



Cuatro aspectos básicos
para lograr el éxito en el
análisis de ventas: lo que
debe saber el equipo de
operaciones de ventas

¿El equipo de ventas tiene los datos que necesita para alcanzar sus objetivos? ¿Utiliza informes desactualizados de distintas fuentes para hacer un seguimiento del progreso? ¿Hay brechas de información porque los datos están dispersos en demasiados lugares? En el mundo de las ventas, no hay tiempo para perder; es impensable esperar a que termine el trimestre o el año para descubrir que no se alcanzó la cuota o que no se satisficieron las expectativas de los clientes. La información faltante u obsoleta tiene consecuencias que ninguna organización de ventas quiere sufrir.

Con una clara visión del rendimiento de ventas individual y del equipo es más fácil tomar decisiones y, si es necesario, cambiar el rumbo para garantizar el cumplimiento de los objetivos. Los equipos de ventas necesitan una plataforma que combine los datos de todas las fuentes para responder preguntas complejas de la dirección ejecutiva, los clientes, los proveedores y los miembros del equipo. Sin embargo, a muchos profesionales de ventas no les resulta fácil cambiar las costumbres, incluido el uso de los dashboards de Salesforce.

En pocas palabras, los análisis rápidos, sencillos e intuitivos son fundamentales. Una plataforma de análisis visual como Tableau brinda una vista completa de las métricas que necesita el equipo de operaciones de ventas para realizar pronósticos y planeamientos más eficientes, y mejorar la toma de decisiones en tiempo real. La capacidad para integrar datos de marketing y de clientes también es esencial a fin de comprender las situaciones de ventas y desarrollar ventajas competitivas que permiten mantener el impulso y seguir progresando.

¿Cuánto tiempo necesita el equipo de ventas para empezar a usar una plataforma de análisis? La respuesta es muy poco. Con funcionalidades como los nuevos [Dashboard Starters](#) en Tableau Online, es posible obtener, en cuestión de minutos, vistas de datos unificadas y reveladoras de Salesforce, Oracle Eloqua, Marketo Sales y más. A medida que empieza a profundizar, esas plataformas sirven como puntos de partida hacia otras vistas de los datos en función de lo que usted quiere ver.

Cómo pasar del análisis a la acción

El equipo de operaciones de ventas debe conocer hasta el más mínimo detalle de los datos de ventas de la organización y debe usar esa información para impulsar el rendimiento. Si bien es una tarea compleja, gracias a la eficiencia de Tableau, no es imposible. A continuación, se detallan cuatro razones.

1. Una mayor comprensión de los datos ayuda a lograr los objetivos de ventas más rápido

¿La comprensión del negocio está limitada a lo que hay en su CRM? ¿Y dónde se encuentran los datos? ¿Están en hojas de cálculo, bases de datos de SQL, Hadoop, Salesforce u otras aplicaciones en la nube? Es esencial comprender todos los datos de ventas, marketing y clientes para descubrir información y tomar decisiones informadas. Y poder acceder a los datos desde cualquier lugar y en el momento adecuado es igual de importante.



Es posible que los sistemas de ventas no registren todas las transacciones. Es posible que no pueda atribuir resultados a individuos específicos en un entorno de ventas en equipo ni revelar tendencias ocultas con los recursos existentes. La forma en que el personal de ventas introduce los datos varía y, a menudo, esa tarea toma más tiempo del esperado porque el objetivo principal en realidad es vender. En última instancia, este descuido puede provocar errores de precisión o interpretación en los datos.

Tableau en el mundo real: MillerCoors descubre ventas potenciales con una visión de los datos en tiempo real

Con más de 450 años de experiencia combinada en la elaboración de cerveza, MillerCoors es un productor con base en los Estados Unidos de marcas populares de cerveza, como Miller, Coors, Blue Moon, además de sidra artesanal y refrescos. El equipo de ventas de comercios minoristas siempre está itinerante contactando con bares y restaurantes, pero la cultura de generación de informes con Excel dificultaba la detección de los informes correctos por parte de los vendedores. En consecuencia, se perdían oportunidades importantes porque no había una forma eficiente de identificarlas.

