

# Haz que tus comerciales amen Zoho CRM



Zoho  
**CRM**

# Tabla de contenidos

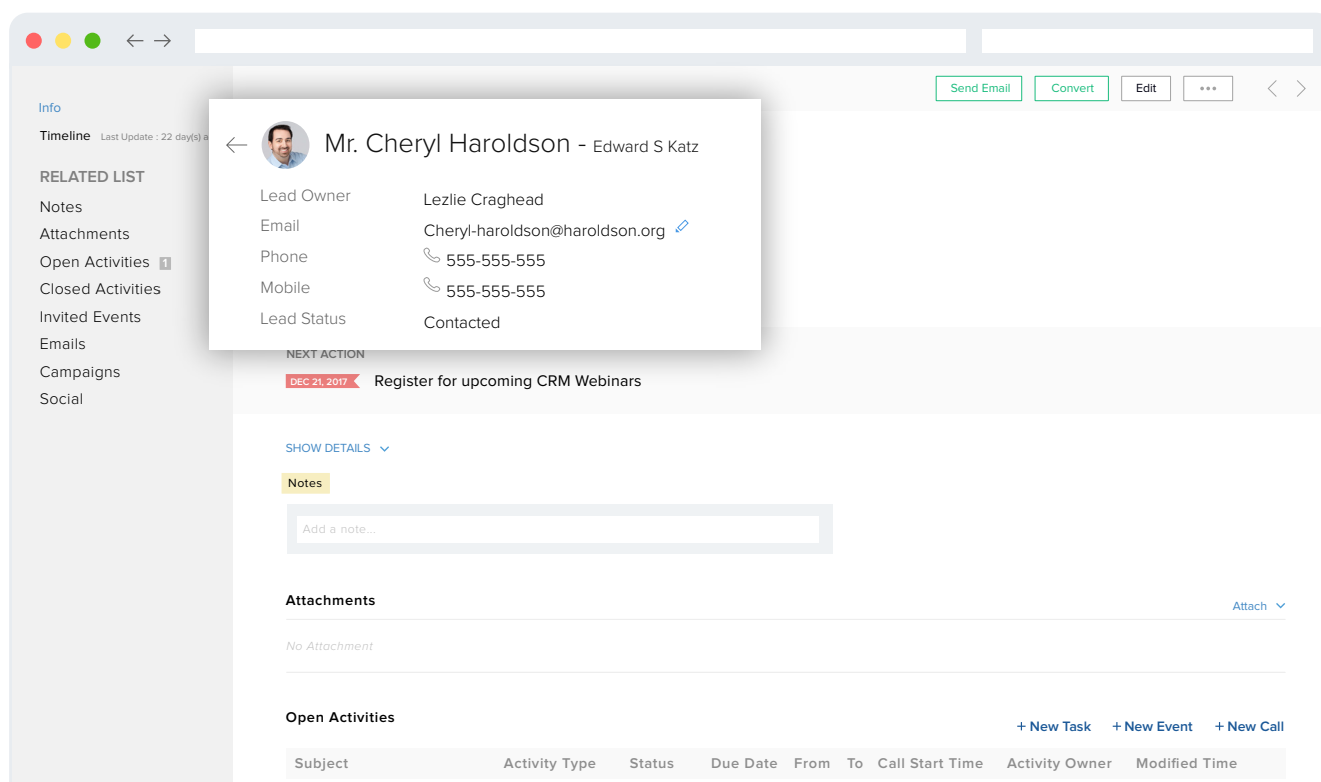
Pag

• Introduce información contextual	1
• Elimina el desorden	4
• Bríndales el beneficio de la movilidad	5
• Integra las redes sociales en Zoho CRM	6
• Automatiza el trabajo	7
• Sugiere plantillas y Macros	8
• Haz que se sientan como en casa	9
• Convierte el trabajo en un juego	9
• Mantén la puerta abierta para todos	10

## Formas de hacer que tus representantes de ventas amen su CRM

La mayoría de los representantes de ventas no son muy entusiastas a la hora de usar software CRM. Tienen que ingresar datos manualmente y dedicar horas a elaborar informes. Alegan que el CRM no es fácil de usar. Según una investigación de CSO Insights, “un CRM no está diseñado para ayudar a los vendedores, sino solo para mostrar el embudo de ventas y las actividades. Sin embargo, los sistemas CRM cuentan con una gran cantidad de funciones que son muy beneficiosas para los vendedores.” La pregunta es: ¿cómo puedes implementar y gestionar tu sistema CRM para que tus representantes de ventas lo adopten y lo aprecien? Aquí van algunas sugerencias:

