

CRM

La aplicación **CRM de Odoo** le ayuda a organizar su actividad de ventas y le permite dar seguimiento a sus leads, cerrar oportunidades y obtener pronósticos precisos. Organice sus oportunidades con ayuda del flujo y gestione sus actividades diarias con reuniones y próximas actividades.

Ver también

❖ [Tutoriales de Odoo: CRM](#)

Organizar un flujo

- ✚ [Actividades](#)
- ✚ [Gestión de oportunidades perdidas](#)
- ✚ [Varios equipos de venta](#)

Obtener leads

- ✚ [Convertir leads en oportunidades](#)
- ✚ [Generar leads y oportunidades](#)
- ✚ [Crear y enviar cotizaciones](#)
- ✚ [Minado de leads](#)

Asignar y rastrear leads

- ✚ [Rastrear las visitas de sus prospectos](#)
- ✚ [Asignación de leads con la puntuación predictiva de leads](#)

Analizar el rendimiento

- ✚ [Análisis del flujo](#)

Mejoras para su trabajo diario

- ✚ [Mejorar la base de contactos con Autocompletar contacto](#)
- ✚ [¿Cómo motivar y recompensar a mis vendedores?](#)

Actividades

Las *actividades* son tareas de seguimiento vinculadas a un registro en una base de datos de Odoo. Estas se pueden planear desde cualquier página de la base de datos que contenga un hilo del *chatter*, una vista kanban, una vista de lista o una vista de actividades de una aplicación.

Planear actividades

Una forma de crear actividades es hacer clic en el botón **Planear actividades**, ubicado en la parte superior del *chatter* en cualquier registro. En la ventana emergente que aparece, seleccione un **Tipo de actividad** del menú desplegable.

Truco

Las aplicaciones individuales tienen una lista de *tipos de actividad* específicas de esa aplicación. Por ejemplo, para ver y editar las actividades disponibles de la aplicación *CRM* debe ir a **CRM ▶ Configuración ▶ Tipos de actividad**.

Escriba un título para la actividad en el campo **Resumen** que se ubica en la ventana emergente de **Planear actividad**.

Para asignar la actividad a un usuario diferente, seleccione un nombre del menú desplegable de **Asignado a**. Si no selecciona a nadie, el usuario que crea la actividad será asignado de manera automática.

Por último, agregue cualquier información adicional que desee en el campo opcional **Escribir una nota...**

Nota

El campo **Fecha límite** en la ventana emergente de **Planear actividad** se completa de manera automática según los ajustes de la configuración para el **tipo de actividad** que seleccionó. Sin embargo, puede cambiar esta fecha si selecciona un día en el calendario en el campo **Fecha límite**.

Por último, haga clic en uno de los siguientes botones:

- ❖ **Planear**: agrega la actividad al *chatter* en la sección **Actividades planeadas**.

- ❖ **Marcar como hecho:** agrega los detalles de la actividad al chatter en la sección **Hoy**. La actividad no se planea, sino que se marca automáticamente como hecha.
- ❖ **Hecha y planear siguiente:** agrega la tarea en la sección **Hoy** marcada como hecha y abre una nueva ventana para otra actividad.
- ❖ **Descartar:** descarta cualquier cambio hecho en la ventana emergente.

Schedule Activity ×

Activity Type	Follow-up Quote	▼
Summary	Send follow-up email	
Due Date	01/03/2024	▼
Assigned to	Mitchell Admin	▼ 

Connect with lead to follow-up about quote from 12/03.

SCHEDULE MARK AS DONE DONE & SCHEDULE NEXT DISCARD

Nota
Según el tipo de actividad, el botón **Planear** se reemplazará por un botón de **Guardar** o uno de **Abrir calendario**.

Las actividades planeadas se agregan al chatter para el registro en **Actividades planeadas**.

Send message Log note  Schedule activity  0  Following  2

 **Planned activities**

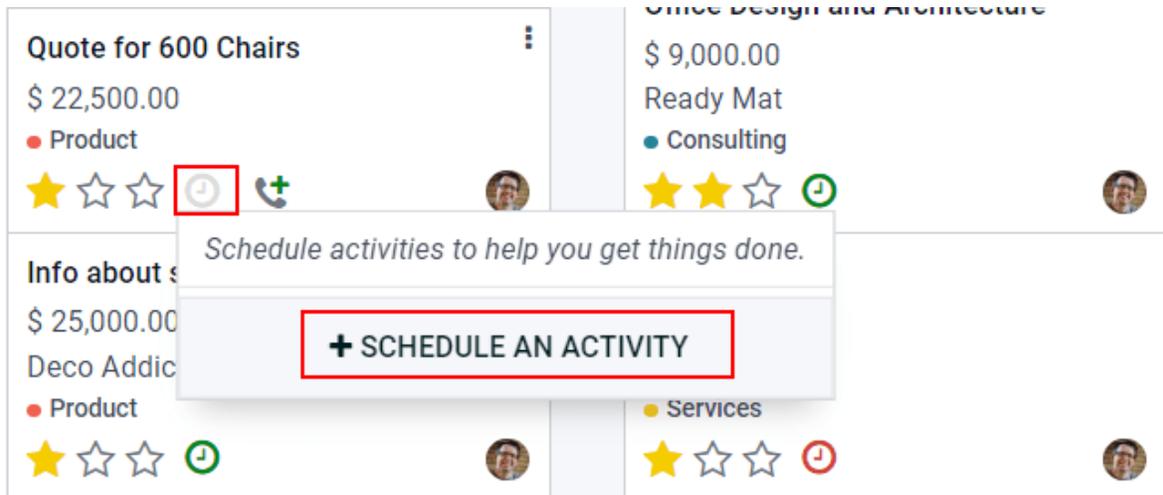
 **Today: "Conf call with technical service"** for Mitchell Admin 
 Mark Done  Edit  Cancel

 **Today: Meeting** for Mitchell Admin 
 Mark Done  Edit  Cancel

Las actividades también se pueden planear desde la vista kanban, de lista o de actividades en una aplicación.

Vista Kanban vista de lista Vista de actividad

Seleccione un registro en donde se planeará una actividad. Haga clic en el icono ⌚ (**reloj**), luego en **Planear una actividad** y luego complete el formulario emergente.



The screenshot displays a Kanban board with three cards. The top card is titled 'Quote for 600 Chairs' with a value of \$22,500.00 and is categorized as 'Product'. It has three yellow stars and a clock icon highlighted with a red box. The middle card is titled 'Info about s' with a value of \$25,000.00 and is categorized as 'Product'. It has three yellow stars and a green clock icon. The bottom card is titled 'Deco Addic' with a value of \$9,000.00 and is categorized as 'Services'. It has three yellow stars and a red clock icon. A modal window is open over the middle card, displaying the text 'Schedule activities to help you get things done.' and a button labeled '+ SCHEDULE AN ACTIVITY' which is also highlighted with a red box.

Nota

Los colores de actividad, y su relación con la fecha límite de la misma, son consistentes en Odoo sin importar el tipo de actividad o de vista.

- ❖ Las actividades que aparecen de color **verde** indican que la fecha límite es en algún momento del futuro.
- ❖ El color **amarillo** indica que la fecha límite es para hoy.
- ❖ El color **rojo** indica que la actividad está vencida y la fecha límite ya pasó.

Por ejemplo, si crea una actividad para una llamada y la fecha límite pasa, la actividad aparecerá con un teléfono rojo en la vista de lista y con reloj rojo en la vista kanban.

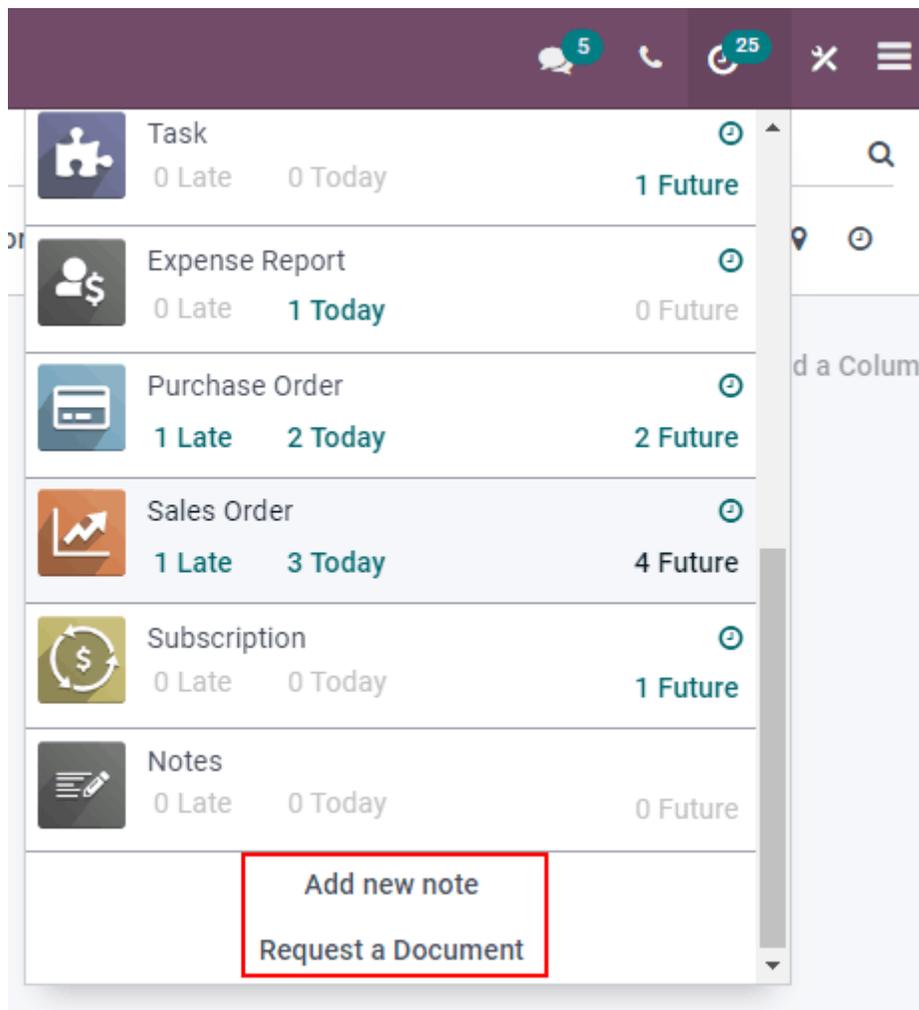
Vista de las actividades planeadas

Para ver las actividades planeadas, puede abrir la aplicación **Ventas** o **CRM** y hacer clic en el icono ⌚ (**reloj**) que se ubica en la extrema derecha de las otras opciones de vista.

Esto hará que se abra un menú de actividades donde podrá ver todas las actividades programadas para el usuario por defecto. Para mostrar todas las actividades para todos los usuarios, quite el filtro **Mi flujo** desde la barra **de búsqueda**.

Para ver una lista consolidada de actividades agrupadas por la aplicación donde se crearon y por fecha límite, haga clic en el icono 🕒 **(reloj)** en el menú del encabezado para ver las actividades de esa aplicación específica en un menú desplegable.

Al final de este menú desplegable tendrá la posibilidad de **agregar una nota nueva** y **solicitar un documento** si hace clic en el icono 🕒 **(reloj)**.

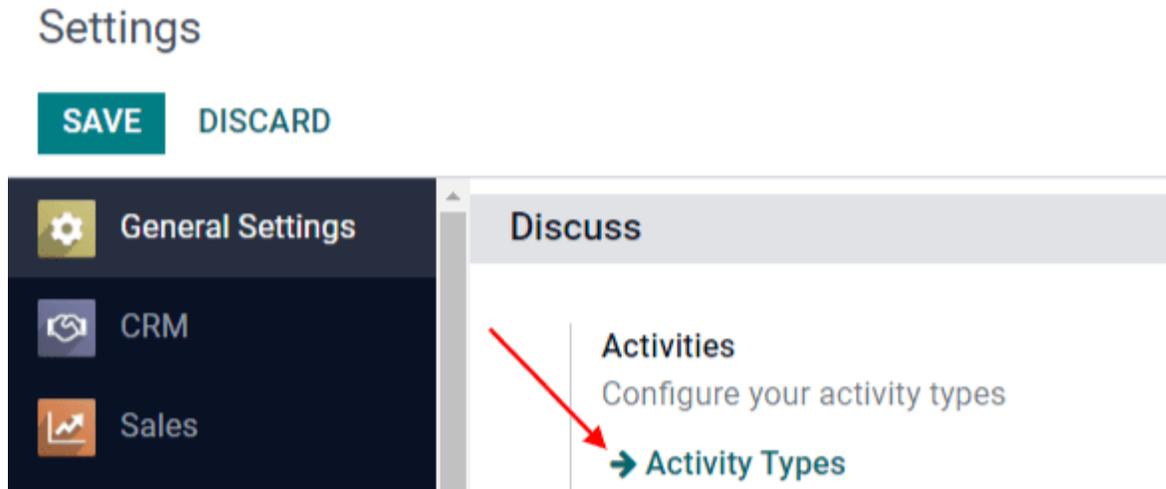


The screenshot shows a mobile application interface with a dark purple header bar containing notification icons (5), a phone icon, a refresh icon (25), and a menu icon. Below the header is a list of activity categories, each with an icon, a title, and counts for 'Late', 'Today', and 'Future' items. At the bottom of the list, there are two buttons: 'Add new note' and 'Request a Document', which are highlighted with a red rectangular box.

Activity	Late	Today	Future
Task	0	0	1
Expense Report	0	1	0
Purchase Order	1	2	2
Sales Order	1	3	4
Subscription	0	0	1
Notes	0	0	0

Configure los tipos de actividades

Para configurar los tipos de actividades en la base de datos, vaya a **Ajustes** ▶ **Conversaciones** ▶ **Actividades** ▶ **Tipos de actividades**.



Esto mostrará la página **Tipos de actividad**, donde podrá encontrar los tipos de actividad existentes.

Para editar un tipo de actividad existente, selecciónelo de la lista y después haga clic en **Editar**. Para crear un nuevo tipo de actividad, haga clic en **Crear**.

Primero debe elegir un **Nombre** para el nuevo tipo de actividad. Esto lo puede hacer en la parte superior de un formulario de actividad en blanco.

Name

Prepare Demo

Activity Settings

Action	Reminder
Default User	Mitchell Admin
Default Summary	Create and update demo materials

Next Activity

Chaining Type	Suggest Next Activity
Suggest	Upload Document
Schedule	1 days after previous activity dead

Ajustes de actividad

Acción

El campo *Acción* especifica el propósito de la actividad. Algunas acciones activarán comportamientos específicos después de programar una actividad.