En tres meses, MillerCoors pasó de la prueba piloto a la implementación empresarial de Tableau en un equipo de ventas de 300 personas. Gracias a Tableau, el equipo cuenta ahora con una clara visión de todo el espectro de clientes y puede actuar cuando se presenta una oportunidad. Un vendedor de MillerCoors puede abrir un dashboard en unos minutos en un dispositivo móvil, lo que representa una ventaja competitiva única, ya que simplifica la comunicación con los clientes. Antes de Tableau, tenían que extraer datos de forma manual de una cantidad infinita de informes de Excel, lo que, a menudo, implicaba trabajar el fin de semana para interpretar los datos. Ahora, el equipo publica dashboards de objetivos de ventas en Tableau Online para mejorar la visibilidad y la colaboración, y crear una competencia saludable entre los cientos de miembros del equipo.

Mediante la optimización de Tableau como la única fuente de veracidad para los informes de ventas, MillerCoors detecta más oportunidades y vende más productos.

2. Una única fuente de veracidad ayuda a tener un equipo unificado

Es difícil tener un equipo alineado si todos analizan datos y fuentes de datos diferentes. Los beneficios de una única fuente de veracidad son innegables. Una única fuente de veracidad, que se crea cuando se tiene visibilidad de todos los datos, ayuda a los directores y a los otros empleados a ver el mismo panorama completo y hace que sean responsables por igual. Asimismo, mediante la unificación de los datos de ventas, marketing y participación de los clientes, puede ver detalles, acelerar la toma de decisiones y obtener una ventaja adicional sobre la competencia.



Los líderes de ventas se enfrentan a nuevos desafíos cuando adoptan una única fuente de veracidad porque los datos de ventas son ya de por sí complejos. Para obtener información útil, las organizaciones de ventas deben poder analizar métricas clave, incluidos los territorios, el tamaño del mercado, las cuotas, los datos demográficos y de participación de los clientes, y mucho más. Si bien hay maneras de incluir datos diversos directamente en Salesforce, el proceso para hacerlo suele ser lento y laborioso, y no admite el tipo de análisis rápido que exigen muchos líderes de ventas. Una plataforma que sea lo suficientemente flexible como para analizar información compleja de múltiples fuentes (y que pueda combinarla en una única vista de dashboard) es lo que necesitan los líderes de ventas para poder tomar decisiones de negocios estratégicas rápido hoy y mañana.

Tableau en el mundo real: La transparencia de datos revela información y oportunidades para LinkedIn

LinkedIn es un ejemplo de una empresa que necesitaba una plataforma sólida y escalable para obtener información de los datos de ventas. El equipo de análisis de negocios adoptó Tableau Server para centralizar petabytes de datos de clientes y usar dashboards a fin de realizar un seguimiento del rendimiento y predecir la deserción de clientes. Esto permitió desarrollar un ciclo de ventas más proactivo y aumentar los ingresos.

Antes de Tableau, LinkedIn almacenaba los datos de ventas en bases de datos internas, Google Analytics, Salesforce.com y herramientas de terceros. Un día, un analista atendió solicitudes de ventas de más de 500 vendedores, lo que creó una cola de generación de informes con demoras de hasta seis meses. Como consecuencia, los miembros del equipo dudaron de su rendimiento y del estado de las relaciones con los clientes.

En la actualidad, el 90 % de la fuerza de ventas de LinkedIn accede a Tableau Server semanalmente. Con la opción de hacer un seguimiento del rendimiento de ventas general y analizar en detalle para comprender la experiencia de un cliente concreto, el equipo de ventas puede identificar cuándo los clientes usan más el producto y comunicarse con ellos de forma proactiva para hablar sobre oportunidades o lograr su fidelización, lo que podría aumentar el gasto total y evitar la deserción de cuentas.

3. Las visualizaciones interactivas ayudan a realizar análisis más profundos

Como se ve en los ejemplos anteriores, los dashboards son importantes porque permiten que todos accedan a los mismos datos. Se crean rápidamente y son sencillos de comprender; además, cuentan una historia, por lo que el personal de ventas no tendrá dudas sobre cómo leerlos para interpretar la información.

Las hojas de cálculo y los informes tradicionales no pueden compararse con los dashboards: requieren una cantidad considerable de tiempo y esfuerzo para desarrollarse y mantenerse, y no incluyen la información que



se obtiene de las visualizaciones interactivas. Las visualizaciones interactivas optimizan las tareas de análisis básicas, como filtrar vistas, ajustar parámetros o hacer cálculos rápidos. También ayudan a examinar los detalles subyacentes con selecciones intuitivas en el dashboard y a transformar los datos en información útil.