### Introduce información contextual



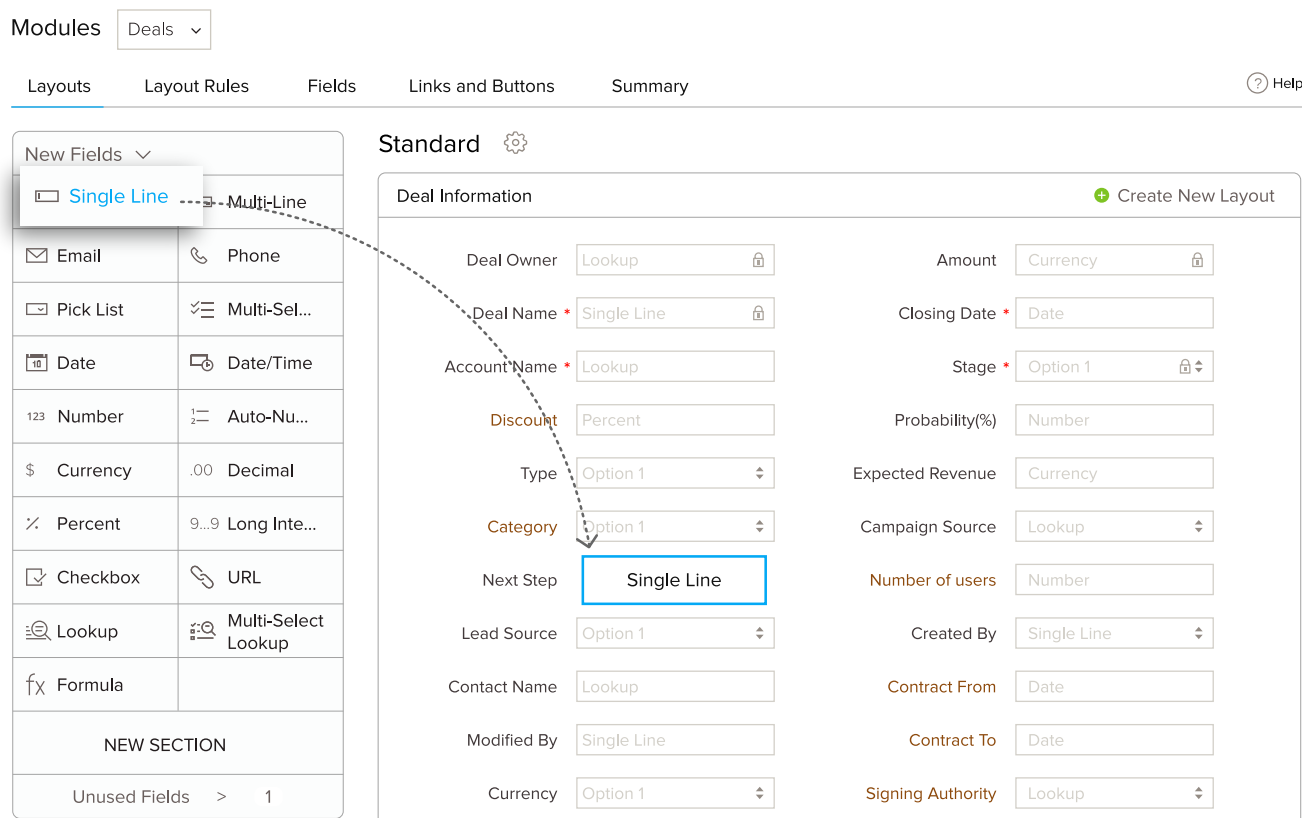
Hay muchos módulos en Zoho CRM que contienen información sobre un cliente en particular (por ejemplo: Actividades, Tratos, Cotizaciones, Facturas). La mayoría de los representantes de ventas navegan constantemente entre estos módulos a diario mientras trabajan con potenciales clientes. ¿Y si les facilitas el trabajo introduciendo las **Listas Relacionadas**?

Con las **Listas Relacionadas**, tus comerciales pueden ver todos los registros asociados a un registro principal. En otras palabras, todas las tareas, tratos, eventos, productos, facturas, etc., se muestran dentro de la ficha del cliente en el módulo de Contactos en Zoho CRM. Así, ya no necesitan navegar

entre módulos para ver la información relacionada. Además, cada lista relacionada contiene una opción para crear un nuevo registro en ese módulo específico y asociarlo automáticamente con el registro principal.

Por ejemplo, si estás viendo un registro en el módulo de Cuentas y cierras un trato con ese cliente, puedes hacer clic en el botón Nuevo Trato dentro de la sección de listas relacionadas para crear un registro en el módulo de Tratos, el cual quedará automáticamente vinculado con el registro de la Cuenta. La información sobre un cliente puede encontrarse en muchos lugares: redes sociales, hojas de cálculo, archivos de texto, notas móviles, etc. Zoho CRM ofrece la opción de integrar redes sociales, correos electrónicos y notas, lo que permite centralizar toda la información sobre un lead o cliente en un solo lugar.

