



Guía

Automatización de procesos en áreas comerciales.



Tabla de contenidos

- Introducción
- ¿Por qué tu empresa no puede esperar?
- Cómo identificar qué procesos automatizar
- ¿Qué puedes automatizar en área comercial?
- Casos reales de automatización
- Cómo abordar la automatización de forma estructurada
- MasterBase® como plataforma de automatización





Introducción

Las áreas comerciales son responsables directas de la generación de ingresos de una empresa. Sin embargo, gran parte de su operación diaria no está centrada en vender, sino en ejecutar procesos que permiten que la venta ocurra.

La gestión de prospectos, la elaboración de cotizaciones, el seguimiento de oportunidades, la coordinación interna y el registro de información son solo algunos de los procesos que acompañan el ciclo comercial.

En muchas organizaciones, estos procesos se ejecutan de forma manual o sobre herramientas que no están completamente integradas. Esto genera ineficiencias, pérdida de información y falta de visibilidad sobre el estado real de las oportunidades.

El impacto es directo: menor productividad comercial, dificultades para hacer seguimiento y pérdida de oportunidades de negocio.

La automatización de procesos en áreas comerciales permite abordar este problema desde su base. No se trata solo de agilizar tareas, sino de estructurar el proceso comercial, asegurando que cada etapa se ejecute de forma consistente y que la información esté disponible en todo momento.

Esta guía tiene como objetivo mostrar cómo identificar, estructurar y automatizar procesos comerciales, permitiendo mejorar la eficiencia y aumentar la capacidad de cierre de negocios.





¿Por qué tu empresa no puede esperar?

El entorno comercial actual exige rapidez, orden y capacidad de seguimiento continuo. Las oportunidades de negocio se generan en múltiples canales y requieren una gestión oportuna para concretarse.

Cuando los procesos comerciales no están estructurados, aparecen problemas que afectan directamente los resultados. Las oportunidades no se gestionan de forma consistente, el seguimiento depende de cada ejecutivo y la información no siempre está disponible o actualizada.

Esto genera una operación fragmentada, donde cada vendedor trabaja de manera independiente, dificultando la coordinación y el control.

Además, la falta de estandarización aumenta el riesgo de errores, duplicidad de esfuerzos y pérdida de oportunidades.

Automatizar procesos comerciales permite establecer una forma clara de gestionar cada etapa del ciclo de venta. Desde la captura de un prospecto hasta el cierre de una oportunidad, cada proceso puede ser definido, estructurado y ejecutado de manera consistente.

Esto no solo mejora la eficiencia, sino que permite tener visibilidad real sobre la operación comercial y tomar decisiones con mejor información.



Cómo identificar qué procesos automatizar



En las áreas comerciales, los procesos más relevantes para automatizar son aquellos que impactan directamente la gestión de oportunidades y la productividad de los equipos.

Se trata de procesos que se repiten constantemente, que requieren seguimiento y que dependen de información que debe estar disponible en el momento adecuado.

Ejemplos claros son la gestión de prospectos, la generación de cotizaciones, el seguimiento de oportunidades o la coordinación de actividades comerciales.

Cuando estos procesos se ejecutan de forma manual, tienden a ser inconsistentes y difíciles de escalar. Cada ejecutivo puede gestionarlos de manera distinta, lo que dificulta el control y la medición.

La automatización permite estandarizar estos procesos, asegurando que se ejecuten de la misma forma en todos los casos y que la información esté centralizada.

El foco debe estar en procesos donde la mejora sea evidente: reducción de tiempos, mejor seguimiento o mayor visibilidad del pipeline comercial.



¿Qué puedes automatizar en áreas comerciales?

El proceso comercial está compuesto por múltiples etapas que pueden ser estructuradas y automatizadas.

Uno de los principales procesos es la captura y gestión de prospectos. Centralizar esta información permite evitar duplicidades y asegurar que cada oportunidad sea gestionada correctamente.

Otro proceso clave es la generación de cotizaciones. En muchos casos, esto implica recopilar información, estructurarla y presentarla de forma consistente. Automatizar este proceso permite reducir tiempos y asegurar coherencia en la propuesta comercial.

El seguimiento de oportunidades también es un punto crítico. Definir procesos que permitan activar recordatorios, registrar interacciones y dar continuidad a cada oportunidad mejora significativamente la tasa de cierre.