En lugar de perder tiempo tratando de interpretar conjuntos de datos, el equipo de ventas puede ahora enfocarse en cerrar tratos, resolver problemas y tomar decisiones. Para Oldcastle, la interacción con las visualizaciones de Tableau transformó los datos en conocimiento eficiente que utilizan para tomar decisiones de negocios importantes rápidamente a fin de brindar un mejor servicio a los clientes.

Tableau en el mundo real: El seguimiento de más de 78 000 códigos de artículo ayuda a Oldcastle a ver el panorama completo y aprovechar oportunidades de venta

Oldcastle es un fabricante líder de productos y materiales de construcción. Cuenta con 20 divisiones y 206 centros en Norteamérica. La empresa logró el éxito con Tableau al convertir un informe mensual de 500 páginas en un dashboard gobernado y accesible para todos los empleados.

El equipo de ventas de Oldcastle controla un inventario de más de 78 000 códigos de artículo (SKU), por eso es fundamental que identifique las pérdidas de manera fácil y rápida, lleve un seguimiento de los márgenes y aproveche las oportunidades. Sin embargo, escalar una solución para toda la fuerza de ventas no fue tarea fácil. Oldcastle puede ahora incorporar datos de ERP y Salesforce en Tableau, y el equipo de ventas puede acceder e interpretar todos los datos.

Todos los empleados, desde los responsables hasta los representantes de ventas, consultan los dashboards de Tableau para hacer un seguimiento de sus cuotas de forma diaria y mensual. El acceso a información de cantidades masivas de datos de clientes capacita al equipo de ventas y le permite mejorar el servicio que prestan.

Paul Lisborg, administrador de inteligencia de negocios, comenta: “Ahora, un representante de ventas puede acceder a un dashboard, ver lo que vendió ayer y analizar cómo le está yendo en el mes y cómo le fue desde el comienzo del año hasta la fecha. También puede observar en más detalle qué clientes muestran mejores números, qué están comprando y cuáles son los márgenes de esos productos”.

4. Los dashboards facilitan la colaboración en el equipo

El análisis de autoservicio es casi obligatorio en las organizaciones de ventas basadas en datos de la actualidad. El proceso de la información a la decisión debe ser veloz y ágil. Confiar al departamento de TI la tarea de desarrollar, personalizar y publicar los dashboards de ventas es cosa del pasado. Al contar con dashboards de autoservicio, los responsables de ventas pueden llevar a cabo reuniones de análisis de la canalización y los líderes de ventas pueden trabajar con el equipo de finanzas en la estrategia del próximo año. Tableau ayuda a los equipos de ventas modernos a basar sus conversaciones en datos para admitir la colaboración en tiempo real y la toma de decisiones estratégica.



Tableau en el mundo real: La transparencia de datos del análisis de autoservicio eleva al equipo de ventas global de Brown-Forman

Tim Nall, director de tecnologías de la información de Brown-Forman, una de las diez principales multinacionales de elaboración de bebidas espirituosas, cree que la comunicación es esencial para determinar las prácticas recomendadas y vender más productos. Sus equipos necesitan información sobre precios y detalles de envío. De esa forma, pueden administrar los códigos de los artículos (SKU).

Brown-Forman logró optimizar sus inversiones tecnológicas existentes en soluciones de almacenamiento de datos y análisis. Como resultado, sus equipos están logrando un nivel de colaboración óptimo. “Desde un punto de vista global, es muy importante contar con toda la información y ser capaz de interpretarla. Gracias a la combinación de nuestro almacén de datos lógico con Tableau, el personal puede colaborar y acceder a toda la información”, explicó Tim.

Tableau Server también facilita la publicación de dashboards de ventas, ya sea que los datos se recopilen en tiempo real o se actualicen con frecuencia. Con el inicio de sesión único, Brown-Forman tiene acceso con un solo clic a los dashboards desde los navegadores de los equipos de escritorio o los dispositivos móviles. Los dashboards también pueden incorporarse directamente en su CRM.

A medida que gane experiencia o conozca qué necesita su equipo por medio del seguimiento de las vistas de dashboard en Tableau Server, al igual que Brown-Forman, descubrirá qué está funcionando y qué no, y podrá colaborar para optimizar los dashboards y obtener mejores resultados.