## Elimina el desorden



### No muestres los módulos que no se utilizan

Zoho CRM contiene muchas funciones diseñadas para ayudar a todo tipo de empresas. Por ello, algunos módulos no son necesarios para todos los usuarios. Al configurar **Perfiles y Roles** para tus usuarios, no solo defines una estructura para tu empresa, sino que también eliminas los módulos innecesarios para asegurarte de que los representantes de ventas tengan acceso únicamente a

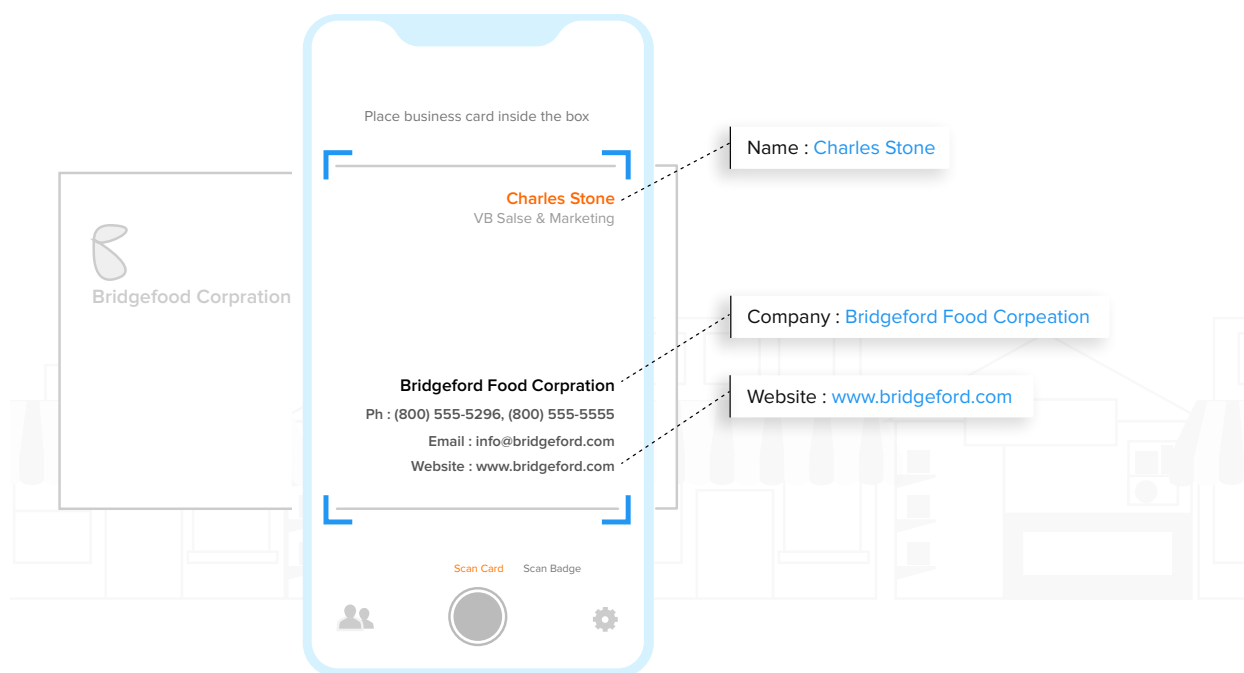
la información que necesitan, sin tener que buscar entre datos irrelevantes.

## Limítate a recopilar solo la información relevante

La mayoría de las aplicaciones CRM tienen muchos campos para almacenar datos. Sin embargo, en el uso diario, la mayoría de esos campos se quedan vacíos. Ver muchos campos vacíos da la impresión de que el representante de ventas no tiene suficiente información, aunque no sea así. Utiliza Diseños (Layouts) para eliminar esos campos innecesarios y hacer que tu base de datos en Zoho CRM luzca más concisa y completa.

Además, la función de Reglas de Diseño Condicional en Zoho CRM permite que los campos aparezcan solo cuando se cumplan ciertos criterios. Por ejemplo, en una empresa inmobiliaria, la información que se desea obtener del cliente varía según si busca un apartamento, una casa individual o una villa.