- ❖ Si selecciona **Subir documento**, se agregará un enlace para subir un documento directamente a la actividad planeada en el chatter.
- ❖ Si selecciona **Llamada** o **Junta** los usuarios tendrán la opción de abrir su calendario para agendar esta actividad.
- ❖ Si selecciona **Solicitar firma** se agregará un enlace en el chatter de la actividad planeada. Al hacer clic en este enlace se abrirá una ventana emergente para solicitar la firma.

Nota

Las acciones disponibles que puede seleccionar en el tipo de actividad varían dependiendo de las aplicaciones que tienen en la base de datos.

Usuario predeterminado

Para asignar esta actividad a un usuario específico de manera automática al programar este tipo de actividad, seleccione un nombre desde el menú desplegable **Usuario predeterminado**. Si este campo se deja en blanco, se asignará una actividad al usuario que cree la actividad.

Resumen predeterminado

Para incluir notas al crear este tipo de actividad debe ingresarlas en el campo **Resumen predeterminado**.

Nota

La información en los campos **Usuario y Resumen predeterminados** se incluye en la actividad creada. Sin embargo, se pueden alterar antes de que la actividad se programe o se guarde.

Siguiente actividad

Para sugerir o activar una actividad de manera automática después de que una actividad se marca como completada, se debe configurar el **Tipo de encadenamiento**.

Sugerir la siguiente actividad

En el campo **Tipo de encadenamiento** seleccione **Sugerir siguiente actividad**. Al hacerlo, el campo de abajo cambiará a **Sugerir**. Haga clic en este campo para seleccionar las actividades que recomienda como actividades que le sigan a este tipo de actividad.

En el campo **Horario** seleccione una fecha límite predeterminada para estas actividades. Para hacerlo, configure un número específico de **Días, Semanas,**

o **Meses**. Después, decida si debe pasar **después de la fecha de finalización** o **después de la fecha límite de actividad anterior**.

Puede alterar la información del campo **Horario** antes de agendar la actividad.

Al completar todas las configuraciones, haga clic en **Guardar**.

Schedule an Activity

Recommended Activities

Activity Type	To Do	▼
Summary	Present Proposal	
Due Date	10/03/2023	▼
Assigned to	Mitchell Admin	▼ 

Nota

Si una actividad tiene el **Tipo de encadenamiento** configurado como **Sugerir siguiente actividad** y tiene actividades enlistadas en el campo **Sugerir**, los usuarios obtendrán recomendaciones de actividades que pueden ser el siguiente paso.

Activar la siguiente actividad

Si configura el **Tipo de encadenamiento** a **Activar siguiente actividad** hará que la siguiente actividad se active de inmediato una vez que la actividad previa se termine.

Si selecciona **Activar la siguiente actividad** en el campo **Tipo de encadenamiento**, el campo de abajo cambiará a **Activador**. Desde el menú desplegable del campo **Activador** seleccione la actividad que se debería iniciar una vez que esta actividad se complete.

En el campo **Horario** seleccione una fecha límite predeterminada para estas actividades. Para hacerlo, configure un número específico de **Días, Semanas, o Meses**. Después, decida si debe pasar **después de la fecha de finalización** o **después de la fecha límite de actividad anterior**.

Puede alterar la información del campo **Horario** antes de agendar la actividad.

Al completar todas las configuraciones, haga clic en **Guardar**.

Schedule Activity ×

Activity Type	Call	▼
Summary	Introduction	
Due Date	09/30/2023	▼
Assigned to	Mitchell Admin	▼ 

Spoke with purchasing manager|

OPEN CALENDAR

SAVE

DONE & LAUNCH NEXT

DISCARD

Nota

Cuando una actividad tiene el **Tipo de encadenamiento** como **Activar siguiente actividad**, marque la actividad como **Lista** para iniciar la siguiente actividad enlistada en el campo **Activador**.

Ver también

- ❖ [Fundamentos sobre Conversaciones](#)
- ❖ [Uso de canales para la comunicación en equipo](#)

Gestión de oportunidades perdidas

No todas las oportunidades resultan en una venta. Para mantener el flujo actualizado debe identificar las oportunidades perdidas. Saber por qué se perdió una oportunidad puede ser muy útil para futuras oportunidades.

Marcar un lead como perdido

Para marcar un lead como perdido, abra la aplicación **CRM** y seleccione un lead del flujo. De esta manera podrá ver el formulario de detalles del lead.

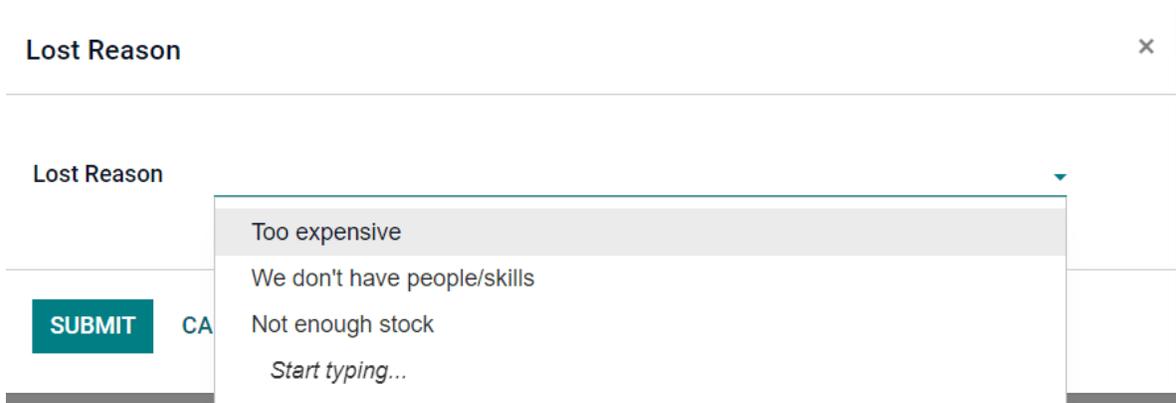
Después, haga clic en el botón **Perdido** que podrá encontrar en la parte superior del formulario del lead.



Esto abrirá la ventana emergente donde encontrará un campo de **Motivo de pérdida**. En el menú desplegable, seleccione un motivo de pérdida existente. Si ninguno de los motivos que se muestran aplican para este caso puede crear uno, solo lo tiene que ingresar en el campo **Motivo de pérdida** y haga clic en **Crear**.

Puede agregar notas o comentarios en donde dice nota de cierre, abajo del campo **Motivo de pérdida**.

Una vez que haya ingresado la información deseada en la ventana emergente de **Motivo de pérdida**, haga clic en **Marcar como perdido**.



Al hacer clic en **Marcar como perdido** la ventana emergente desaparecerá y Odoo lo llevará de vuelta al formulario de detalles del lead, donde aparecerá un nuevo listón de **Perdido** en la esquina superior derecha del lead.

Creación y edición de motivos de pérdida

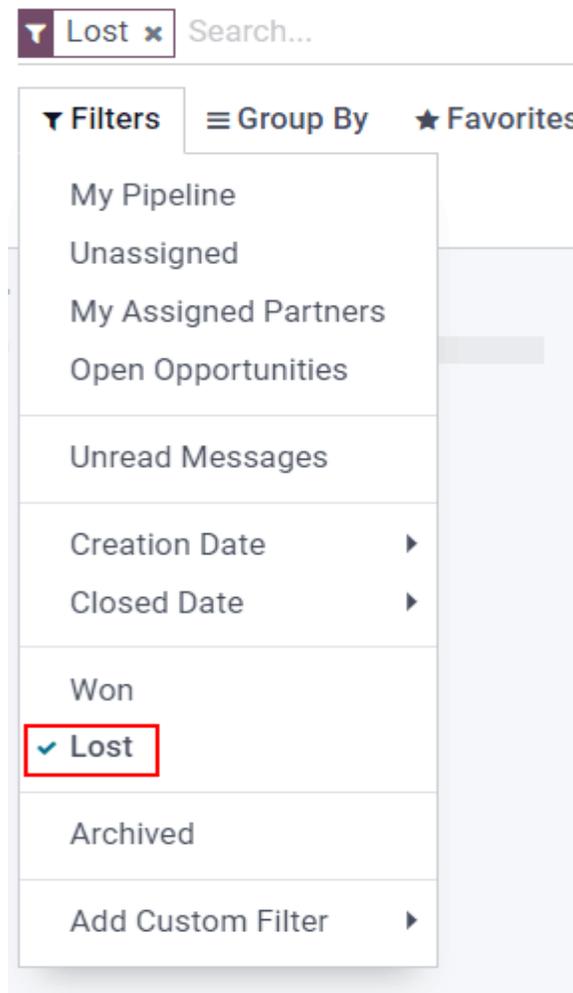
Para crear un nuevo motivo de pérdida, o editar uno existente, vaya a la aplicación **CRM ► Configuración ► Motivos de pérdida**.

Para editar un motivo existente, haga clic en el motivo que se debería modificar. Una vez que lo seleccione, cambie la descripción del motivo en el campo **Descripción**. Una vez que termine, haga clic en el botón **Guardar** ubicado en la esquina superior derecha.

Para crear un nuevo motivo de pérdida, haga clic en el botón **Nuevo** en la esquina superior izquierda de la página **Motivos de pérdida**. Así se mostrará una nueva línea en blanco en el campo **Descripción** donde podrá escribir un nuevo motivo de pérdida en esa línea nueva. Una vez que haya terminado, haga clic en **Guardar**.

Recuperar las oportunidades perdidas

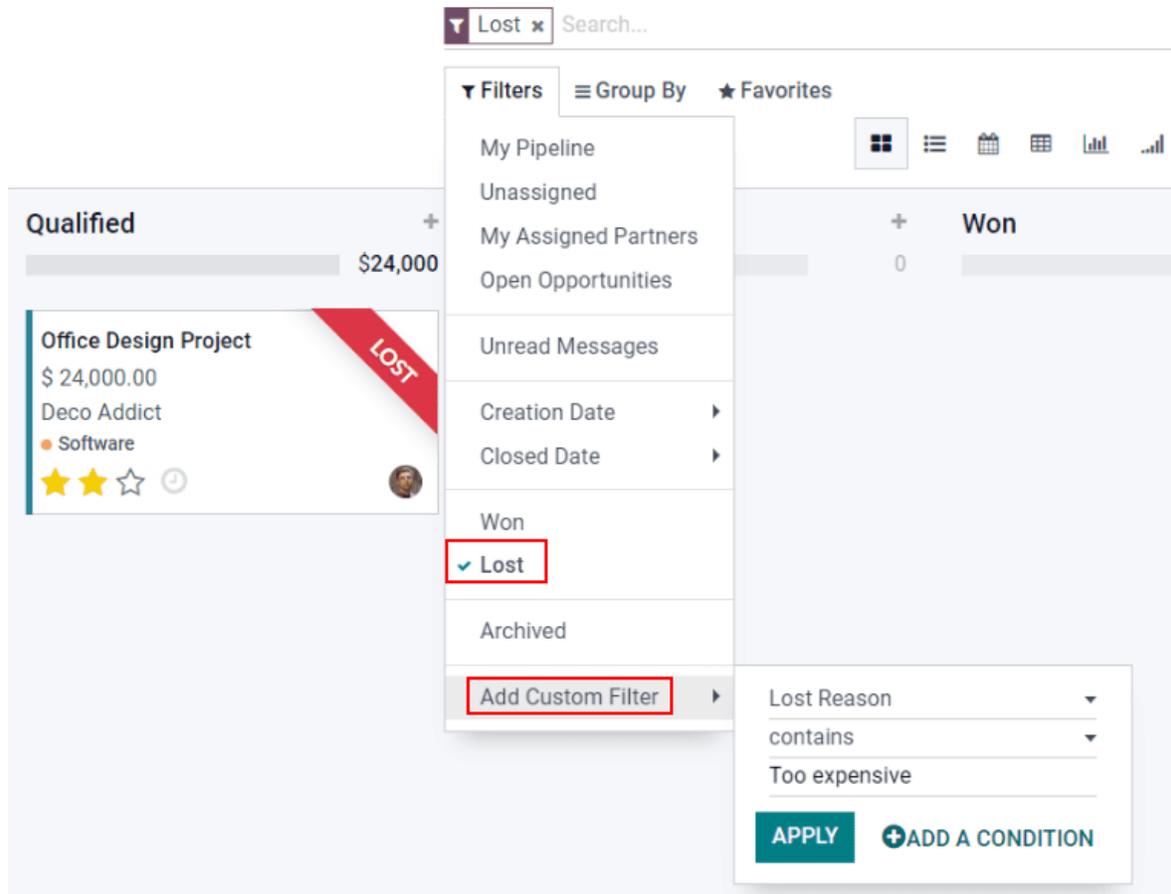
Para recuperar oportunidades perdidas en la aplicación CRM de Odoo, abra la **aplicación CRM** y quédese en el tablero principal llamado **Flujo**. Una vez aquí, haga clic en el menú desplegable **Filtros** que se encuentra en la barra de búsqueda.



En el menú desplegable **Filtros** seleccione la opción **Perdido**. Al hacerlo, en la página **Flujo** solo podrá ver los leads que se hayan marcado como **perdidas**.

Para filtrar leads por un motivo específico de pérdida, seleccione **Filtros ▶ Agregar filtro personalizado**. Al hacerlo aparecerá una ventana emergente con tres nuevos filtros.

En el menú desplegable del primer campo, seleccione **Motivo de pérdida**. En el menú desplegable del segundo campo, seleccione **Contiene**. Después, en el tercer campo de la ventana emergente **Agregar campo personalizado** escriba las palabras clave específicas. Para finalizar, haga clic en **Agregar**, al hacer esto, Odoó mostrará todos los leads perdidos que contengan las palabras clave que especificó.