Un análisis detallado

Conozca el panorama completo (y los detalles) con dashboards eficientes

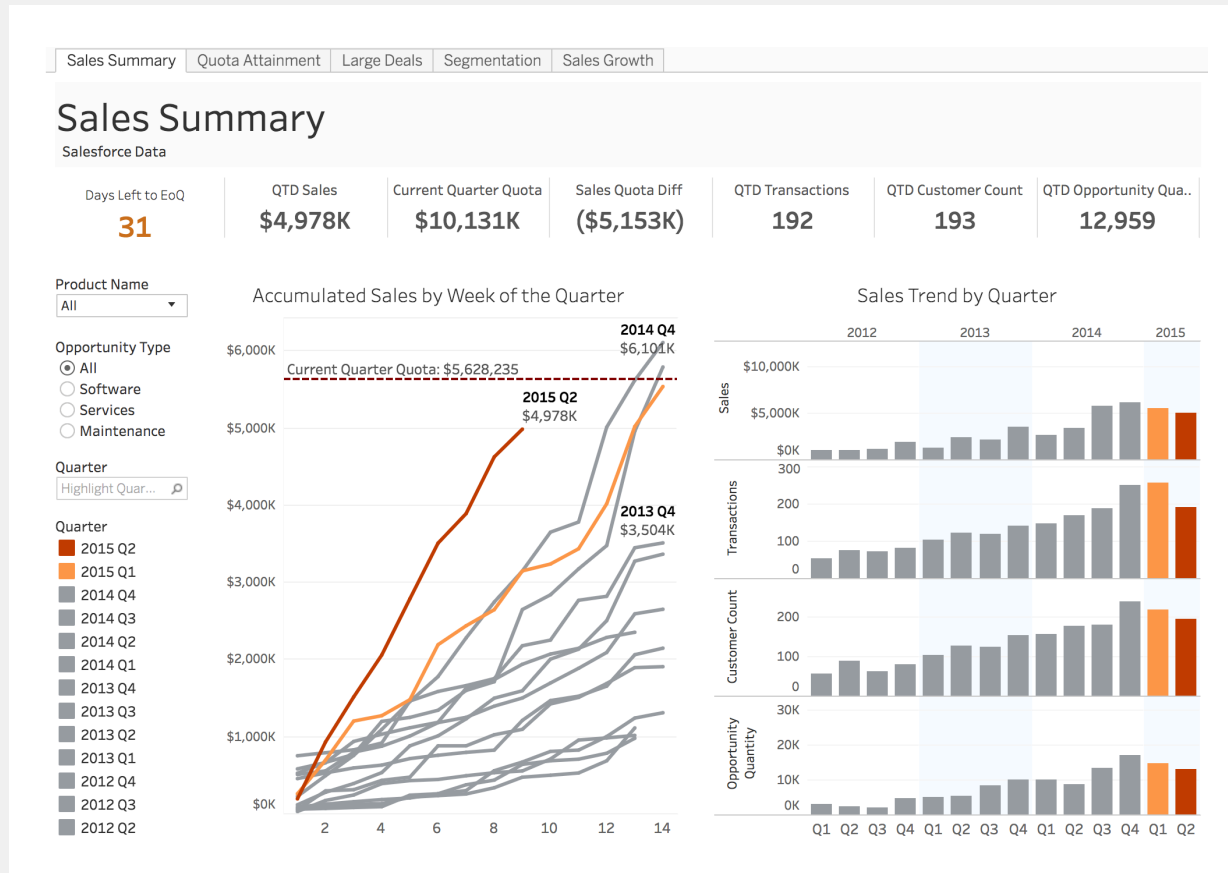
Estos dashboards de Tableau son ejemplos de cómo las organizaciones de ventas pueden obtener información de una plataforma unificada.

Una vez que su equipo vea los mismos datos, pueden formular sus propias preguntas con los dashboards y obtener respuestas fácilmente, en lugar de consultar distintas fuentes que pueden resultar imprecisas o incompletas.