## Bríndales el beneficio de la movilidad

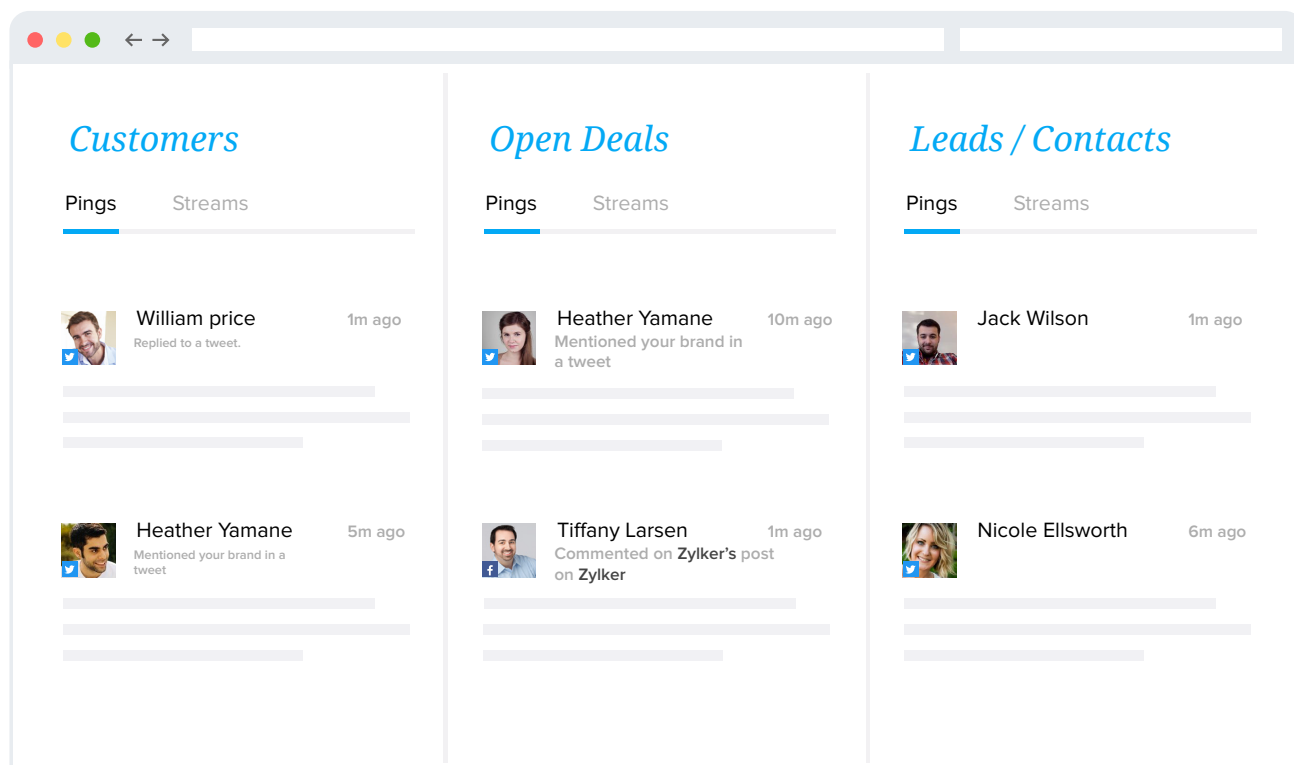


Una app móvil de CRM te da una ventaja en la adquisición de clientes. Por ejemplo, un representante de ventas de tu empresa asiste a una feria comercial. Al regresar, tiene un montón de tarjetas de presentación. En lugar de tener que crear los leads manualmente, tus representantes pueden agregarlos rápidamente usando la app móvil de Zoho CRM.

Las aplicaciones de Zoho para iPhone, como Card Scanner, te permite capturar al instante la información de los asistentes y guardarla en la base de datos de Zoho CRM. Esto ahorra mucho tiempo a tus representantes, quienes incluso pueden hacer un seguimiento directamente desde la app móvil de Zoho CRM. Usa la aplicación para configurar un flujo de trabajo que envíe un correo electrónico automatizado al lead.

## Integra las redes sociales en Zoho CRM

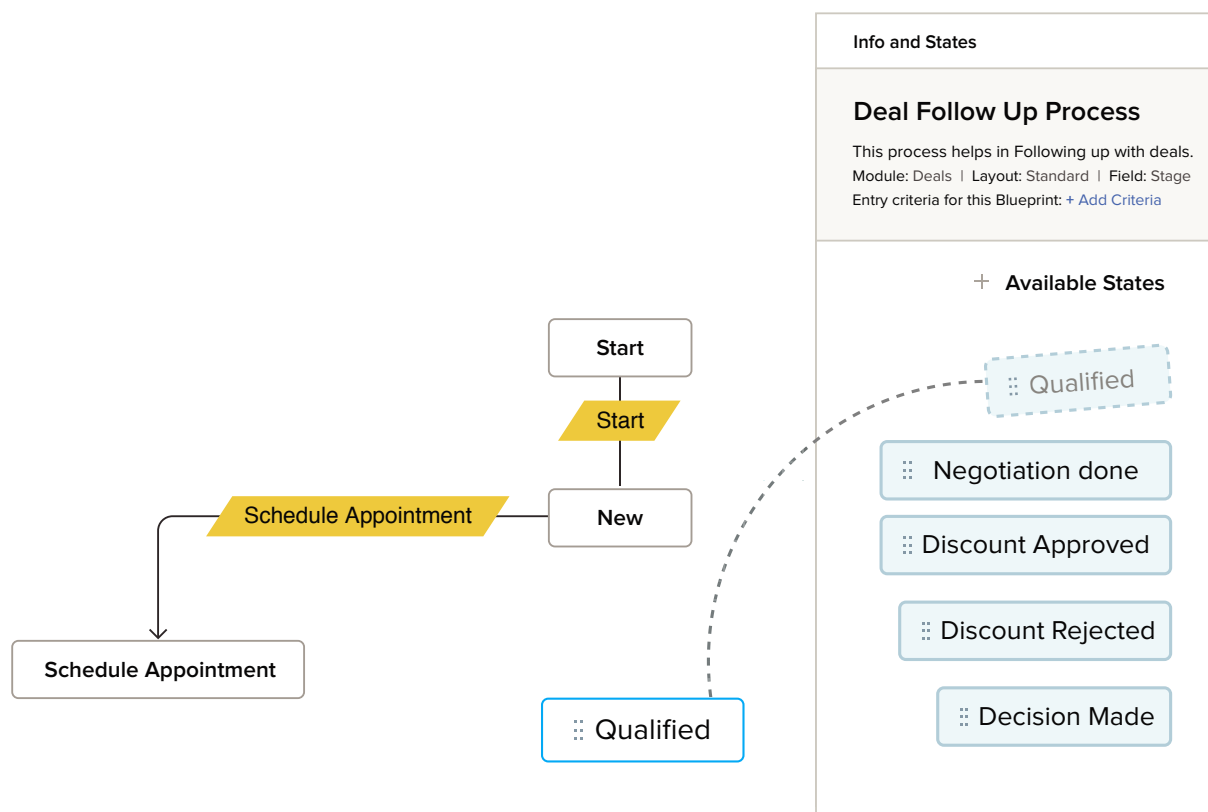
Un representante de ventas puede hacer una propuesta más sólida a un prospecto o avanzar un lead a la siguiente fase del proceso de ventas si tiene una idea clara de la personalidad del cliente potencial. ¿Pero cuál es la mejor manera de obtener esa información? Obviamente, a través de



