sup>, podemos observar cuáles son los elementos más importantes que un **reporting de ventas** debe incluir con el objetivo de ser útil no solo para el director y su equipo comercial, sino también para la salud y el buen funcionamiento de la empresa en general.

Encontramos que la mayoría de los directores comerciales dedican demasiado tiempo a recopilar datos, verificar su precisión y analizar informes, pero muy poco tiempo a desarrollar **planes de acción basados en datos reportados**.

Como consecuencia, el coste real de un informe de ventas deficiente supone una **disminución de las capacidades comerciales**, una **gestión menos informada** y una **toma de decisiones menos acertada**.

Recuerda, lo que hace valioso a un informe de ventas es información real y veraz que ayude a:

- Anticipar las decisiones comerciales
- Corregir errores del proceso de ventas
- Formar y permitir el coaching comercial

<sup>1</sup>The Sales Management Association - Research Brief Sales Performance Reporting

Tal y como podemos ver en el gráfico, y resumiendo los datos de más de 100 empresas que han participado en la investigación (alrededor de 150.000 profesionales de las ventas), **los 6 atributos fundamentales** que debe tener un informe de ventas son:

### ¿Qué quieren los directores comerciales de un reporting de ventas?

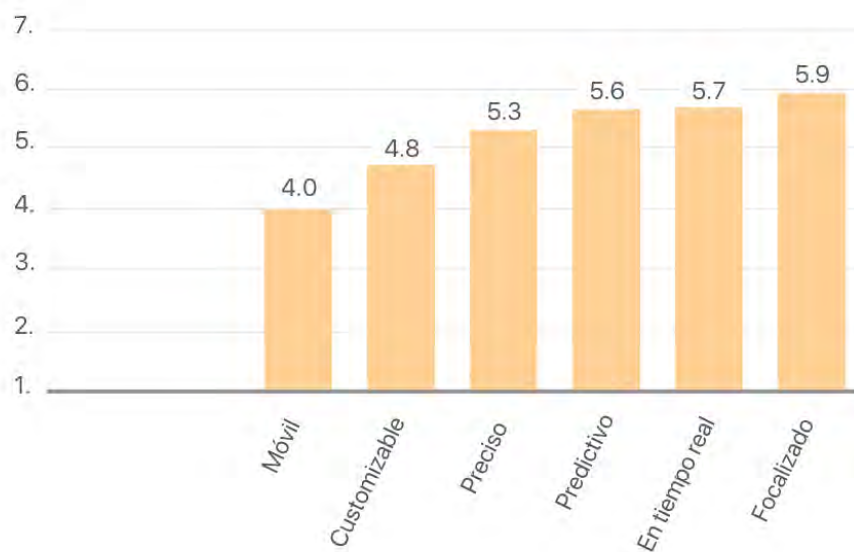


Figura 1.1, The Sales Management Association - Research Brief, Sales Performance Reporting

**Focalizado** → La información incluida es relevante y pertinente

**En tiempo real** → Tiene actualización frecuente de los datos

**Predictivo** → Ayuda a anticipar los resultados futuros

**Preciso** → Analiza con exactitud el rendimiento del equipo

**Customizable** → Permite personalizar las preferencias

**Móvil** → Gestiona los informes mediante una herramienta móvil

De todos los atributos anteriores, el informe focalizado es, a ojos de los departamentos comerciales, el más importante de ellos con un 5.8 en una escala de 7 puntos (donde 1 es "nada importante" y 7 es "extremadamente importante").

Del mismo modo, podemos ver también que los atributos más valorados son aquellos que repercuten de forma directa en la velocidad de toma de decisiones por parte del director comercial: información actual, organizada eficientemente para tener insights inmediatos y con capacidad predictiva suficiente para ayudar a anticipar decisiones futuras.



Figura 1.2, The Sales Management Association - Research Brief, Sales Performance Reporting

En base al segundo gráfico podemos ver las diferencias entre la realidad y las expectativas de los departamentos comerciales: su rendimiento en función de cada atributo está muy por debajo de la importancia que se le da a cada uno de los atributos en cuestión.