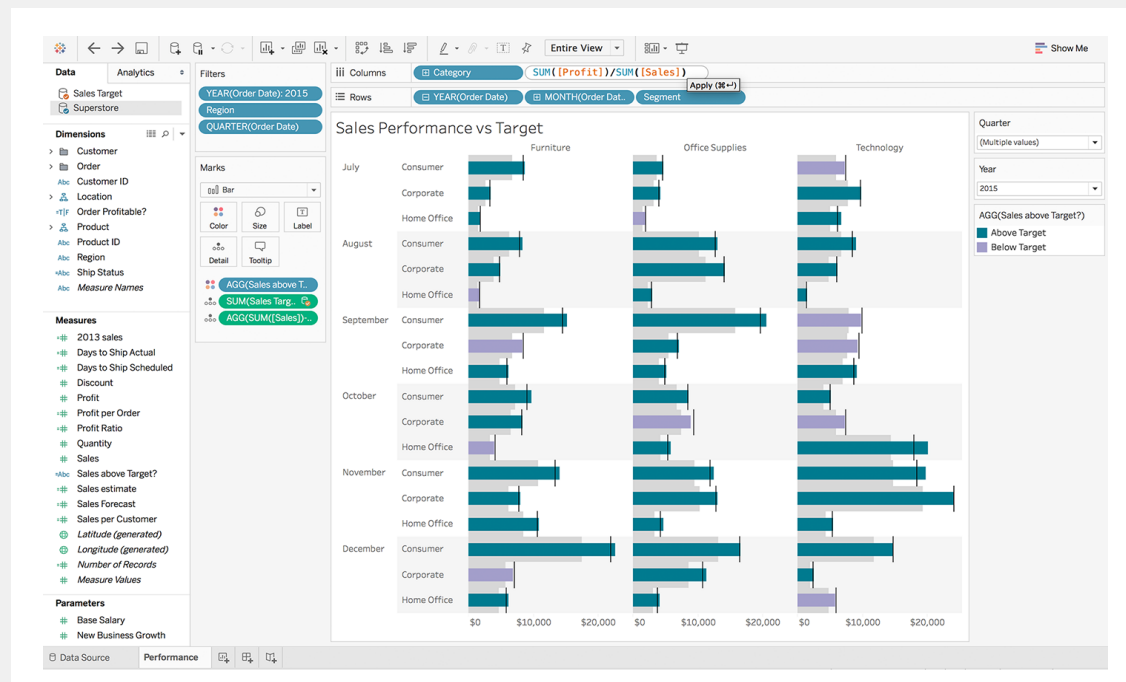
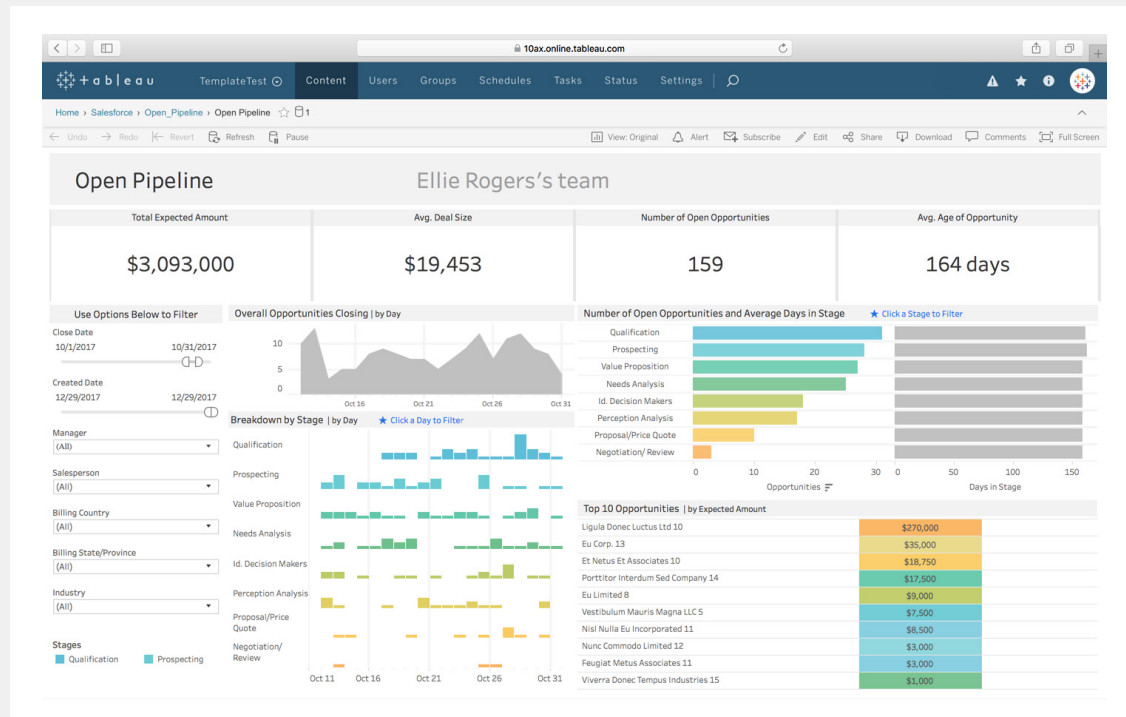
Distancia hasta la cuota