La integración de redes sociales en Zoho CRM permite que un representante de ventas encuentre el perfil social de un cliente sin tener que abrir nuevas pestañas ni buscarlo manualmente. Además, las respuestas de un representante de la empresa hacen que los clientes sientan que la compañía se preocupa y se esfuerza por atender sus necesidades.

## Automatiza el trabajo

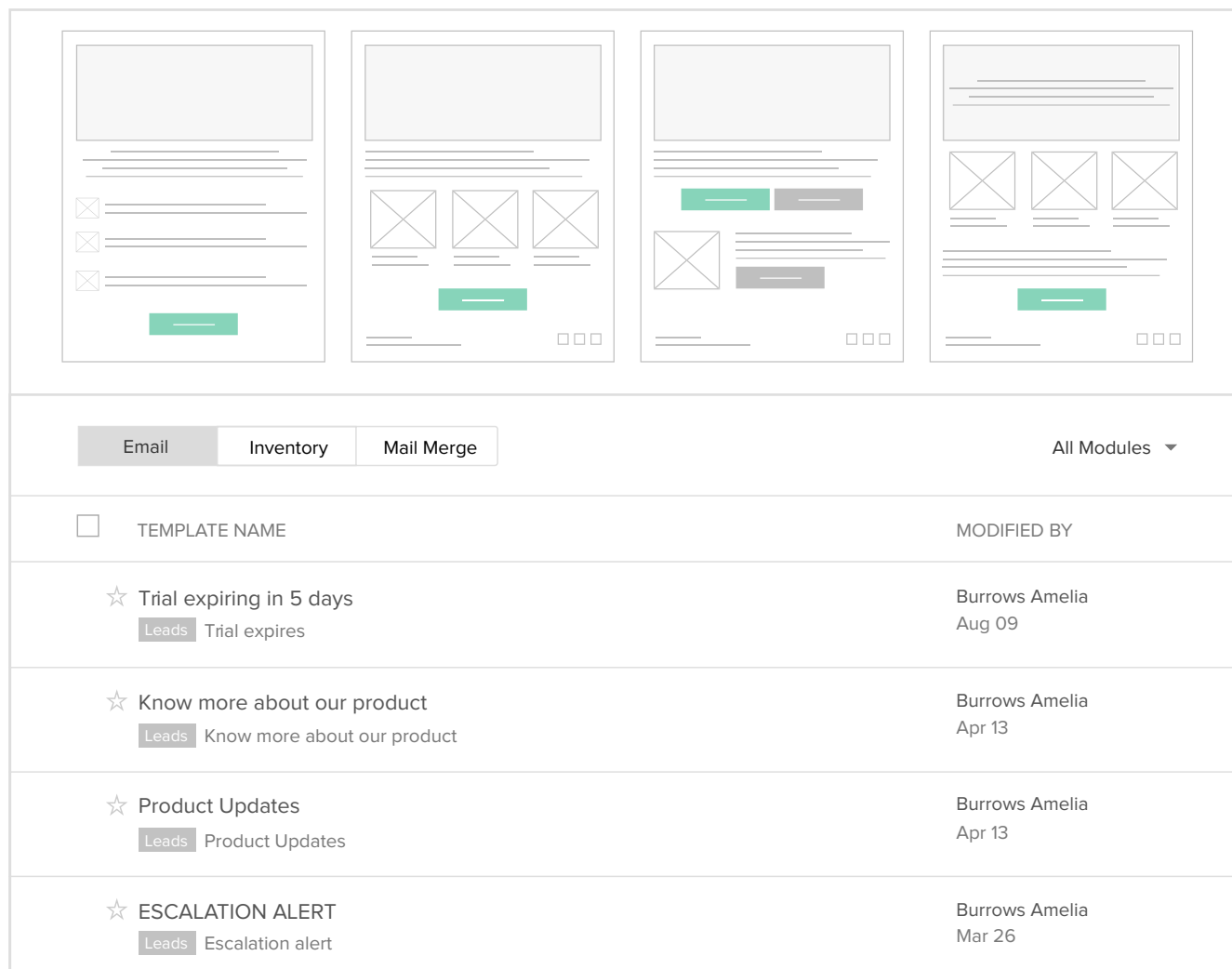
Configura Reglas de Flujo de Trabajo para que Zoho CRM funcione como tu empresa lo haces. Un flujo de ventas típico, por ejemplo, incluye los siguientes pasos: captar leads, enviar correos electrónicos, convertir leads en tratos, negociar y cerrar el trato. Automatiza este proceso para reducir el trabajo rutinario y repetitivo de tus representantes de ventas.



