

Gestionar leads y oportunidades similares

Odoo detecta los *leads* y *oportunidades* similares dentro de la aplicación CRM de forma automática. Identificar estos registros duplicados permite fusionarlos sin perder información en el proceso, mantiene el *flujo organizado* y evita que los clientes sean contactados por más de un vendedor.

Nota

No se pierde información al fusionar oportunidades. Los datos de la otra oportunidad se registran en el chatter y en los campos de información como referencia.

Identificar leads y oportunidades similares

Los leads y oportunidades similares se identifican comparando la *dirección de correo electrónico* y el *número de teléfono* del contacto asociado. En caso de que encuentre uno parecido, aparece el botón inteligente *Leads similares* en la parte superior del registro del lead (u oportunidad).

The screenshot shows the Odoo CRM interface for a lead record. At the top, there is a navigation bar with buttons for 'New', 'Pipeline', 'Global Solutio...', 'No Meeting', 'Quotations', 'Rentals', and 'Similar Leads'. A red arrow points to the 'Similar Leads' button. Below the navigation bar, there are buttons for 'New Quotation', 'New Rental', 'Won', 'Lost', 'Enrich', and a Kanban view with stages 'New', 'Qualified 2d', 'Proposition', and 'Won'. The main content area displays lead details: 'Global Solutions: Furnitures', 'Expected Revenue \$ 3,800.00', 'Probability 66.11 % at 90.00 %', 'Customer Ready Mat - US12345675', 'Email Robin@deltapc.example.com', 'Phone (803)-873-6126', 'Salesperson Mitchell Admin', 'Expected Closing 04/01/2024', and 'Tags Design X'.

Comparación de leads y oportunidades similares

Vaya a **CRM** ► **Flujo** o **CRM** ► **Leads** para comparar los detalles de leads u oportunidades similares. Abra un lead u oportunidad y haga clic en el botón inteligente **Leads similares** para ir a la vista de kanban donde aparecerán las oportunidades o leads que sean similares. Haga clic en una tarjeta para ver los detalles del lead u oportunidad y confirmar si deben fusionarse.

Fusionar leads y oportunidades similares

⚠ Importante

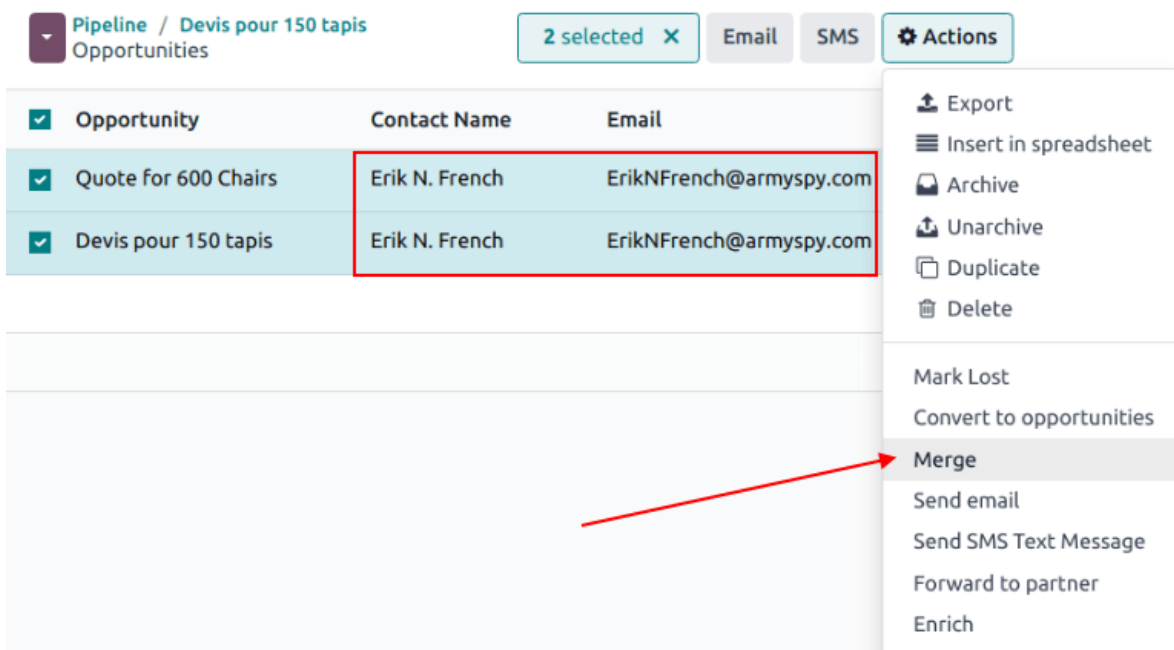
Al realizar la fusión, Odoo prioriza el lead u oportunidad que se creó primero en el sistema y fusionará la información en ese lead. Si fusiona un lead y una oportunidad, el registro resultante se denomina oportunidad, sin importar qué registro se creó primero.