Para administrar equipos de ventas de manera eficiente, es necesario interpretar las tendencias y saber qué depara el futuro en un momento determinado. Sin embargo, recopilar todos los datos importantes es difícil, en especial cuando los equipos son grandes o están dispersos. En este dashboard, se puede ver la distancia hasta la cuota por tipo de oportunidad o producto. Además, los datos históricos proporcionan contexto adicional y permiten conocer las tendencias futuras. Con Tableau, se eliminan las conjeturas de la administración de ventas.



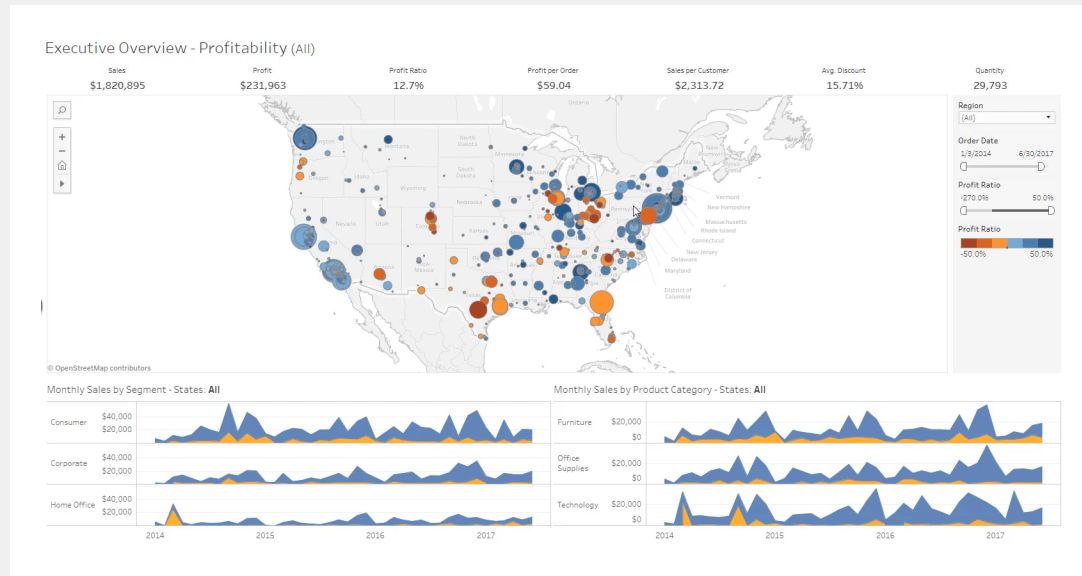
Canalización y rendimiento general

La comprensión del rendimiento de ventas histórico es una de las claves para generar un pronóstico más preciso. Gracias a Tableau, es posible realizar un análisis comparativo, por ejemplo del crecimiento año tras año, como un solo cálculo. También se puede visualizar el rendimiento de manera histórica, acumulativa y por cada grupo de negocio. Además, es fácil combinar datos de Salesforce con datos de productos para interpretar tendencias y oportunidades nuevas por región.