Adicionalmente, la gestión de la actividad comercial, como la agenda de los vendedores o el registro de contactos, puede estructurarse como un proceso automatizado, permitiendo mayor control y visibilidad.

En todos estos casos, la automatización permite transformar la gestión comercial desde un enfoque individual a uno estructurado y controlado.



Casos reales de automatización

La automatización en áreas comerciales se enfoca en resolver problemas concretos que afectan la gestión de ventas.

Un caso frecuente es la automatización de la solicitud de cotizaciones. En lugar de depender de la intervención directa de un ejecutivo para cada solicitud, es posible estructurar un proceso que permita capturar la información necesaria y generar una cotización de forma automática. Esto permite responder de manera inmediata y mejorar la experiencia del cliente.

Otro ejemplo es la generación y seguimiento de cotizaciones. Al automatizar este proceso, es posible asegurar que todas las propuestas mantengan un formato consistente y que cada una tenga un seguimiento definido, evitando que oportunidades queden sin gestionar.

También es común la automatización de la gestión de prospectos. Centralizar la información en una única base permite evitar duplicidades, asignar responsables y medir la gestión comercial de forma más precisa.

Finalmente, la estructuración de la agenda comercial permite registrar cada interacción, priorizar acciones y mantener un control sobre la actividad de los equipos.

Estos casos reflejan cómo la automatización permite mejorar tanto la eficiencia como la efectividad del proceso comercial.





Casos de éxito

Automatización de procesos en áreas comerciales

Caso I: Solicitud de Cotización

Dependiendo de la empresa y de una multiplicidad de variables, una cotización puede ser muy sencilla o muy compleja.

Y, por lo general, debe ser elaborada y entregada por un ejecutivo de venta directa.



Necesidad:

Automatizar en el sitio web un proceso que permita al usuario solicitar una cotización, a la que se suma todos los factores relevantes, en modalidad 24/7.



Solución de automatización:

- Se configura un proceso automatizado que incorpora todas las variables para generar la cotización, en forma automática.





Casos de éxito

Automatización de procesos en áreas comerciales

Caso II: Diseño y seguimiento de cotización

Mantener la imagen corporativa en la entrega formal de cotizaciones.

Hacer seguimiento a cada cotización para medir la respuesta de los clientes potenciales.



Necesidad:

Automatizar tanto la elaboración de cotizaciones a partir de plantillas prediseñadas como el envío de mensajes y recordatorios que hagan seguimiento a cada cotización entregada.



Solución de automatización:

- Se configura un proceso automatizado que permite incorporar la data variable de la cotización en una plantilla, junto a la fecha y los datos de contacto del cliente.





Casos de éxito

Automatización de procesos en áreas comerciales

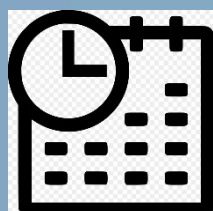
Caso III: Agenda del vendedor

En un escenario con múltiples dispositivos y canales en los que interactuar, el orden es fundamental.

Por ello se debe organizar adecuadamente la gestión del vendedor y dejar un respaldo para la empresa.

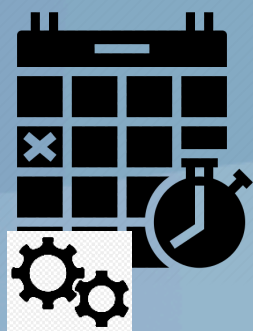


Necesidad:



Jerarquizar la gestión del vendedor, con el objetivo de mejorar su productividad, respaldar su trabajo y, a la vez, permitir a los supervisores monitorear su labor.

Solución de automatización:



- ✓ Se configura una solución que registra cada contacto realizado por el vendedor, a los que se asigna grados de prioridad y acciones a seguir, calendarizadas.



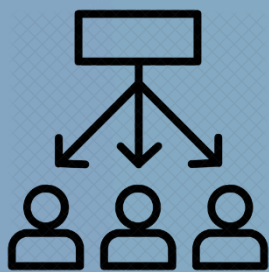


Casos de éxito

Automatización de procesos en áreas comerciales

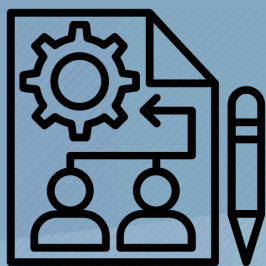
Caso IV: Base centralizada de prospectos

Cuando los vendedores manejan su agenda en forma independiente, puede ocurrir que dos ejecutivos contacten al mismo cliente, o que no se distinga quién lo contactó y quién cerró el trato.