Después de confirmar que los leads y las oportunidades deben fusionarse, regrese a la vista de kanban con las migas de pan o haga clic en el botón inteligente **Leads similares**. Haga clic en el icono ☰ (**lista**) para cambiar a la vista de lista.

Seleccione la casilla ubicada en el lado izquierdo de la página para los leads y las oportunidades que se fusionarán. Luego, haga clic en el icono ⚙ **Acciones** que se encuentra la parte superior de la página para abrir el menú desplegable y allí seleccione la opción **Fusionar** para fusionar las oportunidades (o leads) que seleccionó.

Al seleccionar **Fusionar** en el menú desplegable ⚙ **Acciones** aparece la ventana emergente **Fusionar**. En la sección **Asignar oportunidades** a seleccione un **vendedor** o a un **equipo de ventas** de los menús desplegables apropiados en caso de que sea necesario.

Debajo de esos campos aparecen los leads y las oportunidades a fusionar, así como su información relacionada. Haga clic en **Fusionar**.



The screenshot shows the Odoo interface for a pipeline named 'Devis pour 150 tapis' under 'Opportunities'. Two items are selected, indicated by a '2 selected' button. The 'Actions' menu is open, showing options like 'Export', 'Insert in spreadsheet', 'Archive', 'Unarchive', 'Duplicate', 'Delete', 'Mark Lost', 'Convert to opportunities', 'Merge', 'Send email', 'Send SMS Text Message', 'Forward to partner', and 'Enrich'. A red arrow points to the 'Merge' option. Below the menu, a table displays the selected items:

<input checked="" type="checkbox"/>	Opportunity	Contact Name	Email
<input checked="" type="checkbox"/>	Quote for 600 Chairs	Erik N. French	ErikNFrench@armyspy.com
<input checked="" type="checkbox"/>	Devis pour 150 tapis	Erik N. French	ErikNFrench@armyspy.com

Peligro

La fusión es irreversible, **no** lo haga a no ser que esté completamente seguro de que los leads y las oportunidades se deben fusionar.

Cuándo no se deben fusionar los leads u oportunidades

Puede haber casos en los que se identifique un lead o una oportunidad similares, pero que *no* deban fusionarse. Estas circunstancias varían en función de los procesos del equipo de ventas y de la organización. A continuación se enumeran algunos posibles escenarios.

Leads perdidos

Si un lead u oportunidad se marca como **perdido**, todavía es posible fusionarlo con un lead u una oportunidad activos. El lead u oportunidad resultante se marca como activa y se agrega al flujo.

Diferente contacto dentro de una misma organización

Los leads u oportunidades de la misma organización, pero con diferentes puntos de contacto, pueden no tener las mismas necesidades. En este caso, es mejor *no* fusionar estos registros, aunque asignar el mismo vendedor, o equipo de ventas, puede evitar la duplicación de trabajo y la falta de comunicación.

Duplicados existentes con más de un vendedor

Si existe más de un lead u oportunidad en la base de datos, es posible que haya varios vendedores asignados a ellos que estén trabajando activamente en ambos de forma independiente y al mismo tiempo. Aunque es posible que estos leads u oportunidades deban gestionarse por separado, se recomienda etiquetar a los vendedores afectados en una nota interna para que sean visibles.

La información de contacto es similar pero no la misma




Los leads y las oportunidades similares se identifican comparando las direcciones de correo electrónico y los números de teléfono de los contactos asociados. Sin embargo, si la dirección de correo electrónico es *similar*, pero no *exacta*, es posible que deban seguir siendo independientes.

Example

Hay tres leads distintos en el flujo asignados a diferentes vendedores y se identificaron como *leads similares* debido al correo electrónico de los contactos.

Dos de los leads parecen ser de la misma persona, Robin y tienen correos electrónicos idénticos. Estos leads se deberían fusionar.

El tercer lead tiene el mismo dominio de correo, pero la dirección es diferente, así como el nombre del contacto. Aunque este lead es muy probablemente de la misma organización, es de un contacto diferente y **no** se deben fusionar.

<input type="checkbox"/> Opportunity	Contact Name	Email	Salesperson
<input type="checkbox"/> Global Solutions: Furnitures	Robin Smith	Robin@deltapc.example.com	 Mitchell Admin
<input type="checkbox"/> Office Design and Architecture	Robin	Robin@deltapc.example.com	 Maggie Davidson
<input type="checkbox"/> Furnitures for new location	Napoleon Grabert	Napoleon@deltapc.example.com	 Marc Demo