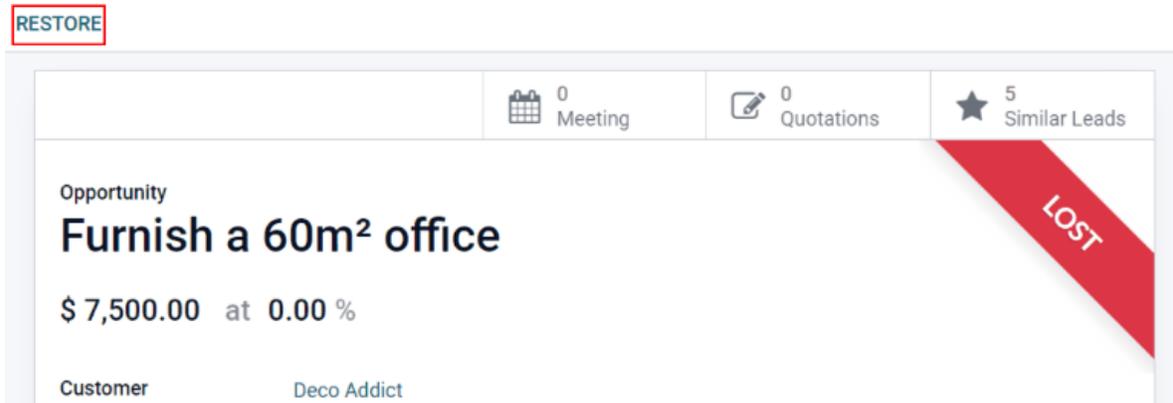
The screenshot shows a CRM interface with a search bar at the top containing 'Lost'. Below it, a 'Filters' menu is open, listing various pipeline stages and filters. The 'Lost' filter is selected and highlighted with a red box. Below the main filter list, an 'Add Custom Filter' option is also highlighted with a red box. A sub-menu for the custom filter is visible, showing 'Lost Reason' as the field and 'contains' as the operator, with 'Too expensive' entered as the value. An 'APPLY' button and an 'ADD A CONDITION' button are at the bottom of the sub-menu. In the background, a Kanban board is partially visible, showing a 'Qualified' column with a value of '\$24,000' and a 'Won' column with a value of '0'. A card in the 'Qualified' column is marked 'LOST' with a red diagonal banner.

Restablecer las oportunidades perdidas

Para restaurar una oportunidad perdida, vaya al tablero principal de **Flujo** en la aplicación **CRM**, abra el menú desplegable de **Filtros** y seleccione la opción **Perdido**. De esta manera se mostrarán las oportunidades **Perdidas** en la página.

En el kanban haga clic en el panel de la oportunidad perdida para restaurarla; se abrirá el formulario de detalles del lead.

Una vez en el formulario de detalles del lead, haga clic en el botón **Restaurar** que se encuentra en la esquina superior izquierda. Así se quitará el listón rojo de **Perdido** del formulario del lead y habrá restaurado la oportunidad.



The screenshot shows a CRM dashboard. At the top left, there is a red-bordered button labeled 'RESTORE'. To its right are three summary cards: '0 Meeting' with a calendar icon, '0 Quotations' with a document icon, and '5 Similar Leads' with a star icon. Below these is a card for an opportunity titled 'Furnish a 60m² office' with a value of '\$ 7,500.00 at 0.00 %' and customer 'Deco Addict'. A red diagonal banner with the word 'LOST' is overlaid on the right side of the opportunity card.

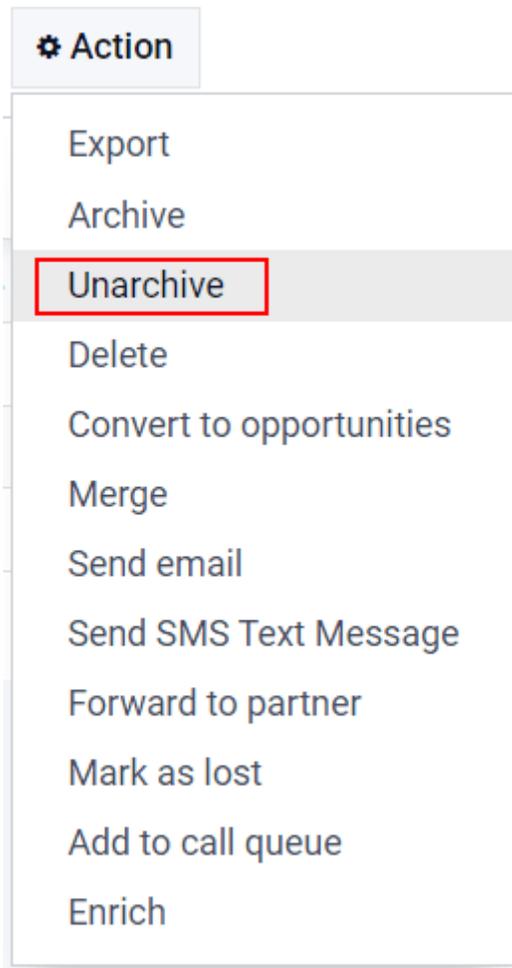
Restaurar varias oportunidades al mismo tiempo

Para restaurar varias oportunidades al mismo tiempo, vaya al tablero principal de **Flujo** en la aplicación *CRM*, abra el menú desplegable de **Filtros** y seleccione la opción **Perdido**.

Después, seleccione el icono de tres líneas **☰ (lista)** en la esquina superior derecha para activar la vista de lista. Al hacer esto, todos los leads del **Flujo** se mostrarán en forma de lista. Seleccione la casilla de verificación a la izquierda de cada lead u oportunidad que quiere restaurar.

Ya que haya seleccionado los leads u oportunidades deseadas, haga clic en el menú desplegable de **⚙️ Acción (engranaje)** en la parte superior de la página del **Flujo**. Desde el menú desplegable de **⚙️ Acción (engranaje)** seleccione **Desarchivar**.

Al hacer esto, las oportunidades seleccionadas desaparecerán de la página del **Flujo** puesto que ya no entran en el filtro **Perdido**. Para volver a ver los leads que acaba de restaurar, quite el filtro de la barra de búsqueda.



Ver también

Análisis del flujo

Varios equipos de venta

Use la función de *Equipos de venta* para gestionar varios equipos de venta, departamentos, o canales con su proceso de ventas único.

Cree un nuevo equipo de ventas

Para crear un nuevo equipo de ventas, vaya a **CRM ▶ Configuración ▶ Equipos de venta** y haga clic en **Crear**.

En la página de creación configure un **Seudónimo de correo electrónico**. De esta manera, si se envía un correo a esta dirección de correo, se creará un lead o una

oportunidad de manera automática para este equipo en específico. Usted puede elegir si acepta correos de **Todos**, **Contactos autenticados**, o **Solo seguidores**.

Si el equipo tiene una meta de ingresos, puede configurar un **Objetivo de facturación**. Configure un **Dominio** para asignar leads u oportunidades a este equipo de ventas según filtros específicos, como el país, el idioma o la campaña.

Sales Team

e.g. North America

Quotations
 Pipeline Leads

Team Details

Team Leader ● _____ ▾

Email Alias _____ @edu-stealthywood-company.odoo.com

Accept Emails From Everyone ▾

Company _____ ▾

Invoicing Target _____

Assignment Rules

Domain Match all records
→ 48 RECORD(S) [EDIT DOMAIN](#)

Assigned Leads Count 0 / 30

Members

[ADD](#)

Agregar miembros al equipo de ventas

Para agregar miembros al equipo, vaya a la pestaña de **Miembros** y, en modo edición, haga clic en **Agregar** en la página de configuración del equipo. Seleccione un vendedor del menú desplegable o cree un vendedor nuevo. Seleccione un número máximo de leads que se le puede asignar a este vendedor en un periodo de 30 días, así se asegurará de que sus vendedores no están trabajando de más.

Create Sales Team Members
✕

Salesperson ▼

Skip auto assignment

Leads (30 days) 0 / 30 (max)

Domain Match all records + ADD FILTER ➔ 48 RECORD(S)

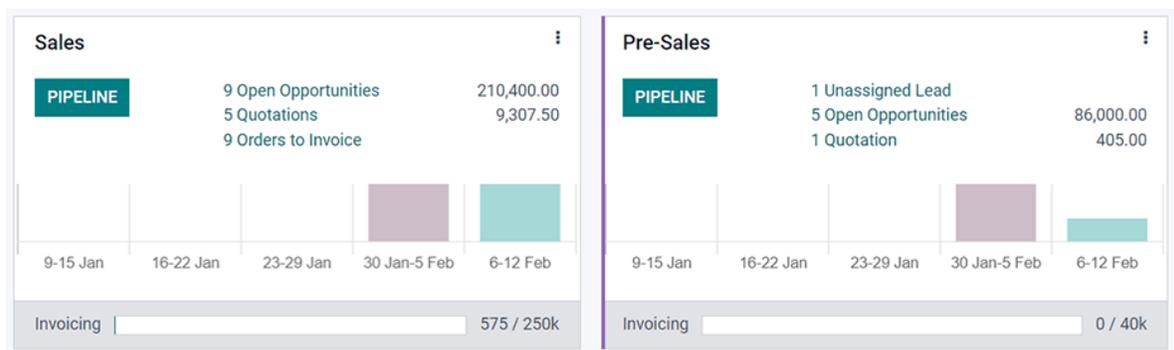
SAVE & CLOSE
SAVE & NEW
DISCARD

Usted puede agregar personas como miembros del equipo o como **líder del equipo** en varios equipos de venta, de tal manera que estas personas tendrán acceso a todos los flujos que sean necesarios.

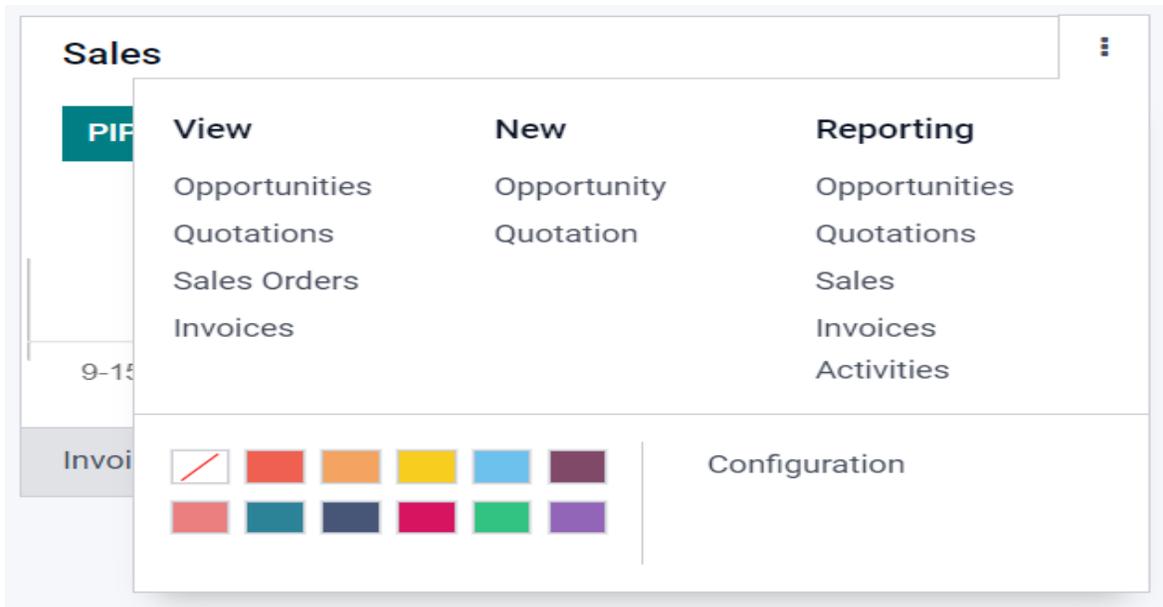
Tablero del equipo de ventas

Para ver el tablero del equipo de ventas, vaya a **CRM ▶ Ventas ▶ Equipos**. Los usuarios de Odoo verán el equipo del que sean parte.

Cada cuadro que vea en este tablero le dará un resumen de las oportunidades, cotizaciones, órdenes de venta e ingresos esperados de cada equipo de venta. Además, podrá ver una gráfica con las oportunidades nuevas por semanas y una barra de progreso de la facturación.



Haga clic en los tres puntos que se encuentran en la esquina de la tabla para abrir un menú de navegación que los usuarios pueden usar para ver documentos o reportes, crear nuevas cotizaciones y oportunidades, elegir un color para este equipo, o acceder a la página de configuración del equipo.



Haga clic en el botón que dice **Flujo** para ir directamente al flujo de CRM del equipo.

Convertir leads en oportunidades

Los *leads* funcionan como pasos de calificación antes de crear una oportunidad. Esto proporciona tiempo adicional antes de asignar una oportunidad potencial a alguien del equipo de ventas.

Configuración

Para activar la función de *leads*, vaya a **aplicación CRM ▶ Configuración ▶ Ajustes**, seleccione la casilla con el nombre **Leads** y luego haga clic en **Guardar**.

CRM

Recurring Revenues
Define recurring plans and revenues on Opportunities

Leads
Add a qualification step before the creation of an opportunity

Al activar esta función aparece el nuevo menú **Leads** en la barra ubicada en la parte superior de la pantalla.



CRM

Sales

Leads

Reporting

Configuration

Una vez habilitó la función de *leads*, esta se aplica de forma predeterminada a todos los equipos de ventas. Para desactivar los leads en un equipo específico, vaya a la **aplicación CRM ► Configuración ► Equipos de ventas**. Seleccione un equipo de la lista para abrir su registro, desmarque la casilla **Leads** y luego haga clic en **Guardar**.

Sales Teams / Sales

SAVE

DISCARD

Sales Team

Sales

Quotations

Pipeline Leads

Convierta un lead en una oportunidad

Para convertir un lead en una oportunidad, vaya a **CRM ► Leads** y haga clic en un **lead** de la lista para abrirlo.

Haga clic en el botón **Convertir a oportunidad** que está ubicado en la esquina superior izquierda de la pantalla. Esta acción abrirá la ventana emergente correspondiente.

Leads / Quotation for 50 Chairs

EDIT CREATE

⚙️ Action

CONVERT TO OPPORTUNITY

ENRICH

LOST

CONVERT TO TICKET

Quotation for 50 Chairs

50.00 %

En la ventana emergente **Convertir a oportunidad** seleccione la opción **Convertir a oportunidad** en el campo **Acciones de conversión**.

Nota

Si ya existe un lead o una oportunidad en la base de datos para este cliente, de forma automática Odoo sugerirá fusionarlos. Para obtener más información sobre cómo fusionar leads y oportunidades, consulte la sección sobre cómo **fusionar leads** a continuación.

Luego, seleccione un **vendedor** y un **equipo de ventas** al que se debe asignar la oportunidad.

Estos campos se completarán de forma automática con la información correspondiente si el lead ya estaba asignado a un vendedor o a un equipo.