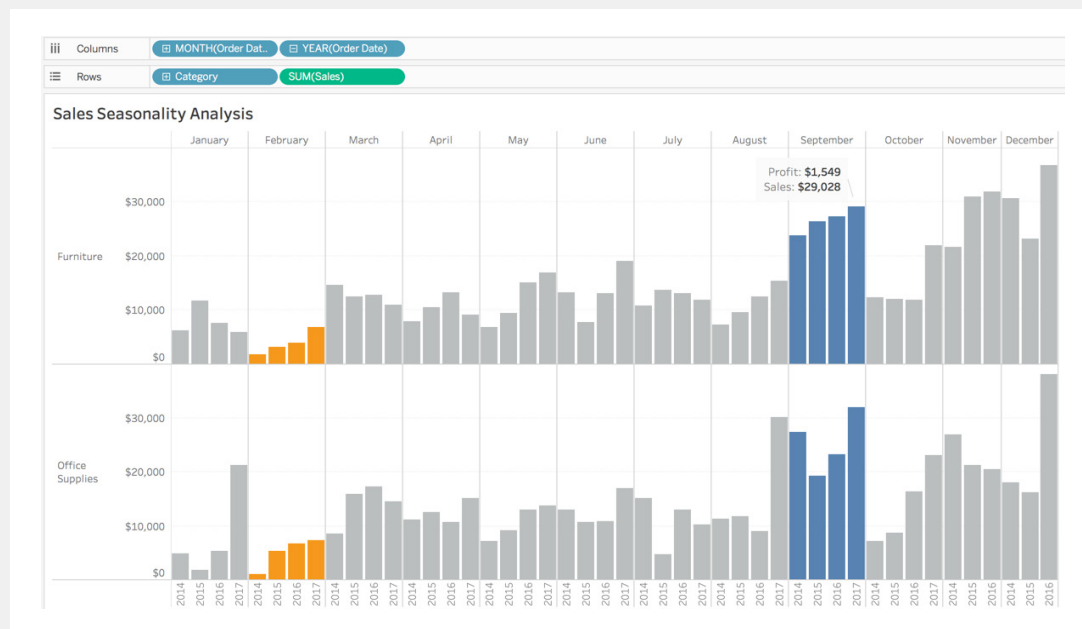


Cómo mantenerse al tanto de la rentabilidad

Las ventas no siempre equivalen a beneficios. El departamento de operaciones de ventas está en una posición privilegiada para ayudar a su equipo a encontrar los tratos adecuados, que son aquellos que llevan a ingresos netos y un flujo de caja positivo para la empresa, y no los que generan costos generales imposibles. En este dashboard, se muestran las ventas y los beneficios por segmento, línea de productos y región, lo que permite a los líderes de ventas identificar rápidamente las actividades de venta no rentables y actuar para solucionar el problema.



El uso de elementos visuales para analizar tendencias estacionales brinda la capacidad de predecir tendencias futuras, hacer pronósticos y planear correspondientemente. También puede tomar decisiones basadas en datos de trimestres históricamente improductivos, bajones estivales y auges de fin de año. Al tener los resultados de un mismo mes natural apilados uno junto a otro, resulta fácil observar las tendencias cíclicas que influyen en el aumento o la disminución de las ventas.



¿Está listo para maximizar las posibilidades de sus datos?

Las organizaciones de ventas necesitan una cantidad constante de datos útiles para seguir siendo competitivas, garantizar la satisfacción de los clientes y determinar dónde deben enfocar sus próximas iniciativas. Mantener la ventaja competitiva en un entorno de ventas dinámico también implica ser innovador. Con una plataforma de datos lo suficientemente flexible y eficiente para analizar todos los datos de ventas, estará listo para aprovechar el potencial de las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático, entre otros.

Si ya usa dashboards de ventas, compare cómo se obtiene la información a partir de los datos con Tableau. Para obtener más información, siga los enlaces de recursos que se detallan a continuación.





Acerca de Tableau

Tableau ayuda a las personas a transformar los datos en información útil. Explore con análisis visuales ilimitados. Diseñe dashboards y haga análisis ad hoc con unos pocos clics. Comparta su trabajo con quien quiera y genere un impacto positivo en su empresa. Todo tipo de personas utilizan Tableau para ver y comprender sus datos. Esto incluye desde un analista individual que busca un rendimiento de ventas específico hasta los ejecutivos de ventas que desean evaluar el rendimiento general en la canalización y la capacidad para alcanzar los objetivos de la empresa.

Materiales relacionados

- [Kit de inicio para operaciones de ventas](#): Incluye todo lo que necesita para comenzar a usar Tableau en el departamento de ventas.
- [Página de soluciones de análisis de ventas de Tableau](#): Recurso centralizado para entender cómo Tableau ayuda a los profesionales de ventas a ver y comprender sus datos.
- [Caso práctico de análisis de ventas de MillerCoors](#): Esta marca de cerveza estableció una única fuente de veracidad para los informes de ventas, lo que aumentó la visibilidad para detectar oportunidades y vender más productos.

Explore otros recursos

- [Demostraciones de productos](#)
- [Capacitación y tutoriales](#)
- [Comunidad y Soporte](#)
- [Historias de clientes](#)
- [Soluciones](#)