Por ejemplo, si el trato avanza a la siguiente etapa de tu proceso de ventas, crea una tarea de seguimiento para el Propietario del Trato, indicando que debe añadir una nota en ese registro resumiendo los puntos clave de su conversación con el prospecto.

Por supuesto, puedes configurar flujos de trabajo para enviar un correo electrónico, crear tareas, actualizar un campo, activar un webhook, etc. Además, también puedes programar la acción para que ocurra más adelante. Por ejemplo, para crear una tarea que recuerde al representante de ventas enviar un correo de seguimiento después de que se modifique un campo en el registro del trato.

## Sugiere plantillas y Macros



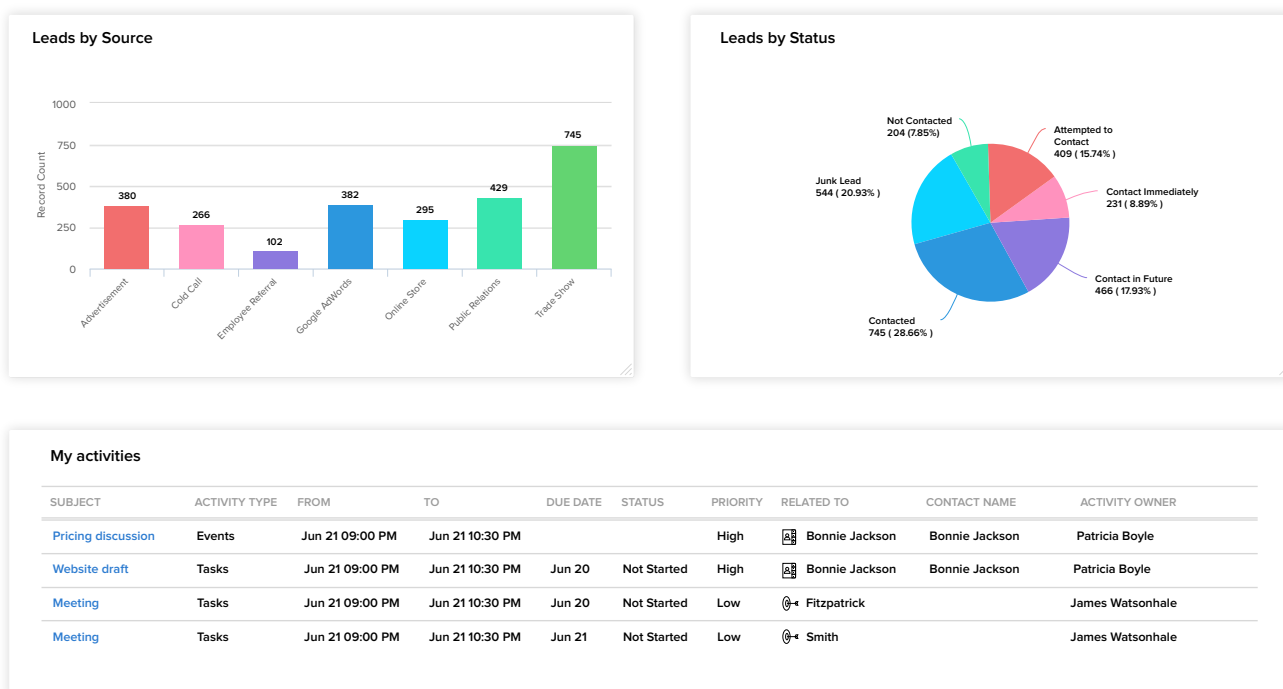
El objetivo de un CRM es hacer que el sistema trabaje por ti.