Convert to opportunity ×

Conversion Convert to opportunity
Action Merge with existing opportunities

Assign this opportunity to

Salesperson Mitchell Admin ▼ ↗
Sales Team Sales ▼

Customer

Create a new customer
 Link to an existing customer
 Do not link to a customer

CREATE OPPORTUNITY CANCEL

Elija alguna de las siguientes opciones en la sección **Ciente**:

- ❖ **Crear un nuevo cliente:** elija esta opción para usar la información del lead para crear un nuevo cliente.
- ❖ **Vincular a un cliente existente:** elija esta opción para vincular esta oportunidad al registro de un cliente existente y luego seleccione uno del menú desplegable.
- ❖ **No vincular a un cliente:** elija esta opción para convertir el lead, pero no vincularlo a un cliente nuevo o existente.

Por último, al completar todas las configuraciones, haga clic en **Crear oportunidad**.

Fusionar leads y oportunidades

Odoo detecta leads y oportunidades similares de forma automática al comparar las direcciones de correo electrónico de los contactos asociados. En caso de que encuentre uno parecido, aparece un botón inteligente **Lead similar** en la parte superior del registro del lead u oportunidad.

Club Office Furnitures

0.00 %

Company Name	Le Club SARL	Contact Name	Jacques Dunagan
Address	Rue Léon Dierx 73	Email	jdunagan@leclub.example.com
	Paris 93190	Job Position	Training Manager
	France	Phone	+33 1 25 54 45 69 
Website		Mobile	
Language		Priority	★☆☆
Salesperson	 Mitchell Admin	Tags	Training
Sales Team	Sales		

Haga clic en el botón **Leads similares** para comparar los detalles de los leads y oportunidades parecidas. Esta acción abre una vista de kanban con que solo muestra los leads y las oportunidades similares, haga clic en cada tarjeta para ver los detalles correspondientes y confirme si deben fusionarse.

Importante

Al fusionar, OdoO prioriza el lead u oportunidad que se creó primero en el sistema y fusiona la información en donde se creó primero. Si fusiona un lead y una oportunidad el registro resultante se denomina oportunidad, sin importar que 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 **Lead similar**. Haga clic en el icono **☰ (tres líneas verticales)** para cambiar a la vista de lista.

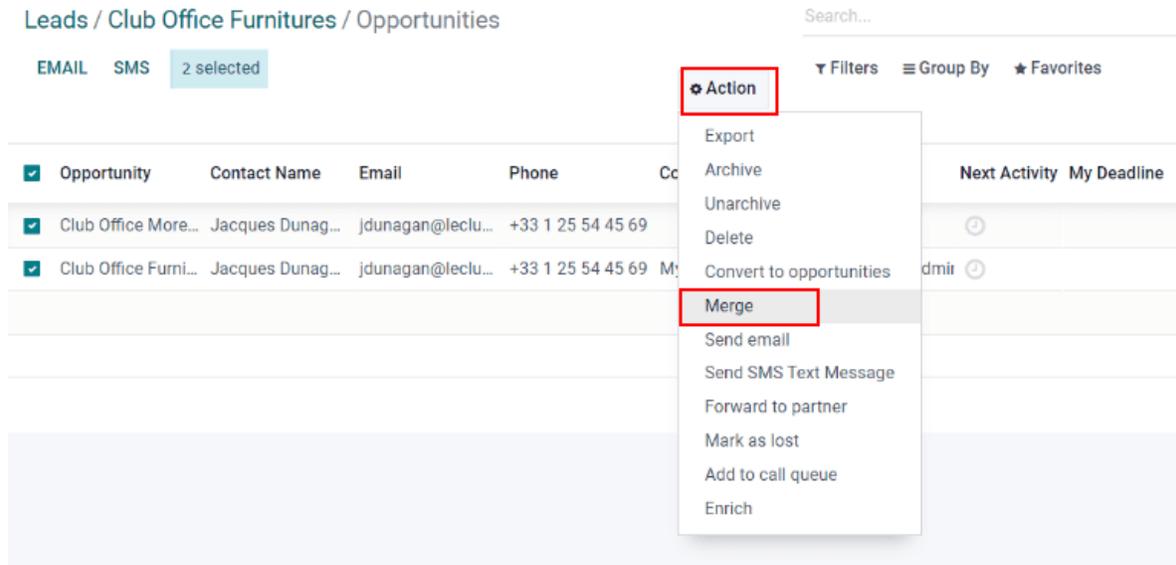
Seleccione la casilla ubicada en el lado izquierdo de la página para los leads y las oportunidades que se fusionarán. Luego, haga clic en el icono **Acción ⚙️ (engranaje)** que se encuentra la parte superior de la página para abrir el menú desplegable y allí seleccione la opción **Fusionar** para fusionar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

Al seleccionar **Fusionar** en el menú desplegable **Acción ⚙️ (engranaje)** aparece la ventana emergente **Fusionar**. Allí deberá **asignar oportunidades a un vendedor** o a un **equipo de ventas**.

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

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.



The screenshot shows a CRM interface with a table of opportunities. The table has columns for 'Opportunity', 'Contact Name', 'Email', 'Phone', and 'Cc'. Two rows are selected, and an 'Action' menu is open over them, with 'Merge' highlighted. The menu options include: Export, Archive, Unarchive, Delete, Convert to opportunities, Merge, Send email, Send SMS Text Message, Forward to partner, Mark as lost, Add to call queue, and Enrich.

Opportunity	Contact Name	Email	Phone	Cc	Next Activity	My Deadline
Club Office More...	Jacques Dunag...	jdunagan@leclu...	+33 1 25 54 45 69			
Club Office Furni...	Jacques Dunag...	jdunagan@leclu...	+33 1 25 54 45 69	My	dmir	

Generar leads y oportunidades

Dos maneras principales de generar leads u oportunidades para su negocio son los seudónimos de correo y formularios de contacto del sitio web. Odoo crea leads de manera automática en su CRM cuando alguien manda un mensaje al seudónimo de correo del equipo de ventas o cuando llevan el formulario de contacto de su sitio web.

Configurar seudónimos de correo

Cada equipo de ventas puede usar su seudónimo de correo único para generar leads u oportunidades. Cualquier correo que se envía al seudónimo de correo del equipo de ventas creará un lead (si activó los leads en sus ajustes de CRM) o una oportunidad de manera automática en el flujo de ese equipo en particular. Configure los seudónimos de correo personalizados en la página de configuración de cada equipo de ventas, vaya a **CRM ► Configuración ► Equipos de ventas**.

Sales Team

Sales Team name...

- Quotations
 Pipeline Leads

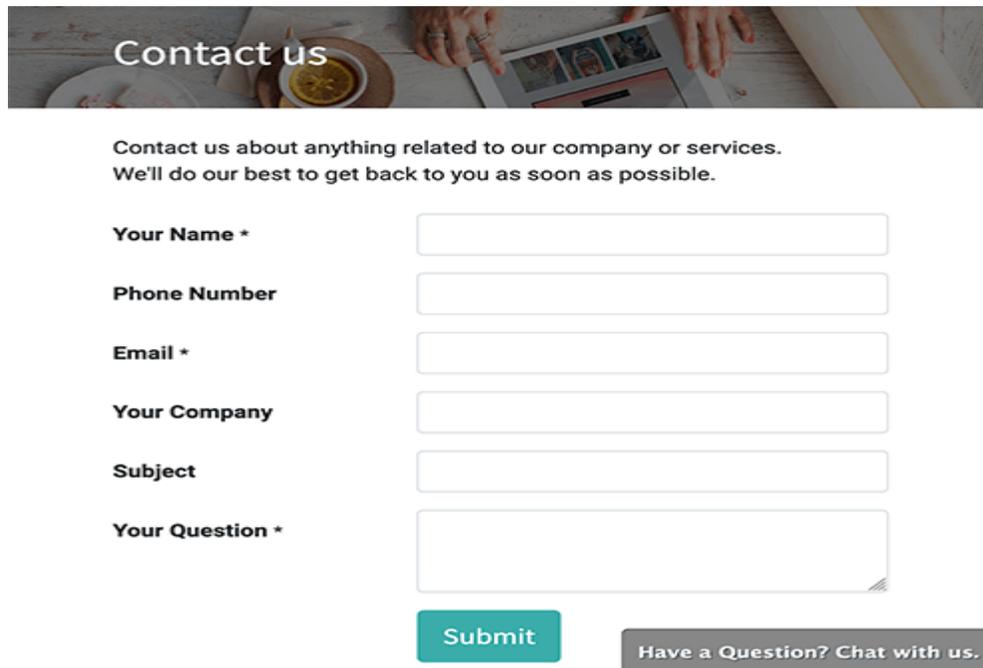
Team Leader		Invoicing Target	\$0.00
Email Alias	@ [redacted].odoo.com	Domain	Match all records → 59 RECORD(S) EDIT DOMAIN
Accept Emails From	Everyone	Assigned Leads Count	0 / 0
Company	My Company (San Francisco) My Company (Chicago) My Company (San Francisco)	Minimum score	0

Assignment

ADD

Use formularios de contacto en su sitio web

En la página *Contáctenos* de su sitio web se mostrará el formulario de contacto de Odoo de manera automática. Cuando alguien llene y envíe este formulario, se generará una lead u oportunidad en su base de datos.



Contact us

Contact us about anything related to our company or services.
We'll do our best to get back to you as soon as possible.

Your Name *

Phone Number

Email *

Your Company

Subject

Your Question *

[Submit](#) [Have a Question? Chat with us.](#)

Usted puede activar o desactivar el formulario de contacto en cualquier momento, solo tiene que ir a **Sitio web ▶ Ir al sitio web ▶ Personalizar ▶ Formulario de contacto**.

Customize

Promote

HTML/CSS/JS Editor

Add Features

Contact Us

Contact Form

Company Description

Google map

Track Visitor

Si desactiva el formulario, en la página *Contáctenos* solo se mostrará un botón con el que el cliente podrá enviar un correo a su empresa directamente. Cualquier correo que se envíe por este medio creará un lead u oportunidad.



Contact us about anything related to our company or services.
We'll do our best to get back to you as soon as possible.

Send us an email

En **Sitio web** ▶ **Configuración** ▶ **Ajustes** ▶ **Comunicación** podrá elegir un equipo de ventas o un vendedor al que se le asigne de manera automática cualquier lead u oportunidad que se cree del formulario de contacto.

Communication

Contact Form

Add a contact form in the [Contact Us](#) page

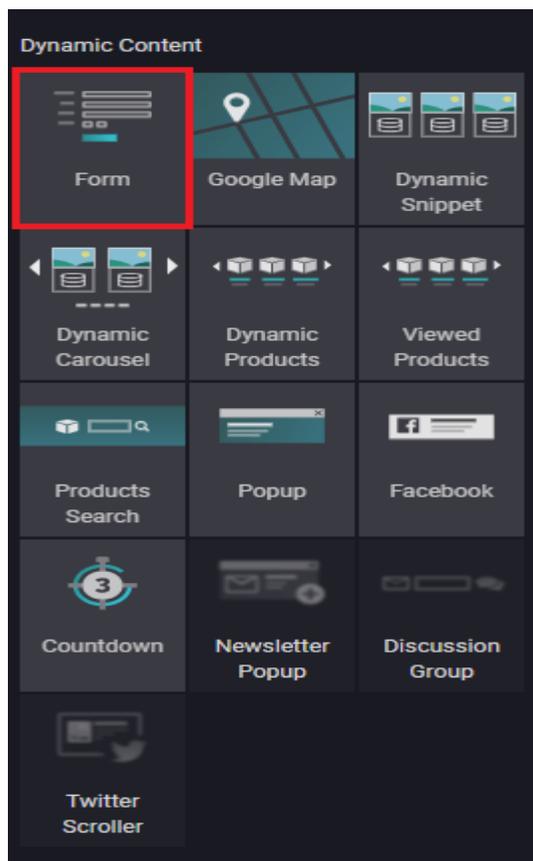
Sales Team  

Salesperson

Personalizar los formularios de contacto

Puede personalizar los formularios de contacto para que contengan la información específica que su equipo necesita, solo use el módulo *Creador de formularios*.

El módulo *creador de formularios* se instala de manera automática cuando se agrega un elemento de formulario a una página web. También se puede instalar de manera manual desde la página de **Aplicaciones**.



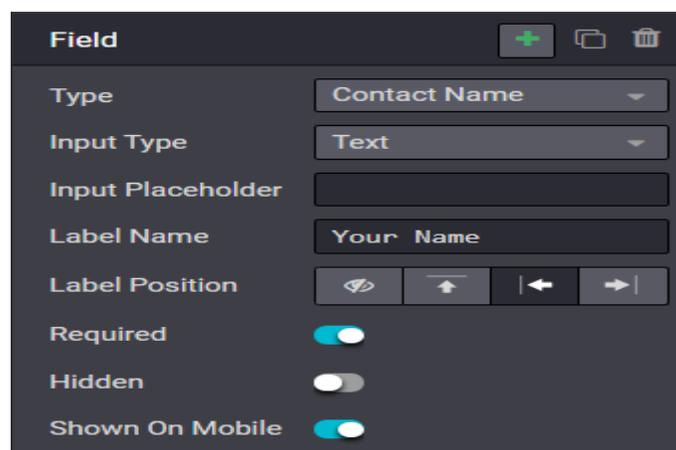
Truco

Usted puede crear formularios desde cero, no importa para qué los necesite; aunque la página *Contáctenos* predeterminada de Odoo está diseñada para cumplir con las necesidades de la mayoría de los usuarios. Empiece con el formulario predeterminado y empiece a modificarlo.

Edite los campos del formulario de contacto

Vaya al modo de edición de su sitio web y haga clic en cualquier campo para empezar a editarlo. Puede editar la información siguiente en cada campo del formulario de contacto:

- ❖ **Tipo:** elija la opción «campo personalizado» o cualquier campo existente. Puede ser un campo de número telefónico, en el que sea necesario subir un archivo, un campo de idioma, etc.
- ❖ **Tipo de contenido:** determine el tipo de contenido que el cliente debe ingresar. Las opciones son: texto, correo electrónico, teléfono y URL.
- ❖ **Marcador de contenido:** escriba un ejemplo que le sirva a los usuarios como guía para cuando deben ingresar información en donde el formato es importante, como número de teléfono o dirección de correo electrónico.
- ❖ **Nombre de la etiqueta:** escriba el nombre que verán los usuarios y les dirá qué información se les está pidiendo
- ❖ **Posición de la etiqueta:** elija cómo se debe alinear la etiqueta con el resto del formulario. La etiqueta puede estar oculta, arriba de un campo, hasta la izquierda del campo o ajustada a la derecha y más cerca del campo.
- ❖ **Requerido:** active esta opción para información que verdaderamente necesita que el cliente ingrese.
- ❖ **Oculto:** active esta opción para ocultar el campo sin eliminarlo.
- ❖ **Mostrar en celular:** active esta opción para mostrar el campo a usuarios de dispositivos móviles.