Necesidad:

Llevar un control centralizado de prospectos, que identifique claramente el ejecutivo asignado y permita medir cantidad de clientes potenciales de cada vendedor



Solución de automatización:

- ✓ Se configura un proceso con una base de datos única, en la que cada vendedor ingresa sus prospectos. Si el prospecto ya está en la base, no se le puede volver a ingresar.





Cómo abordar la automatización de forma estructurada

La automatización en áreas comerciales debe abordarse desde una perspectiva de proceso, no de tareas individuales.

El primer paso es entender cómo se gestiona actualmente el ciclo comercial, identificando sus etapas, los puntos de interacción y la información que se utiliza.

A partir de esto, se define una estructura clara del proceso, estableciendo cómo debe ejecutarse cada etapa y qué resultados se esperan.

La automatización se construye sobre esta base, permitiendo que el proceso se ejecute de forma consistente, sin depender de la gestión individual de cada ejecutivo.

Este enfoque permite no solo mejorar la operación actual, sino también generar una base que facilite la escalabilidad del negocio.



¿Cómo automatizamos los procesos?



Configware

Consiste en configurar **procesos automatizados** a partir de la combinación de diferentes herramientas previamente definidas y que permiten múltiples propósitos adaptables según los objetivos de su negocio.



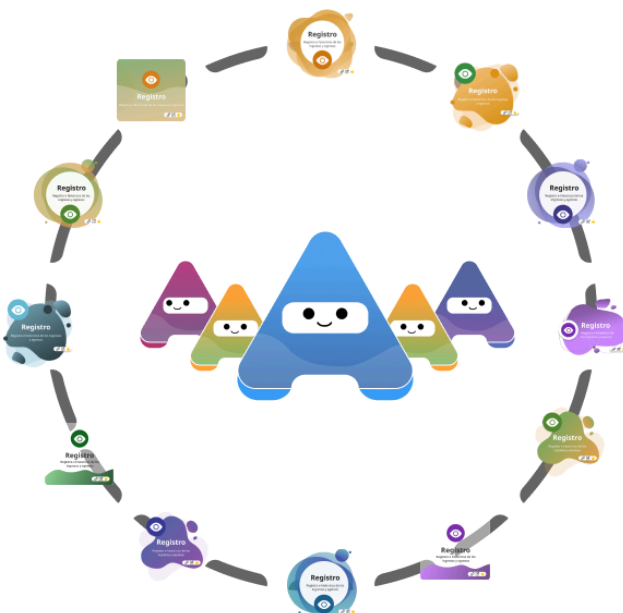
Disponemos de **herramientas** para combinar y configurar cualquier proceso



Existen miles de **Autómatas** on demand disponibles capaces de leer los procesos configurados y ejecutarlos completamente.



Configware permite automatizar procesos de forma más eficiente en tiempo y costo, de manera flexible y rápida, logrando así **adaptarse** a las disrupciones que vendrán en el futuro en nuestros negocios.



MasterBase®

Quiénes somos

MasterBase® OU y su automatización de procesos con Autómatas inteligentes te permite automatizar desde tareas individuales hasta sistemas esenciales que sostienen tu organización, convirtiéndolos en estructuras operativas con control, continuidad y productividad a escala.

Construimos y operamos nuestro propio software, entregamos productos de automatización y utilizamos esa misma automatización para ejecutar nuestras propias operaciones.



Presencia y trayectoria

MasterBase® cuenta con más de dos décadas de experiencia respaldando a miles de empresas de distintos sectores —banca, salud, seguros, comercio minorista, organizaciones internacionales, entre otros.

Con presencia internacional en Europa y América y sede central en Estonia, miembro de la Unión Europea, referente mundial en innovación digital y gobierno electrónico.

Con miles de millones de ejecuciones de procesos automatizados, proporcionamos operaciones críticas a gran escala con continuidad, eficiencia, seguridad y alta disponibilidad.

Conoce más de nuestros productos en masterbase.com