Entonces, ¿cómo hacemos para que expectativa y realidad coincidan?, ¿cuáles son los problemas que dificultan las capacidades del director comercial y su equipo para llevar a cabo un informe de ventas efectivo? El problema está en los datos comerciales.

# ¿Qué te impide tener un buen informe de ventas?

Los **grandes males** del departamento comercial

## ¿No tienes visibilidad? Te faltan datos comerciales

Como director comercial seguro que te sueles enfrentar a dos problemas a la hora de realizar un informe de ventas. O tienes un exceso de datos comerciales o por el contrario no hay ni rastro de ellos.

¿Te has preguntado alguna vez a la hora de llevar a cabo el plan estratégico de tu departamento por qué no tienes todos los **datos comerciales** que te gustaría tener?

Sí, quizá tienes algo de información a final de la semana sobre cómo han ido las últimas visitas de tus comerciales. Pero, ¿sabes si han sido visitas de seguimiento? ¿o han podido realizar alguna venta cruzada? ¿o alguna de ellas era una oportunidad realmente interesante para llegar a los objetivos trimestrales? ¿la tendencia es negativa o positiva?

O lo que es peor, tus comerciales puede que estén cometiendo errores que serían extremadamente fáciles de corregir pero no puedes solucionarlos porque no tienes esa **visibilidad que te dan los datos**. ¿Dónde crees que puede estar el gran fallo?



Los comerciales abandonan los **CRM complicados de usar**



No entran los **datos de los procesos de venta**



Te dejan **a ciegas:**

- ✗ **No tienes visibilidad**
- ✗ **No puedes tomar decisiones acertadas**





## ¿Tienes exceso de datos? Sufres parálisis por análisis

¿Alguna vez te has llegado a bloquear en el trabajo y has sido incapaz de tomar la decisión correcta en base a toda la información que tienes sobre la mesa? Si la respuesta es sí, no me cabe la menor duda de que has sufrido **parálisis por análisis**:

El exceso de datos comerciales implica que pierdas **gran parte de tu valioso tiempo** en analizar, segmentar y buscar aquello que realmente influye en el **rendimiento de tu equipo y los procesos de ventas**.

Por esta razón, si cada vez que tienes ante ti un informe de ventas lleno de cifras, métricas, gráficos, estadísticas, porcentajes y lo único que haces es **bloquearte** continuamente, tienes un problema:

- ¿Deberías focalizar los esfuerzos en el número de llamadas comerciales o en el de visitas?
- ¿Es más importante centrarte en la cantidad de leads cualificados o te deberías centrar en la eficiencia de los miembros de tu equipo?
- ¿Cuáles son los ajustes necesarios para redirigir el plan en base a los datos obtenidos?  
¿Cómo los identificas?
- ¿Qué es lo que tienes que **priorizar, tener en cuenta o eliminar**; de toda la información obtenida?

Ya va siendo hora de que empieces a replantear cómo distribuyes tu tiempo y tus esfuerzos.

Porque cuando intentas gestionar y controlar todo acabas por controlar muy poco...

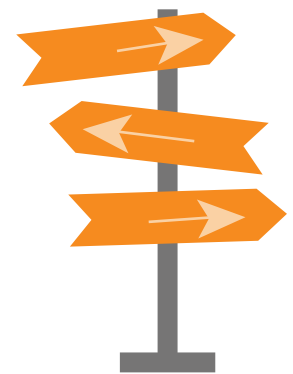
Lo que es peor, algunos creen que cuantos más datos, métricas, análisis e información mejor...

Y en la mayoría de los casos... Menos es **MÁS**



Exceso de **datos comerciales**

**SUFRES  
PARÁLISIS  
POR  
ANÁLISIS**



Falta de **foco**



Pérdida total del **tiempo**



# Entonces...¿A qué dedicas el tiempo?

## La distribución del tiempo **en porcentajes**

Las empresas que dedican el tiempo justo y necesario (ni mucho ni poco) **a buscar datos, verificarlos, analizar los resultados y planear las estrategias**, tienen un mejor rendimiento de los equipos comerciales a la hora de conseguir los objetivos de venta marcados.