The image shows a dark-themed configuration panel for a form field. At the top, it is titled 'Field' and has three icons: a green plus sign, a folder icon, and a trash can icon. Below the title, there are several settings:

- Type:** A dropdown menu set to 'Contact Name'.
- Input Type:** A dropdown menu set to 'Text'.
- Input Placeholder:** An empty text input field.
- Label Name:** A text input field containing 'Your Name'.
- Label Position:** A set of four icons: an eye with a slash (visibility), an upward arrow, a leftward arrow, and a rightward arrow.
- Required:** A toggle switch that is turned on (blue).
- Hidden:** A toggle switch that is turned off (grey).
- Shown On Mobile:** A toggle switch that is turned on (blue).

De forma predeterminada, recibirá un correo electrónico con la información que el cliente ingresó cuando se envíe un formulario. En cambio, si lo que quiere es que se genere un lead u oportunidad de manera automática, edite el Formulario y seleccione **Crear una oportunidad** como acción.

Truco

Si activa los leads en los ajustes de su CRM, se generará un lead si selecciona **Crear una oportunidad**. Para obtener más información sobre la activación de leads en los ajustes de CRM, vaya a **Convertir leads en oportunidades**.

Crear y enviar cotizaciones

Una vez que un lead calificado se ha convertido en una oportunidad, el siguiente paso es crear y entregar una cotización. Puede realizar este proceso a través de la aplicación CRM de Odoo.

Cree un nuevo presupuesto

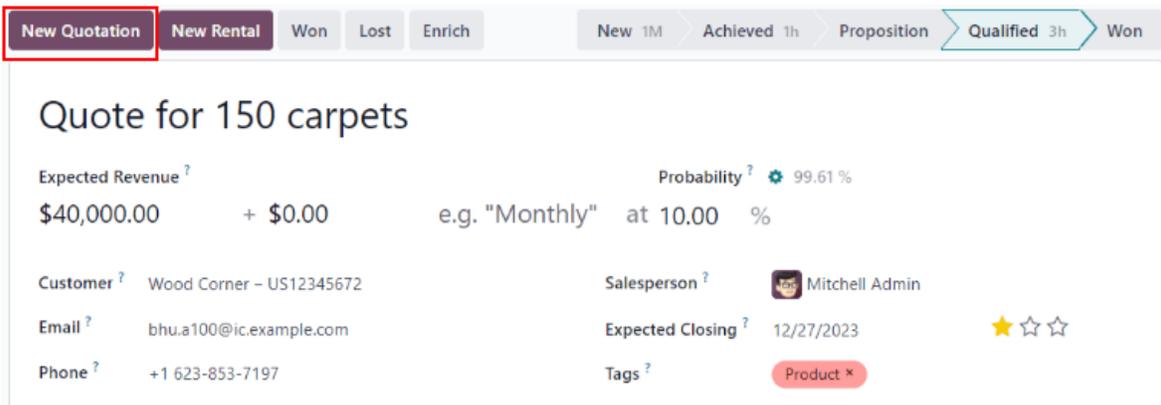
Si desea crear una nueva cotización, abra la aplicación **CRM**, para ver el guilabel:flujo de venta en el tablero principal de CRM.

Ahí, haga clic en cualquier oportunidad para abrirla. Revise la información existente y actualice cualquier campo que sea necesario.

Nota

Si ya se ha creado una cotización para esta oportunidad, la puede ver al hacer clic en el botón inteligente **cotizaciones** en la parte superior del formulario. El número de cotizaciones existentes también se muestra en el botón inteligente.

En la parte superior izquierda del formulario, haga clic en el botón **nueva cotización**.



The screenshot shows the CRM interface for a quote. At the top, there are buttons for 'New Quotation', 'New Rental', 'Won', 'Lost', and 'Enrich'. The 'New Quotation' button is highlighted with a red box. To the right, there are buttons for 'New 1M', 'Achieved 1h', 'Proposition', 'Qualified 3h', and 'Won'. Below these buttons, the quote details are displayed:

- Quote for 150 carpets
- Expected Revenue: \$40,000.00 + \$0.00
- Probability: 99.61 %
- e.g. "Monthly" at 10.00 %
- Customer: Wood Corner - US12345672
- Salesperson: Mitchell Admin
- Email: bhua100@ic.example.com
- Expected Closing: 12/27/2023
- Phone: +1 623-853-7197
- Tags: Product

Importante

El campo **cliente no** es obligatorio en el formulario de oportunidad.

Sin embargo, debe agregar o vincular la información del cliente antes de que se pueda enviar una cotización. Si deja el campo **cliente** vacío en la oportunidad, al hacer clic en el botón **nueva cotización** se abrirá una ventana emergente con las siguientes opciones:

- ❖ **Crear un nuevo cliente:** crea un nuevo registro de cliente, utilizando cualquier información disponible proporcionada en el formulario de oportunidad.
- ❖ **Enlace a un cliente existente:** abre un campo desplegable con los nombres de los clientes existentes. Seleccione un nombre para vincular esta nueva cotización a un registro de cliente existente.
- ❖ **No vincular a un cliente:** la cotización **no** se vinculará a un cliente y no se realizarán cambios en la información del cliente.

Una vez que haga clic en este botón, aparecerá un nuevo formulario de cotización. Confirme la información en la mitad superior del formulario y actualice cualquier campo faltante o incorrecto.

- ❖ **Cliente:** la empresa o contacto para quien se creó esta cotización.
- ❖ **Referido:** si este cliente fue referido por otro cliente o contacto, selecciónelo del menú desplegable en este campo.
- ❖ **Dirección de facturación:** dirección física a donde se debe enviar la factura.
- ❖ **Dirección de entrega:** dirección física donde deben entregarse los productos.
- ❖ **Plantilla de cotización:** si aplica, seleccione una **plantilla de cotización** preconfigurada en este campo.
- ❖ **Vencimiento:** fecha en la que esta cotización ya no es válida.
- ❖ **Fecha de cotización:** fecha de creación de órdenes en borrador/enviados, fecha de confirmación de órdenes confirmadas. Tenga en cuenta que este campo solo es visible si el **modo desarrollador (modo de solución de bugs)** está activo.
- ❖ **Plan recurrente:** si esta cotización es para un producto o suscripción recurrente, seleccione la configuración del plan recurrente que se utilizará.
- ❖ **Listas de precios:** seleccione una lista de precios para aplicar a esta orden.
- ❖ **Términos de pago:** seleccione los términos de pago aplicables para esta cotización.

Send by Email Send PRO-FORMA Invoice Confirm Preview Quotation Quotation Sent Sales Order

New

Customer	Wood Corner 1839 Arbor Way Turlock CA 95380 United States - US12345672	Expiration	12/27/2023
Referrer		Recurring Plan	
Invoice Address	Wood Corner	Pricelist ?	Default USD pricelist (USD)
Delivery Address	Wood Corner	Payment Terms	30 Days
Quotation Template	Default Template		

Truco

El campo **vencimiento** se completa automáticamente en función de la fecha de creación de la cotización y el marco de tiempo de validez predeterminado.

Si desea actualizar el marco de tiempo de validez predeterminado, vaya a la aplicación **Ventas ▶ Configuración ▶ Ajustes ▶ Cotizaciones y órdenes** y actualice el campo **validez predeterminada de cotización**. Establezca en 0 para desactivar el vencimiento automático.

Cuando los cambios deseados estén completos, haga clic en **guardar**.

Cuando se utiliza una plantilla de cotización, la fecha de vencimiento se basa en el campo **validez de la cotización** de la plantilla. Para modificar el cálculo de la fecha de validez en una plantilla, vaya a la aplicación **Ventas ▶ Configuración ▶ Órdenes de venta ▶ Plantillas de cotización**.

Después haga clic en una plantilla para abrirla y actualice el número en el campo **validez de la cotización**.

Líneas de venta

Después de actualizar la información del cliente, el pago y la fecha límite en la nueva cotización, puede actualizar la pestaña **líneas de la orden** con la información del producto correspondiente.

Para ello, haga clic en **agregar un producto** en la pestaña **líneas de la orden**.

A continuación, escriba el nombre de un artículo en el campo **producto** para buscar en el catálogo de productos. Luego, seleccione un producto del menú desplegable o cree uno nuevo seleccionando **crear** o **crear y editar**.

Después de seleccionar un producto, actualice la **cantidad**, si es necesario. Confirme la información en los campos restantes.

Si desea eliminar una línea de la cotización, haga clic en el icono  (**papelera**).

Repita los pasos anteriores hasta que la cotización esté completa.

Vista previa y envío de cotización

Si desea ver una vista previa de la cotización para saber cómo la verá el cliente, haga clic en el botón **vista previa**. Al hacerlo, se abrirá una vista previa en el **portal del cliente**.

Después de revisar la vista previa, haga clic en **volver al modo de edición** para regresar al formulario de cotización en el backend.

Cuando la cotización esté lista para mandarla al cliente, haga clic en el botón **enviar por correo electrónico**.

Al hacerlo verá una ventana emergente con un mensaje de correo electrónico predeterminado. La información de la cotización, incluida la información de contacto, el costo total y el título de la cotización, se importará de la cotización.

Se adjuntará un PDF de la cotización en el correo electrónico.

Nota

Se utiliza una plantilla pre-cargada para crear el mensaje de correo electrónico. Si desea modificar la plantilla, haga clic en el enlace interno a la derecha del campo **cargar plantilla**, ubicado en la parte inferior de la ventana emergente del correo electrónico.

Si desea seleccionar una nueva plantilla, elija una opción del menú desplegable **cargar plantilla**.

Proceda a realizar los cambios necesarios en el correo electrónico, luego haga clic en **enviar**. Se agrega una copia del mensaje al *chatter* del registro.

Después de enviar una cotización, el botón inteligente **cotizaciones** de la oportunidad se actualizará con un nuevo número. Puede acceder a esta cotización, y todas las demás, a través de este botón inteligente en la parte superior de la oportunidad en la aplicación *CRM*.

Cualquier cotización adjunta a la oportunidad que esté confirmada y, por lo tanto, haya sido convertida en orden de venta, se deducirá del número indicado en el botón inteligente **cotizaciones**. En su lugar, el valor de la orden de venta aparecerá en el botón inteligente **órdenes** ubicados en el mismo tablero.

Marcar una oportunidad ganada o perdida

Con el fin de mantener el flujo de trabajo actualizado y con la información correcta, es necesario identificar las oportunidades como *ganadas* o *perdidas* una vez que un cliente responda a una cotización.

Para marcar una oportunidad como *ganada* o *perdida*, regrese a la oportunidad utilizando las migas de pan en la parte superior izquierda del formulario de cotización. O vaya a **CRM ▶ Ventas ▶ Mi flujo de trabajo** y haga clic en la oportunidad correcta para abrirla.

En la parte superior izquierda del formulario, haga clic en el botón **ganada** o **perdida**.

Si la oportunidad está marcada como *ganada*, se agregará un listón verde con la leyenda **ganado** al registro y se moverá a la etapa **ganado**.

Si marca una oportunidad como *perdida* se abrirá la ventana emergente **marcar como perdida**, donde puede ingresar un **motivo de pérdida**.

En el campo desplegable **motivo de pérdida**, elija un motivo de pérdida existente. Si no encuentra la razón correcta, haga una nueva, solo debe ingresarla en el campo **motivo de pérdida** y hacer clic en **crear**.

Truco

La mejor práctica es usar los valores preconfigurados en **motivo de pérdida** tanto como sea posible o limitar la creación de nuevos valores solo a los líderes del equipo de ventas. Usar los mismos valores en este parámetro facilitará y hará más preciso el análisis del flujo de trabajo al filtrar por el parámetro **motivo de pérdida**.

Si desea configurar nuevos valores para este campo, vaya a **CRM ▶ Configuración ▶ Motivos de pérdida**, y haga clic en **nuevo** y **guardar** para cada nueva entrada de la lista.

Las notas adicionales y comentarios se pueden agregar en el campo **notas de cierre**.

Una vez que haya ingresado la información deseada en la ventana emergente **marcar como perdido**, haga clic en **marcar como perdido**.

Si hace clic en **marcar como perdido** la ventana emergente desaparecerá y OdoO lo llevará de vuelta al formulario de la oportunidad, donde verá un nuevo listón con la leyenda **perdido** en la esquina superior derecha de la oportunidad.

Una vez que se marca una oportunidad como *perdida*, ya no se considera activa y se elimina del flujo de trabajo.

Si desea ver una oportunidad *perdida* en el flujo de trabajo, haga clic en el icono de la flecha hacia abajo a la derecha de la barra de búsqueda y seleccione **perdido** o **archivado** en el menú desplegable que aparece.

Importante

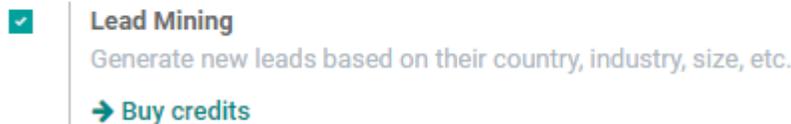
Cada que marca una oportunidad como *perdida* se considera *archivada*, tenga en cuenta que, para que una oportunidad se incluya como *perdida* en los reportes, **debe** marcarla específicamente como *perdida*, no como *archivada*.

Minado de leads

El minado de leads es una función que le permite a los usuarios de CRM generar leads nuevos directamente en su base de datos de Odoo. Para asegurar la calificación de los leads, el resultado del minado de leads se determina según varios criterios de filtro, como país, tamaño de la empresa e industria.

Configuración

Para empezar, vaya a **CRM ▶ Configuración ▶ Ajustes** y active el **Minado de leads**.



Generar leads

Después de que haya activado la función de **minado de leads**, tendrá disponible un botón nuevo llamado **Generar leads** que podrá ver en el flujo de **CRM**. También puede ver las solicitudes de minado de leads en **CRM ▶ Configuración ▶ Solicitudes de minado de leads**, o en **CRM ▶ Leads ▶ Leads**, aquí también está disponible el botón **Generar leads**.



Pipeline

CREATE

GENERATE LEADS

Haga clic en el botón **Generar leads** y aparecerá una ventana donde podrá elegir los diferentes criterios a tomar en cuenta al momento de generar un lead.