Enviar correos masivos en diferentes zonas horarias, actualizar tu inventario, etc., son algunas de las tareas repetitivas que la mayoría de las empresas deben soportar día a día. Ahí es donde entran en juego las plantillas y macros de Zoho CRM. Verás que tu carga de trabajo se reduce significativamente.

Crear una plantilla te ahorra el esfuerzo de redactar manualmente un correo. Configurar una Macro te permite enviar ese correo en momentos específicos, sin tener que hacerlo tú mismo. Por ejemplo, puedes configurar una Macro para enviar un correo cuando se cierre un trato o cuando



## Haz que se sientan como en casa



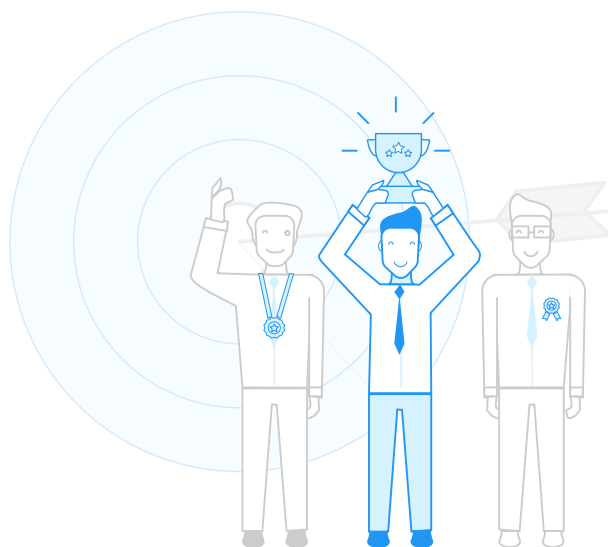
La página de inicio te ofrece una vista general del lado de ventas de tu trabajo. En Zoho CRM, te permitimos personalizar tu página de inicio según lo que necesites ver.

Por ejemplo, puedes tener los siguientes paneles en tu página de inicio: Prospectos por fuente, Pipeline por etapa (tratos), Mis llamadas, Mis tareas abiertas y Eventos abiertos. La página de inicio normal no contiene estos paneles.

## Convierte el trabajo en un juego

Y finalmente, añade algo de diversión al trabajo. Usa las funciones de gamificación de Zoho CRM para despertar el espíritu competitivo de tus comerciales y motivarlos a cumplir su cuota. Activa Gamescope para crear desafíos y premiar a tu equipo con trofeos y medallas.

Por ejemplo, reta a tu equipo a convertir la mayor cantidad de prospectos posible en un



solo día.

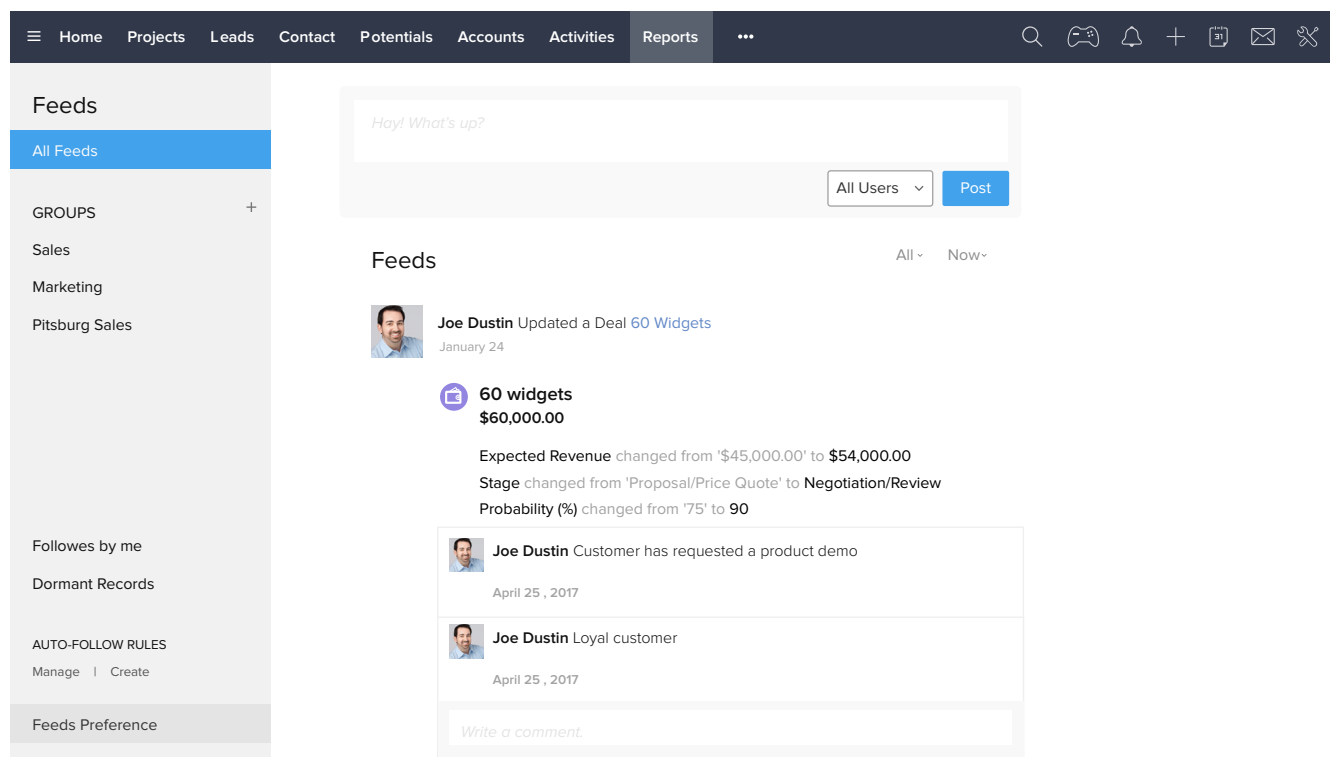
Quien convierta 5 recibe un trofeo.