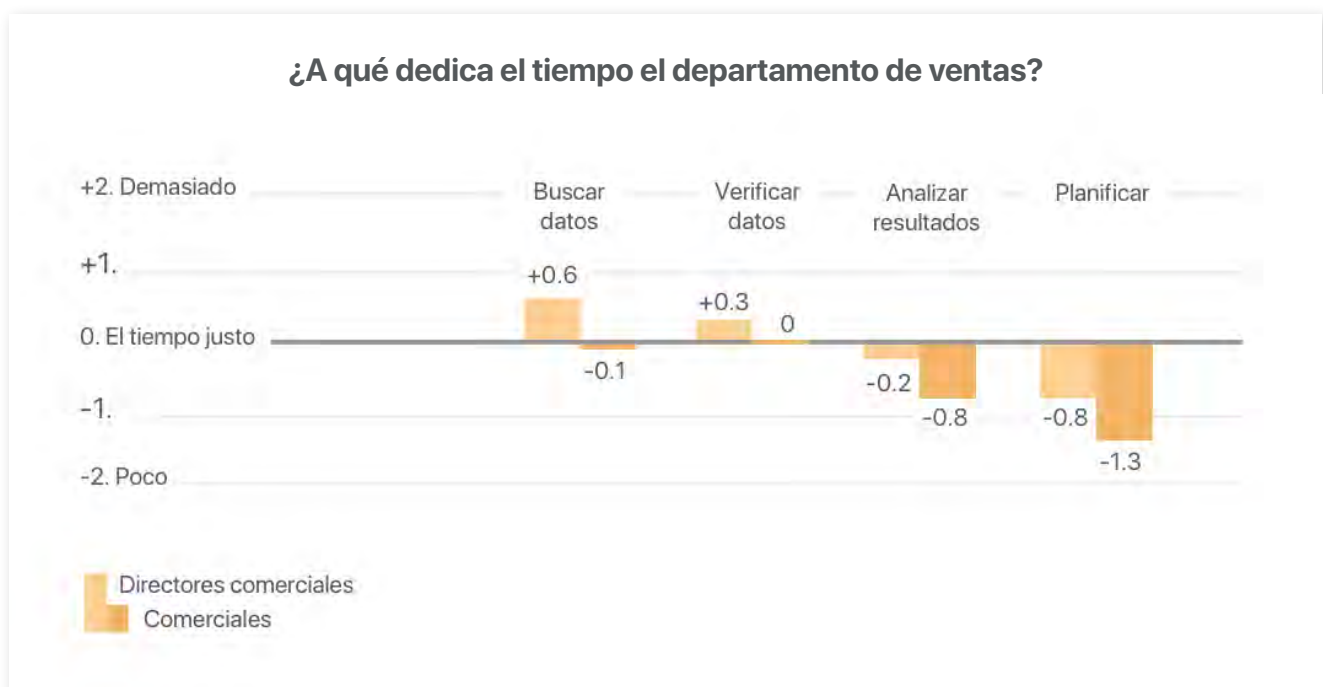


Figura 2.1, The Sales Management Association - Research Brief, Sales Performance Reporting

Tal y como puedes ver en el gráfico, los managers dedican el doble de tiempo de lo que deberían a buscar datos e invierten un tiempo acertado en **verificar y analizarlos**.

Sin embargo, dedican menos de la mitad del tiempo que deberían en **planificar las estrategias** del departamento.

Un dato alarmante si el objetivo del director comercial no es perder tiempo en buscar datos, sino en analizar y planificar las estrategias que guiarán al departamento.

Por otro lado, también podemos ver en el gráfico que los comerciales tampoco están optimizando su tiempo, puesto que no utilizan los datos comerciales, ni analizan ni planifican sus próximos movimientos.