Generate Leads ✕

What do you need ?

10 Companies ▾

Countries Belgium ▾ Sales Team Europe ▾ ↗

States ▾ Salesperson Mitchell Admin ▾ ↗

Industries Media Insurance ▾ Default Tags ▾

Filter on Size

Size From 1 to 1,000 employees

GENERATE LEADS CANCEL

Para que la información que obtenga sea solo de la empresa elija **Empresas**, o elija **Empresas y sus contactos** para ver información tanto de la empresa como de los empleados de esa empresa. Si elige esta última opción, es posible filtrar los contactos según **el puesto** o **la antigüedad**.

Otros filtros incluyen:

- ❖ **Tamaño:** filtra leads según el número de empleados de la empresa.
- ❖ **Países:** filtra leads según el país (o países) en los que trabaja la empresa.
- ❖ **Estado:** si es posible, también filtra leads según el estado en el que se encuentren.
- ❖ **Sectores:** filtra leads según el sector en el que trabajan.
- ❖ **Equipo de ventas:** escoja a qué equipo de ventas se le asignarán los leads.
- ❖ **Vendedor:** escoja a qué persona (o personas) del equipo de ventas se le asignará el lead.
- ❖ **Etiquetas predeterminadas:** escoja qué etiquetas se aplicarán de inmediato a los leads una vez que se creen.

Nota

Asegúrese de conocer las normativas más recientes de la UE respecto a la información de sus contactos. Aprenda más sobre el Reglamento General de Protección de Datos en [la página de RGPD de Odoo](#).

Precio

El minado de leads es una función que tiene que *comprar dentro de la aplicación*. Cada lead que se genere cuesta un crédito.

Si elige generar **Empresas y sus contactos**, gastará un crédito adicional por cada contacto que se genere.

Nota

Revise esta página para obtener la información completa de los precios: [Lead Generation by Odoo IAP/Generación de leads en compras dentro de la aplicación de Odoo](#).

Para comprar créditos, vaya a **CRM ▶ Configuración ▶ Ajustes**. En la sección de **Generación de leads** vaya a la función **Minado de leads** y haga clic en **Comprar créditos**.



Lead Mining

Generate new leads based on their country, industry, size, etc.

[→ Buy credits](#)

También puede comprar créditos en **Ajustes ▶ Ajustes generales**. En la sección **Compras dentro de la aplicación de Odoo** haga clic en **Ver mis servicios**.

Odoo IAP

View your IAP Services and recharge your credits

[→ View My Services](#)

Truco

Los usuarios de la versión Enterprise de Odoo en línea (SaaS) cuentan con créditos de prueba gratis en su base de datos para probar cualquier función que se tenga que comprar dentro de la aplicación.

Ver también

❖ In-app purchase (IAP)

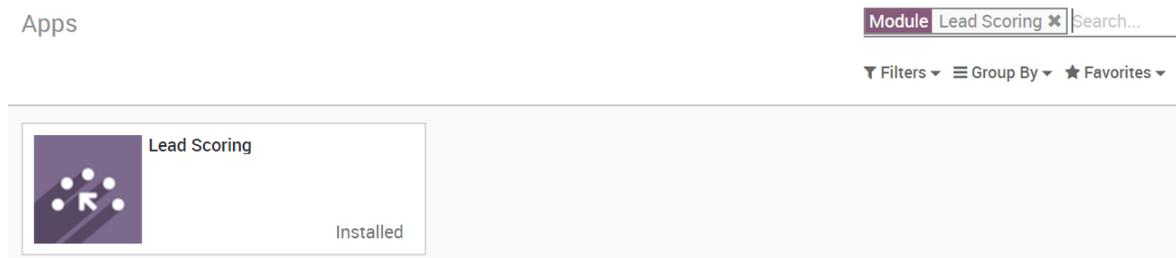
Rastrear las visitas de sus prospectos

Rastrear las páginas de su sitio web le dará mucha más información sobre los intereses de los visitantes de su sitio web.

Cada página que visiten y que usted rastree se registrará en su lead/oportunidad si usan el formulario de contacto de su sitio web.

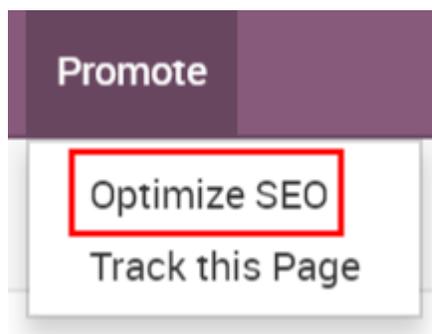
Configuración

Para usar esta función, instale el módulo gratis de *Puntaje de leads* que se encuentra en la página de *Aplicaciones* (solo disponible en Odoo Enterprise).



Rastree una página web

Vaya a cualquier página estática que desee rastrear en su sitio web y en la pestaña *Promocionar* encontrará *Optimizar SEO*



Allí verá una casilla de verificación *Rastrear página* para seguir esta página.

Track Page to better score your leads:

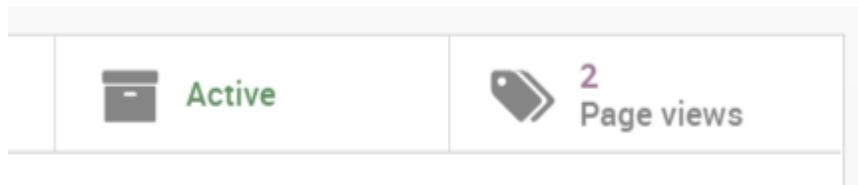
Save

Discard

Ver las páginas que sus leads/oportunidades visitaron

Ahora, cada vez que se cree un cliente potencial desde el formulario de contacto, realizará un seguimiento de a qué páginas fue ese visitante. Tiene dos formas de ver esas páginas, en la esquina superior derecha de su cliente potencial / oportunidad puede ver un botón *Vistas de página*, pero también más abajo las verá en la conversación.

Ambos se actualizarán si los visitantes vuelven a su sitio web y visitan más páginas.



Note by [redacted] - 5 minutes ago

[https://\[redacted\].odoo.com/contactus](https://[redacted].odoo.com/contactus)



[redacted] - 5 minutes ago

Lead created

- Expected Revenue:
- Sales Channel: Sales
- Stage: New
- Phone: +1-202-555-0119

La función no repetirá múltiples visualizaciones de las mismas páginas en la conversación.

Sus clientes ya no podrán ocultarle ningún secreto.

Asignación de leads con la puntuación predictiva de leads

La aplicación CRM de Odoo asignará de manera automática los leads u oportunidades a los equipos de venta o a los vendedores. Lo común dentro de la industria es que se asignen leads según qué tan probable es ganarlas. Las empresas le darán prioridad a los leads que sea más posible ganar y son las primeras que se asignan a los vendedores apropiados.

Odoo calcula de manera automática la probabilidad de ganar cada lead, para esto usamos un método llamado *puntuación predictiva de leads*.

Puntuación predictiva de leads

La puntuación predictiva de leads es un modelo de aprendizaje automático que usa datos históricos de la aplicación CRM de Odoo para puntuar leads u oportunidades.

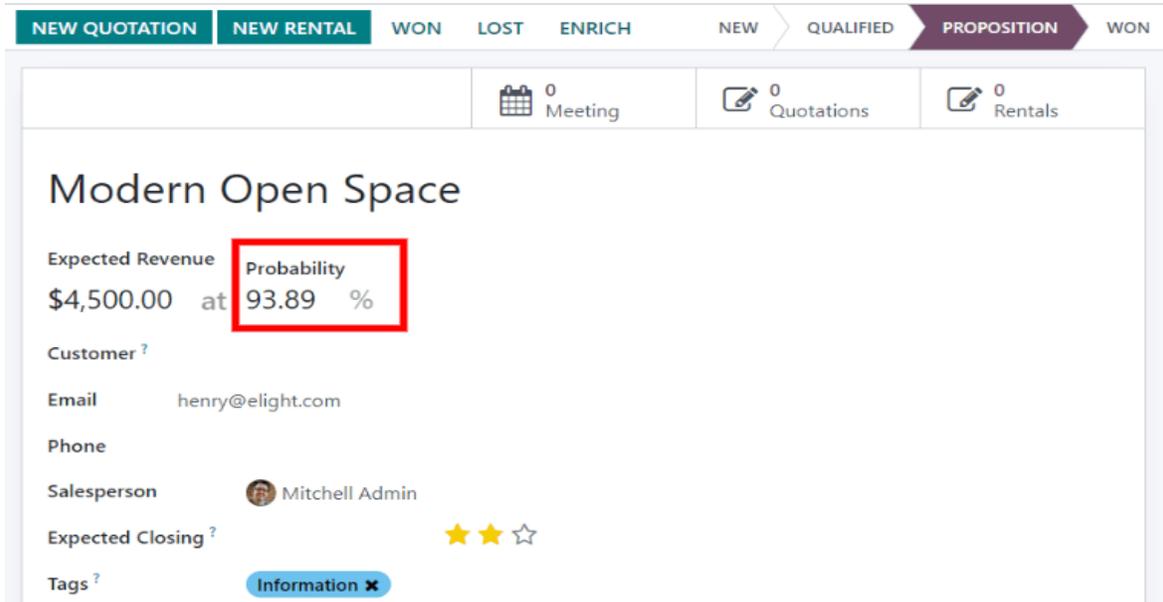
Conforme una empresa procesa oportunidades en el flujo CRM, Odoo recolecta información sobre las oportunidades que se ganan y se pierden. La puntuación predictiva de leads usa esta información para predecir qué tan probable es ganar cada lead u oportunidad nuevas.

Mientras más oportunidades se envíen al flujo de CRM, más información recolectará Odoo, lo que resulta en probabilidades más exactas.

La puntuación predictiva de leads de Odoo usa el *clasificador Naive Bayes*:

$$P(A|B) = \frac{P(A) \times P(B|A)}{P(B)}$$

La probabilidad de éxito de cada oportunidad se muestra en el formulario de la oportunidad y se actualiza de manera automática confirme la oportunidad avanza en el flujo de CRM.



NEW QUOTATION NEW RENTAL WON LOST ENRICH NEW QUALIFIED PROPOSITION WON

0 Meeting 0 Quotations 0 Rentals

Modern Open Space

Expected Revenue **Probability**
\$4,500.00 at 93.89 %

Customer ?
Email henry@elight.com
Phone
Salesperson Mitchell Admin
Expected Closing ? ★★☆☆
Tags ? Information ✕

Cuando una oportunidad pasa a la siguiente etapa, la probabilidad de éxito mejora de inmediato de acuerdo con el algoritmo del puntaje predictivo de leads.

Configuración

El puntaje predictivo de leads siempre está activo en el *CRM* de Odoo. Sin embargo, las variantes que se usan para calcular la probabilidad de éxito se pueden personalizar en ajustes.

Para personalizar las variantes que se usan en la puntuación predictiva de leads, vaya a **CRM ► Configuración ► Ajustes**. En **Puntuación predictiva de leads** haga clic en el botón **Actualizar probabilidades**.

Después, haga clic en el menú desplegable para elegir qué variantes se tomarán en cuenta para la puntuación de leads.

Update Probabilities



The success rate is computed based on the stage, but you can add more fields in the statistical analysis.

Country ✕ Email Quality ✕

Consider leads created as of the: 03/20/2023

CONFIRM

CANCEL

Puede activar cualquiera de las siguientes variantes:

- ❖ **Estado:** el estado geográfico del que proviene la oportunidad.
- ❖ **País:** el país del que proviene la oportunidad.
- ❖ **Calidad del número telefónico:** si hay un teléfono en la oportunidad o no.
- ❖ **Calidad del correo electrónico:** si hay una dirección de correo electrónico en la oportunidad o no.
- ❖ **Origen:** de dónde proviene una oportunidad (por ejemplo, motor de búsqueda o red social).
- ❖ **Idioma:** el idioma que se especifica que una oportunidad.
- ❖ **Etiquetas:** las etiquetas de la oportunidad.

Nota

Las variantes **Etapas** y **Equipos** siempre están activas. **Etapas** se refiere a la etapa del flujo de CRM en la que se encuentra una oportunidad. **Equipos** se refiere al equipo de ventas al que se le asignó esta oportunidad. La puntuación predictiva de leads *siempre* toma en cuenta estas dos variantes sin importar cuáles de las variantes opcionales se seleccionaron.

Ahora, haga clic en el campo de fecha que se encuentra a un lado de la opción **Considerar los leads creados a partir del:** para seleccionar la fecha desde la que la puntuación predictiva de leads empezará a hacer los cálculos.

Finalmente, haga clic en **Confirmar** para guardar los cambios.

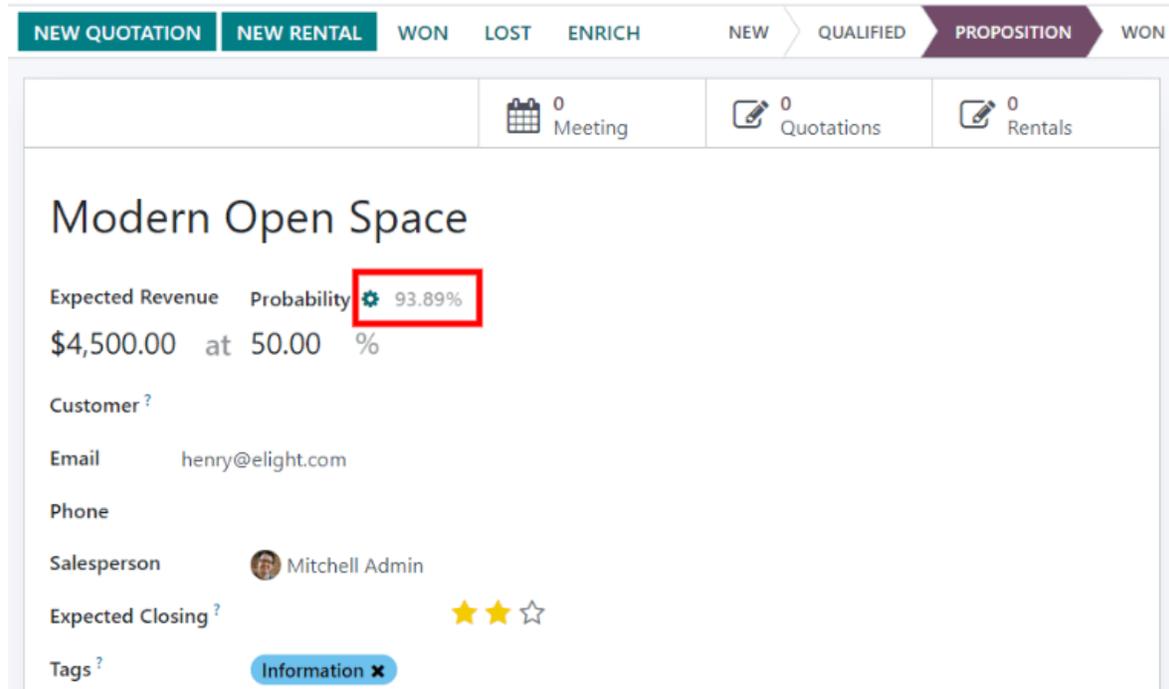
Cambiar la probabilidad de manera manual

Desde el formulario de la oportunidad usted puede cambiar la probabilidad de éxito de esta. Solo haga clic en el número de probabilidad para editarlo.