Además de ayudar a cumplir con las tareas diarias de ventas, las funciones de gamificación de Zoho CRM también tienen un valor a largo plazo. Por ejemplo, calcula los bonos para tus representantes de ventas según su desempeño en todos los juegos en los que participaron el

## Mantén la puerta abierta para todos

Una organización no es más que una unidad cohesionada de personas que coordinan su trabajo con el objetivo final de aumentar los ingresos de la empresa. Y, por supuesto, involucra también a quienes están en niveles superiores. Un problema alarmante en la mayoría de las empresas es la falta de comunicación entre los diferentes niveles o incluso entre compañeros dentro de la empresa. Cualquiera en tu empresa puede ponerse en contacto con cualquier equipo, mejorando así la coordinación y la facilidad de trabajo.

Aborda este problema implementando la Política de Puertas Abiertas. Contrario a la creencia popular, esta política funciona de maravilla. Hacer que la organización sea plana se ha convertido en una necesidad, ya que es un esfuerzo colectivo de todos.



The screenshot displays the Zoho CRM interface, specifically the 'Feeds' section. The top navigation bar includes links for Home, Projects, Leads, Contact, Potentials, Accounts, Activities, and Reports. The left sidebar shows the 'Feeds' menu with options like 'All Feeds', 'GROUPS' (Sales, Marketing, Pittsburg Sales), 'Followes by me', 'Dormant Records', 'AUTO-FOLLOW RULES', and 'Feeds Preference'. The main content area features a 'Feeds' header with a search bar and a 'Post' button. Below the header, a feed entry by Joe Dustin is shown, dated January 24. The entry includes a profile picture, a status update 'Updated a Deal 60 Widgets', and a detailed description: 'Expected Revenue changed from \$45,000.00 to \$54,000.00', 'Stage changed from Proposal/Price Quote to Negotiation/Review', and 'Probability (%) changed from 75 to 90'. Below this entry, two more entries by Joe Dustin are visible, dated April 25, 2017, with titles 'Customer has requested a product demo' and 'Loyal customer'. A 'Write a comment' input field is at the bottom.

En Zoho CRM, esto puede hacerse posible a través del módulo de Feeds. Todos los usuarios (empleados) tienen acceso a la sección de Feeds y cualquier publicación hecha por un usuario es visible para toda la organización. Al igual que en Facebook y X (Twitter), los usuarios pueden publicar, comentar y agregar archivos adjuntos.

¿No quieres que todos los empleados vean tu publicación? Puedes hacer que la publicación sea visible solo para los usuarios seleccionados. Otro método es crear Grupos con usuarios específicos. Por lo tanto, si haces una publicación en ese grupo, solo los usuarios de ese grupo podrán verla. Basándose en estas funciones, la política de puertas abiertas puede implementarse fácilmente.

# Contáctanos

## UK - Milton Keynes

Zoho Corporation Limited  
Suite 1.09, Challenge House,  
Sherwood Drive, Bletchley,  
Milton Keynes  
MK5 6DP  
+44 (0)203 564 7890

## Netherlands - Utrecht

Zoho Corporation B.V.  
Beneluxlaan 4B  
3527 HT UTRECHT  
+31 707007083

## France - Lille

Zoho France - Flex-O Lille Europe  
55 Rue de Luxembourg,  
59800 Lille  
+33 805542462

## España - Valencia

Valencia  
Zoho Software Trading SL.  
Pg. de Russafa, 20, 46002 València  
zoho.espana@eu.zohocorp.com

## Deutschland - Essen

Zoho Corporation GmbH II.  
Hagen  
745127 Essen  
+49 8000229966

## Zoho CRM Resources

[www.zoho.com/crm/resources](http://www.zoho.com/crm/resources)