Recuerda que si saben gestionar su tiempo y utilizan los datos obtenidos durante los procesos de ventas de forma eficiente pueden anticiparse a las próximas visitas y oportunidades.

Si lo miras de esta forma, por un lado, pierdes tiempo buscando y verificando datos porque no tienes. Y, por otro lado, cuando tienes demasiados, pierdes tiempo analizando y planeando.

Ambas situaciones te impiden **focalizar tus esfuerzos** en lo que realmente importa.



# Transformación digital, movilidad e inteligencia artificial

Informes rápidos y sencillos **a tu alcance**

Para ponerle las cosas fáciles a los directores comerciales y con el objetivo de **optimizar la fuerza de ventas**, ponemos al alcance del departamento una herramienta mediante la cual los **grandes males** se conviertan en algo del pasado.

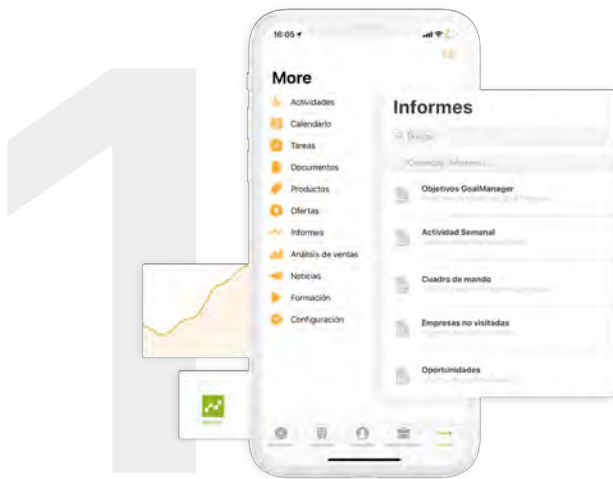
Ni la falta de datos ni el exceso de ellos van a ser un problema. Si inviertes en tecnología que tu equipo comercial quiera utilizar podrás conseguir informes rápidos, sencillos y eficientes.

**76%**  
DE LOS REPRESENTANTES DE VENTAS UTILIZAN  
FORCEMANAGER A DIARIO

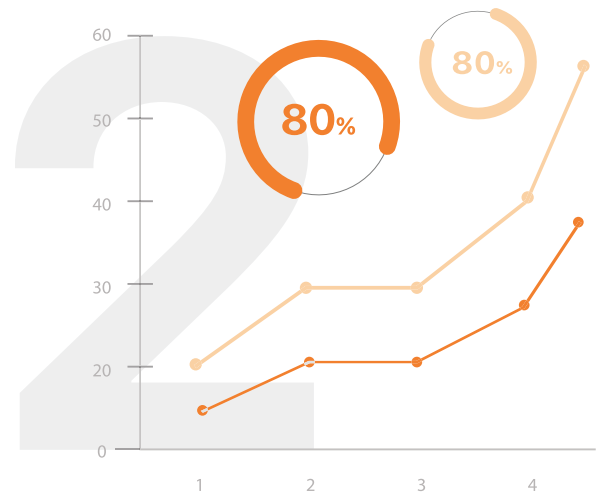
Informes focalizados en los resultados, con información relativa a los indicadores clave del trabajo comercial registrado en la misma aplicación, que te serán realmente útiles para comprobar el rendimiento y la evolución de vuestra actividad.

En ellos podrás analizar de forma eficiente y focalizada lo que realmente necesitas: las visitas realizadas por comercial, la cobertura de empresas según su calificación o el estado de las oportunidades de venta, entre otras.

## ¿Qué es lo que tienen de especial los **informes** de ForceManager?



Son informes **parametrizables**, de esta manera te permiten **segmentar** en base a tus intereses comerciales.



Son informes completamente **personalizados** de tal forma que puedes **customizar** según el tipo de formato y análisis.



Son informes pensados para la **movilidad**, puedes gestionarlos en tu smartphone o tablet y compartirlos con tu equipo dónde y cuándo quieras.