Importante

Si usted cambia la probabilidad, se dejarán de hacer actualizaciones automáticas de probabilidad para la misma. La probabilidad ya no se actualizará de forma automática conforme la oportunidad avance en el flujo.

Para volver a activar la probabilidad automática, haga clic en el icono de engranaje a un lado del porcentaje de la oportunidad.



The screenshot shows the Odoo CRM interface for an opportunity named "Modern Open Space". The top navigation bar includes tabs for "NEW QUOTATION", "NEW RENTAL", "WON", "LOST", "ENRICH", "NEW", "QUALIFIED", "PROPOSITION", and "WON". Below the navigation bar, there are three summary cards: "0 Meeting", "0 Quotations", and "0 Rentals". The main content area displays the opportunity details:

- Expected Revenue:** \$4,500.00
- Probability:** 93.89% (highlighted with a red box and a gear icon for settings)
- Customer:** ?
- Email:** henry@elight.com
- Phone:** ?
- Salesperson:** Mitchell Admin
- Expected Closing:** ? (with three star ratings)
- Tags:** Information x

Asignar leads según la probabilidad

En el CRM de Odoo es posible asignar leads y oportunidades según reglas específicas. Se deben crear reglas de asignación que tomen en cuenta la probabilidad de éxito del lead para darle prioridad a aquellos que tienen más probabilidad de ser exitosos.

Configurar la asignación según reglas

Para activar la asignación según reglas vaya a menuselección: CRM --> Configuración --> Ajustes, y active **Asignación según las reglas**.

Puede configurar la función de asignación según las reglas para que funcione de manera **manual**, esto significa que el usuario tendrá que activar la asignación de forma manual. También puede elegir la configuración **repetidamente**, así Odoo activará la asignación por sí mismo según el tiempo que usted le ponga.

Para configurar la asignación automática de leads, seleccione guilabel:Repetidamente para la sección **En proceso**. Después, podrá personalizar qué tan seguido se activará la asignación automática de leads en la sección **Repetir cada**.

Rule-Based Assignment 

Periodically assign leads based on rules
All sales teams will use this setting by default unless specified otherwise.

Running	<u>Repeatedly</u>	
Repeat every	<u>1</u> <u>Days</u>	
Next Run	<u>03/29/2023 16:00:26</u>	

Si configuró la asignación según las reglas para que se ejecute **Repetidamente**, todavía puede activar la asignación manualmente. Para hacerlo, haga clic en el icono de flechas circulares en los ajustes de **Asignación según las reglas**, o con el botón **Asignar leads** que se encuentra en la página de configuración del equipo de ventas.

Configuración de las reglas de asignación

Después, configure las *reglas de asignación* para cada equipo de ventas o vendedor. Estas reglas determinan qué leads se asignan a qué persona. Para empezar, vaya a **CRM ► Configuración ► Equipos de ventas** y seleccione un equipo de ventas.

Vaya a la sección **Reglas de asignación** que se encuentra en el formulario de configuración del equipo de ventas y haga clic en **Editar dominio** para configurar las reglas que Odoo usa para determinar la asignación de leads para este equipo de ventas. Las reglas pueden incluir todo lo que sea relevante para la empresa o el equipo y puede agregar el número de reglas que sea necesario.

Haga clic en **Agregar filtro** para empezar a crear reglas de asignación. Haga clic en el botón **+** que aparece a la derecha de la regla de asignación para agregar otra línea. Si quiere borrar la línea haga clic en el símbolo **de bote de basura**.

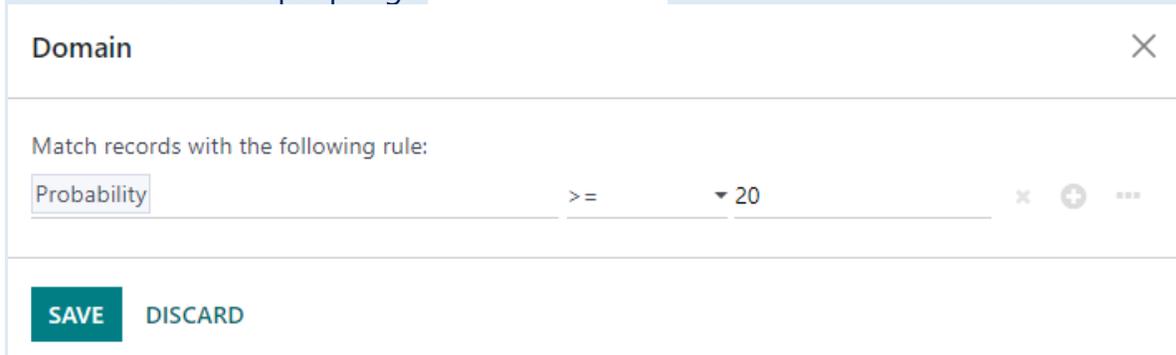
Para crear una regla de asignación que dependa de la probabilidad de éxito de la oportunidad, haga clic en el menú desplegable que se encuentra en la izquierda de cada línea de regla de asignación y escoja **Probabilidad**.

En el menú desplegable que está a la mitad, seleccione el símbolo de ecuación deseado. Puede ser *mayor que*, *menor que*, *mayor que o igual a*, o *menor que o igual a*.

En el espacio de la derecha, ingrese el valor numérico deseado para la probabilidad. Finalmente, haga clic en **Guardar** para guardar los cambios.

Ejemplo

Para crear una regla de asignación en la que un equipo de ventas solo reciba leads que tengan una probabilidad de éxito del 20% o mayor, cree una línea de **Dominio** en el que ponga Probabilidad \geq 20.



The screenshot shows a configuration window titled "Domain" with a close button (X) in the top right corner. Below the title, it says "Match records with the following rule:". There is a text input field containing "Probability", followed by a comparison operator dropdown menu set to " \geq ", and a numeric input field containing "20". To the right of the numeric field are three small icons: a close button (x), a plus sign (+), and a three-dot menu (⋮). At the bottom of the window, there are two buttons: "SAVE" (highlighted in green) and "DISCARD".

También puede configurar reglas de asignación separadas para diferentes equipos de venta. Desde la página de configuración de los equipos de venta, haga clic en la pestaña **Miembros**, después edite la sección **Dominio** y haga clic en **Guardar** para guardar los cambios.

Si configura la asignación automática de leads desde los ajustes, tanto los equipos de venta como los miembros de los equipos tendrán la opción de **Saltar la auto asignación**. Marque esta casilla para que una persona o equipo de ventas en particular no entre en la asignación automática de leads. Al hacer esto, podrá asignar leads a este vendedor o equipo de ventas de manera manual.

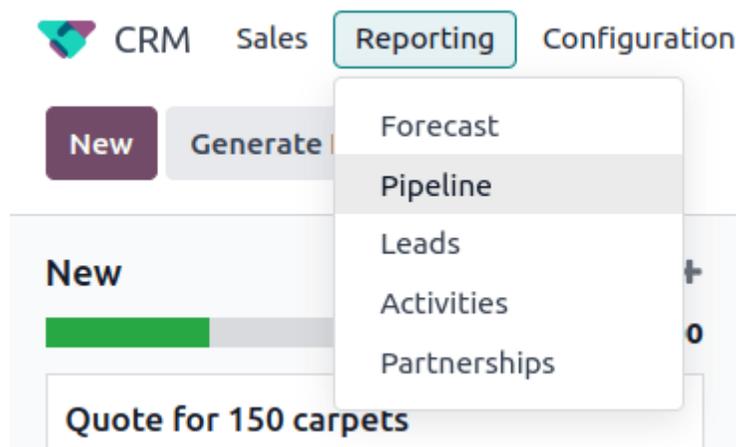
Para asignar leads de manera manual haga clic en el botón **Asignar leads** que se encuentra en la parte superior de la página de configuración del equipo de ventas. Al hacer esto, todos los leads que no se han asignado y van con el sector en el que se especializa este equipo se les asignarán.

Análisis del flujo

La aplicación *CRM* gestiona el proceso de ventas a medida que los clientes potenciales/oportunidades avanzan de etapa en etapa, desde el origen hasta la venta (**ganada**) o el archivo (**perdida**).

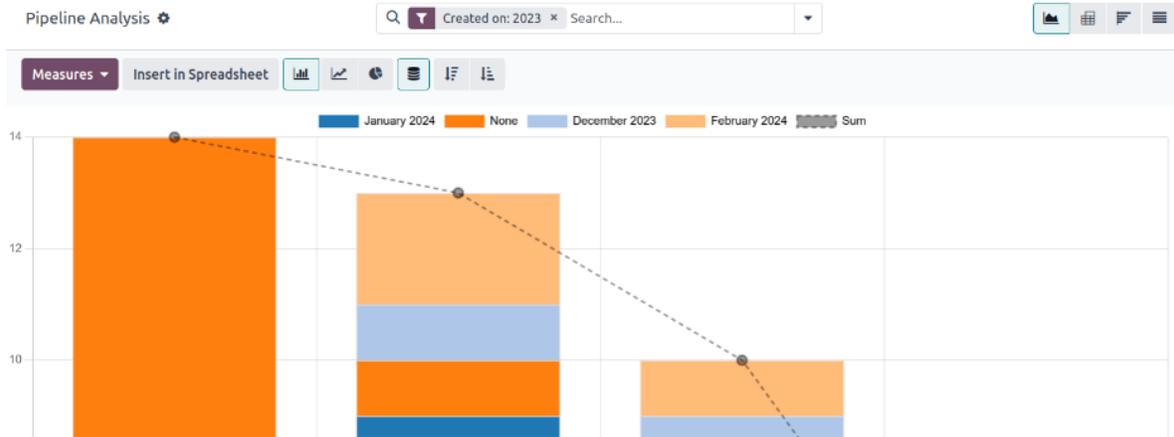
Después de organizar el flujo de trabajo, utilice las opciones de búsqueda y reportes disponibles en la página *análisis del flujo de ventas* para obtener información sobre la eficacia del flujo de trabajo y sus usuarios.

Si desea acceder a la página *análisis del flujo de trabajo*, vaya a la aplicación **CRM** ► **Reportes** ► **Flujo de trabajo**.



Cómo navegar la página de análisis del flujo de trabajo

Cuando acceda a la página **análisis del flujo de ventas**, se generará automáticamente un gráfico de barras que muestra los clientes potenciales del año pasado. Las barras representan la cantidad de clientes potenciales en cada etapa del proceso de ventas, organizadas por colores para mostrar el mes en que el cliente potencial alcanzó esa etapa.



Los elementos interactivos de la página **análisis del flujo de trabajo** modifican el gráfico para reportar diferentes métricas en varias vistas. De izquierda a derecha, de arriba a abajo, los elementos incluyen:

- ❖ **Acciones:** representadas por el icono  (**engranaje**), ubicado junto al título de la página **análisis del flujo de ventas**. Al hacer clic, aparecerá un menú desplegable con tres opciones, cada una con su propio submenú: **conocimiento, tablero, hoja de cálculo**. (Consulte **guardar y compartir reportes** para obtener más información)
 - La opción **información** sirve para vincular o insertar el gráfico en un artículo de la aplicación *Información*.
 - La opción **tablero** sirve para agregar el gráfico a un tablero en la aplicación *Tablero*.
 - La opción **hoja de cálculo** sirve para vincular el gráfico a una hoja de cálculo en la aplicación *Documentos*.

- ❖ Barra **buscar...**: muestra los filtros y agrupaciones que se aplican actualmente al gráfico. Si desea agregar nuevos filtros/grupos, escríbalos en la barra de búsqueda o haga clic en el icono  (**flecha hacia abajo**), al final de la barra, para abrir un menú desplegable de opciones. (Consulte **opciones de búsqueda** para obtener más información).

En la esquina superior derecha verá opciones de vista representadas por diferentes iconos. (Consulte **opciones de vista** para más información).

- ❖ Vista de **gráfico**: muestra los datos en un gráfico de barras. Esta es la vista predeterminada.
- ❖ Vista **pívot**: muestra los datos en una tabla de métricas personalizable y con categorías.

- ❖ Vista **cohorte**: muestra y organiza datos según la semana (predeterminado), día, mes o año de **creado en** y **fecha de cierre**.
- ❖ Vista de **lista**: muestra los datos en una lista.

En el lado izquierdo de la página, debajo del título de la página **análisis del flujo de trabajo** verá más opciones de filtros y vistas configurables.

- ❖ **Medidas**: abre un menú desplegable con diferentes opciones de medidas que puede visualizar en una gráfica, una tabla dinámica o en vista cohorte. El menú desplegable de **medidas** no está disponible para la vista de lista. (Consulte la página sobre **opciones de medidas** para obtener más información)
- ❖ **Insertar en hoja de cálculo**: abre una ventana emergente con opciones para abrir un gráfico o una tabla dinámica en una hoja de cálculo en la aplicación *Documentos*. Esta opción no está disponible para la vista cohorte o de lista.

Si selecciona la vista de gráfico, tendrá disponibles las siguientes opciones:

- ❖ **Gráfico de barras**: cambia el gráfico por un gráfico de barras.
- ❖ **Gráfico de línea**: cambia el gráfico por un gráfico de línea.
- ❖ **Gráfico circular**: cambia el gráfico por un gráfico circular.
- ❖ **Apilado**: al seleccionar esta opción, los resultados de cada etapa del gráfico se apilan uno encima del otro. Si no lo selecciona, los resultados de cada etapa se muestran como barras individuales.
- ❖ **Descendiente**: reordena las etapas del gráfico de manera descendiente de izquierda a derecha. Haga clic en el icono una segunda vez para quitar la opción. Es posible que esta opción no esté disponible dependiendo de sus criterios de búsqueda.
- ❖ **Ascendiente**: reordena las etapas del gráfico de manera ascendente de izquierda a derecha. Haga clic en el icono una segunda vez para quitar la opción. Es posible que esta opción no esté disponible dependiendo de sus criterios de búsqueda.