Gracias al sistema de **inteligencia artificial Cognitive**, toda la información comercial de tu equipo está registrada en tiempo real y de forma exacta.

# ¿Cómo salir ganando gracias al informe de ventas?

Las **ventajas** de tener el informe perfecto

Volviendo al estudio anterior, recuerda que los atributos más importantes que los informes deben tener son:

**FOCALIZADOS**  
**EN TIEMPO REAL**  
**PRECISOS**  
**CUSTOMIZABLES**  
**PREDICTIVOS**  
**MÓVILES**

**Gracias a ForceManager los tienes**

## ¿Cuáles son, entonces, las ventajas del informe perfecto?

Gracias a los informes **focalizados**, la información incluida siempre va a ser relevante y pertinente además de ser **predictiva**. Te permitirán tener una visión global de los procesos y las tendencias, además de una previsión exacta de los resultados futuros.

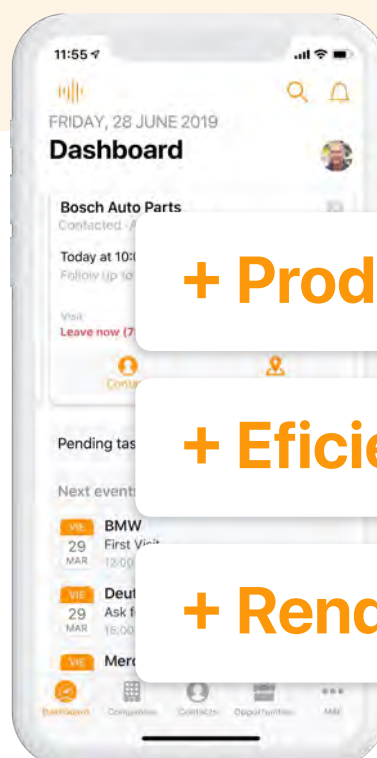
Gracias a la **movilidad**, los comerciales que trabajan fuera de la oficina podrán registrar los datos de forma rápida, fácil e intuitiva. El director comercial siempre tendrá los datos **en tiempo real** y con una actualización constante.

Los informes siempre serán **precisos**, analizarán con exactitud el rendimiento del equipo y tendrás visibilidad total de los procesos de venta. El director comercial estará al tanto de cualquier fallo o punto débil en el proceso y lo podrá solucionar al momento.

Todo ello ayudará a mejorar la **gestión de las oportunidades** y la **performance de tu equipo** mediante la formación y el coaching comercial.

La labor principal del director comercial es capacitar a su equipo y empujarlo a lograr los objetivos de venta.

Da el paso, invierte en ellos y transforma tu fuerza de ventas con la **herramienta perfecta** para mejorar los procesos, el rendimiento, la eficiencia y la productividad de los comerciales.



**+ Productividad**

**+ Eficiencia**

**+ Rendimiento**



## ¿Qué opinan nuestros clientes?

Damos voz a las empresas que **trabajan** con ForceManager

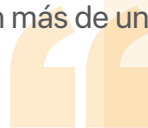
“Gracias a la implementación de ForceManager hemos incrementado en un 20% las visitas a nuevos clientes y se ha reducido el tiempo de reporting de 2 horas por semana y comercial. Todo esto ha llevado a una mejora de entre el 25% y el 30% de la conversión de nuevos clientes”.



**ADOLFO MASAGUÉ**

Director Comercial de Das Seguros

“ForceManager nos proporciona la visibilidad sobre procesos comerciales que necesitábamos para aprovechar al máximo la cartera de clientes que ya tenemos: hemos aumentado el upselling en un 15% y, por otro lado, en un año hemos aumentado el número de visitas por comercial en más de un 10%”.



**venAir**

**CARLOS DUARTE**

Business Manager en Venair

# ¿Qué opinan nuestros clientes?

Damos voz a las empresas que **trabajan** con ForceManager

“Gracias a ForceManager se han conseguido los objetivos marcados además de aumentar la satisfacción laboral de los Tech Reps quienes han tenido altísimos índices de adopción por su facilidad de uso y por hacer su trabajo más fácil. Además, estamos ganando en eficiencia, dedicando menos tiempo en los reportes y realizándolos en tiempo real”.



**ALBERT FREIXA**

Marketing Coordinator de Asics  
Middle East

“Ahora nuestros vendedores no tienen ningún problema cuando intentan ingresar datos o navegar por el sistema. ForceManager va directo a lo importante y nos permite hacer un seguimiento de toda la información clave en nuestras ventas: antes, después y durante una llamada de ventas.”

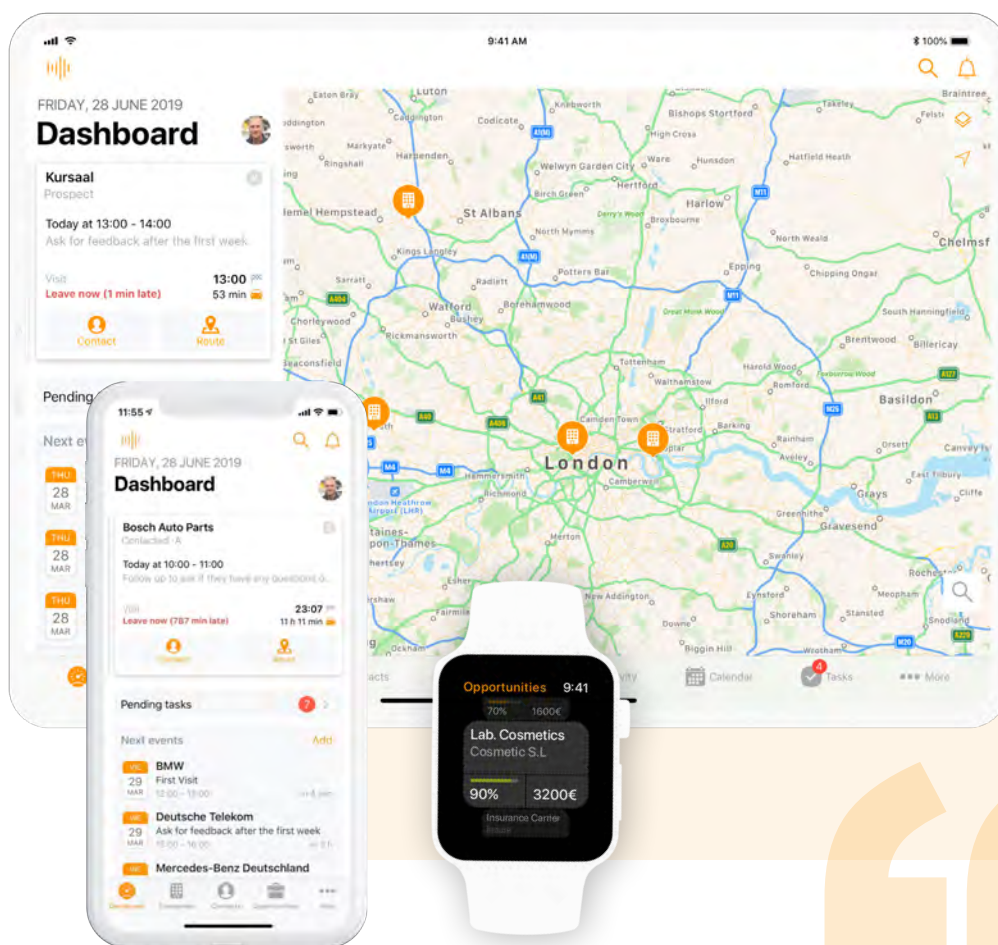


**PHIL HARVEY**

Director Comercial en Gulfeagle  
Supply

Si te preocupa la **falta de visibilidad** de los procesos de ventas y te imposibilita tomar las **decisiones comerciales acertadas**

**¿Por qué no pruebas ForceManager?**



Nuestro equipo está disponible para resolver tus dudas, ayudarte y guiarte en todo momento.