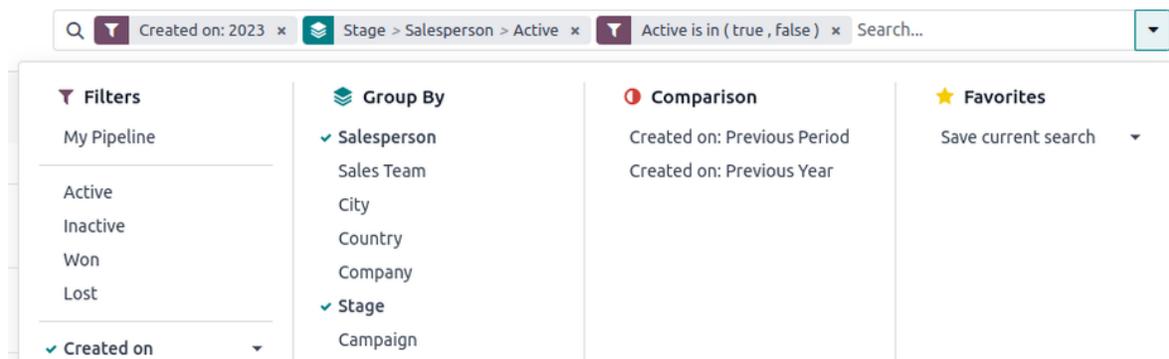
Si selecciona la vista de tabla dinámica, tendrá disponibles las siguientes opciones:

- ❖ **Girar eje**: gira los ejes X e Y de toda la tabla.
- ❖ **Expandir todo**: al seleccionar agrupaciones adicionales con el icono **+** (**signo de más**), este botón abre dichos grupos debajo de cada fila.
- ❖ **Descargar xlsx**: descarga la tabla como un archivo de Excel.

Opciones de búsqueda

La página del guilabel: análisis de flujo se puede personalizar con varias opciones de filtros y de agrupaciones.

Para añadir nuevos criterios de búsqueda, escriba lo que desee en la barra de búsqueda, o haga clic en el icono  (**flecha hacia abajo**) que se encuentra junto a la barra de búsqueda, para abrir un menú desplegable con todas las opciones. Consulte las secciones de abajo para obtener más información acerca de lo que hace cada opción.



FiltersGroup ByComparisonFavorites

La sección de **filtros** les permite a los usuarios agregar filtros ya existentes o personalizados para buscar sus criterios. Puede agregar varios filtros a una sola búsqueda.

- ❖ **Mi flujo de ventas:** muestra los leads asignados al usuario actual.
- ❖ **Oportunidades:** muestra los leads calificados como oportunidades.
- ❖ **Leads:** muestra los leads que están por calificarse como oportunidades.
- ❖ **Activo:** muestra los leads activos.
- ❖ **Inactivos:** muestra los leads inactivos.
- ❖ **Ganado:** muestra los leads marcados como **ganados**.
- ❖ **Perdido:** muestra los leads marcados como **perdidos**.
- ❖ **Creado el:** muestra los leads que se crearon durante un periodo específico de tiempo. De manera predeterminada, el rango es el año pasado, pero se puede ajustar como lo desee, o bien, puede quitarlo por completo.
- ❖ **Cierre esperado:** muestra los leads para los que se espera un cierre (que se marquen como **ganados**) durante un periodo específico de tiempo.
- ❖ **Fecha de cierre:** muestra los leads que se cerraron (marcados como **ganados**) durante un periodo específico de tiempo.
- ❖ **Archivado:** muestra los leads que se han archivado (marcados como **perdidos**).

- ❖ **Agregar filtro personalizado:** le permite al usuario crear un filtro personalizado con varias opciones. (Consulte la página de **agregar filtros y grupos personalizados** para obtener más información)

Agregar filtros y grupos personalizados

Además de las opciones ya existentes en la barra de búsqueda, la página de **análisis de flujo** también puede utilizar filtros y grupos personalizados.

Los filtros personalizados con reglas complejas que personalizan aún más los resultados de la búsqueda, mientras que los grupos personalizados muestran la información de manera más organizada.

Para agregar un filtro personalizado:

- 1) En la página de **análisis de flujo**, haga clic en el icono de la **flecha hacia abajo** que se encuentra junto a la barra de **Buscar...**
- 2) En el menú desplegable, haga clic en **Agregar filtro personalizado**.
- 3) Aparecerá la ventana emergente para **agregar un filtro personalizado** con una regla predeterminada (**El país está en ____**) compuesto de tres campos únicos. Puede editar estos campos para crear la regla personalizada, y puede agregar varias reglas a un solo filtro personalizado.
- 4) Para editar una regla, haga clic en el primer campo (**País**) y seleccione una opción del menú desplegable. El primer campo determina el contenido primario de la regla.
- 5) Luego, haga clic en el segundo campo y seleccione una opción del menú desplegable. El segundo campo determina la relación entre el primer y tercer campo, y generalmente **es** o **no es** una afirmación, aunque también pueden ser enunciados de **es más o menos que**, y más.
- 6) Finalmente, haga clic en el tercer campo y seleccione una opción del menú desplegable. El tercer campo determina el contenido secundario de la regla.
- 7) La regla estará completa una vez que estén seleccionados los tres campos.

- ❖ **Para agregar más reglas:** haga clic en **Nueva regla** y repita las reglas 4-7, según lo necesite.
- ❖ **Para eliminar una regla:** haga clic en el icono de  (**papelera**) del lado derecho de la regla.
- ❖ **Para duplicar una regla existente:** haga clic en el icono **+** (**signo de más**) del lado derecho de la regla.
- ❖ **Para crear reglas más complejas:** haga clic en el icono de **agregar rama** del lado derecho de la regla. Esto agrega otro modificador

debajo de la regla para agregar un enunciado «todo de» o «cualquiera de».

← Add Custom Filter

Match any ▾ of the following rules: Include archived

Active	is	set	+	⋮	🗑️
all ▾ of:					
		United States x	+	⋮	🗑️
		Canada x	+	⋮	🗑️
Country	is in				
Campaign	=	Newsletter	+	⋮	🗑️
Active	is	not set	+	⋮	🗑️

New Rule

Add **Cancel**

8) Una vez que agregó todas las reglas, haga clic en **Agregar** para agregar el filtro personalizado para los criterios de búsqueda.

❖ **Para eliminar un filtro personalizado:** haga clic en el icono de **X** (x) junto al filtro en la barra de búsqueda.

Para agregar un grupo personalizado:

1) En la página de **análisis de flujo**, haga clic en el icono de la **flecha hacia abajo** que se encuentra en la barra de búsqueda.

2) En el menú desplegable que aparece, haga clic en **Agregar un grupo personalizado**.

3) Busque entre las opciones del menú y seleccione uno o más grupos.

❖ **Para eliminar un grupo personalizado:** haga clic en el icono **X** (x) que se encuentra en el grupo personalizado en la barra de búsqueda.

Opciones de medidas

De manera predeterminada, la página de **análisis de flujo** mide el **número** total de leads que coincidan con los criterios de búsqueda, pero los puede cambiar para medir otros elementos de su interés.

Para cambiar la medida seleccionada, haga clic en el botón de **Medidas** que se encuentra en la parte superior izquierda de la página y seleccione una de las siguientes opciones del menú desplegable:

- ❖ **Días por asignar:** mide el número de días que tardó un lead en ser asignado después de su creación.
- ❖ **Días para el cierre:** mide el número de días que tardó el lead en cerrarse (que marcará como **ganado**).
- ❖ **Días para convertir:** mide el número de días que tardó un lead en convertirse en oportunidad.
- ❖ **Días de cierre excedidos:** mide el número de días que excede un lead de su fecha de cierre esperada.
- ❖ **MRR esperado:** mide el ingreso mensual recurrente esperado de un lead.
- ❖ **Ingreso esperado:** mide el ingreso esperado de un lead.
- ❖ **MRR prorrateado:** mide el ingreso mensual recurrente prorrateado de un lead.
- ❖ **Ingresos recurrentes prorrateados:** mide los ingresos recurrentes prorrateados de un lead.
- ❖ **Ingreso prorrateado:** mide el ingreso prorrateado de un lead.
- ❖ **Ingresos recurrentes:** mide el ingreso recurrente de un lead.
- ❖ **Número total:** mide el número total de leads que coinciden con los criterios de búsqueda.

Ver opciones

Después de configurar los filtros, los grupos y las medidas, la página de **análisis de flujo** puede mostrar los datos de muchas maneras. Por defecto, la página usa la vista de gráfico, pero la puede cambiar a la vista de tabla dinámica, de cohorte o de lista.

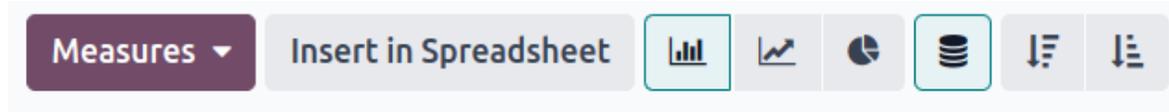
Para cambiar la vista del flujo, haga clic en uno de los cuatro iconos que se ubican en la parte superior derecha de la página de **análisis de flujo**.

Vista de gráfico Vista dinámica Vista de cohorte Vista de lista

La vista de gráfico está seleccionada de manera predeterminada en la página de **análisis de flujo**. Muestra el análisis ya sea en un gráfico de barras de línea o circular.

Esta opción de vista es útil para tener una visualización rápida y comparar relaciones simples, como el **número total** de leads en cada etapa, o los leads asignados a cada **vendedor**.

De manera predeterminada, el gráfico mide el **número total** de leads en cada grupo, pero puede cambiarlo si hace clic en el botón **Medidas** y **selecciona otra opción** del menú desplegable que aparece.



Truco

Le recomendamos que desactive la opción **Apilado** al utilizar un gráfico de barras en esta vista para hacer que el desglose de los resultados sea más legible.

Crear reportes

Después de comprender cómo **navegar por la página de análisis del flujo** puede utilizarla para crear y compartir diferentes reportes. Puede crear casi cualquier combinación posible gracias a las opciones predefinidas, los filtros y los agrupamientos personalizados.

Una vez que haya creado los reportes, puede **guardarlos como favoritos, compartirlos con otros usuarios o agregarlos a tableros y hojas de cálculo.**

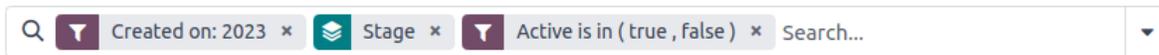
A continuación, detallamos algunos reportes comunes que puede crear en la página de **análisis del flujo.**

Reporte de perdidos y ganados

El cálculo de ganados y perdidos corresponde al cálculo de los leads activos o que solían estar activos en un flujo y que se marcaron como **ganados** o **perdidos** en un período específico de tiempo. Al calcular las oportunidades ganadas sobre las perdidas, los equipos pueden especificar los indicadores clave de rendimiento (KPI) que convierten leads en ventas, por ejemplo, los equipos o miembros específicos del equipo, determinados medios o campañas de marketing, entre otros.

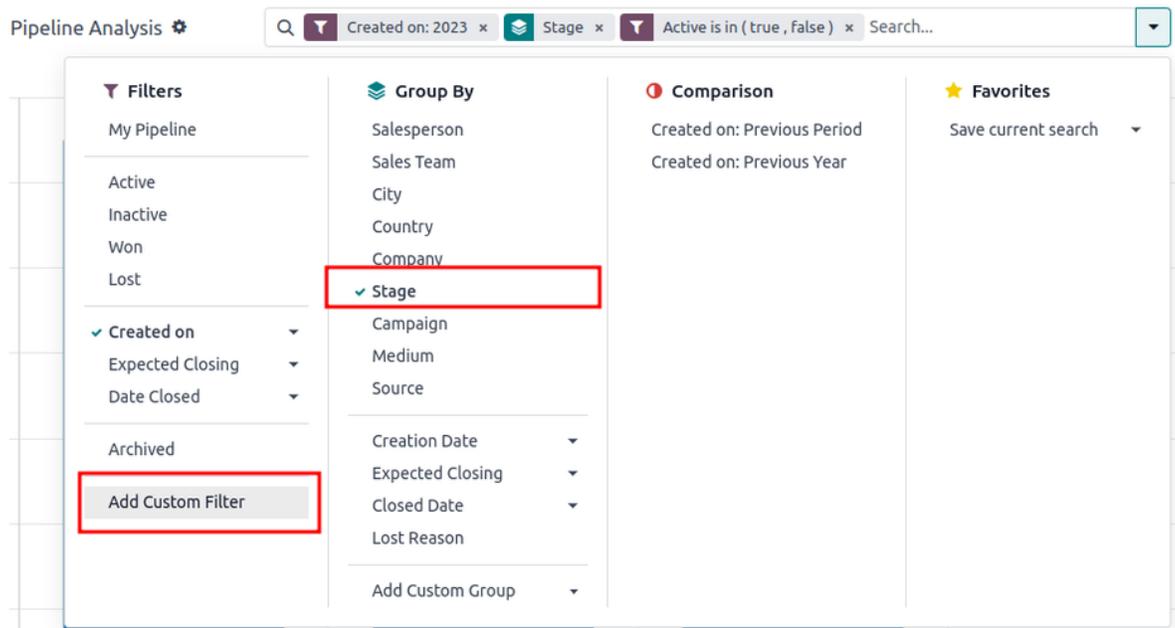
$$\text{Razón de perdidos y ganados} = \frac{\text{Oportunidades ganadas}}{\text{Oportunidades perdidas}}$$

El reporte de ganados y perdidos filtra los leads del año pasado, sin importar si fueron ganados o perdidos, y agrupa los resultados por su etapa en el flujo. Para poder crear este reporte necesita un filtro personalizado y agrupar los resultados por **Etapas**.



Siga los pasos que se describen a continuación para crear un reporte de ganados y perdidos:

- 1) Vaya a la **aplicación CRM ► Reportes ► Flujo**.
- 2) En la página de **análisis de flujo**, haga clic en el icono  (**flecha hacia abajo**) que está ubicado junto a la barra de búsqueda para abrir un menú desplegable de filtros y grupos.



- 3) Haga clic en **Etapa** en el menú desplegable de la sección **Agrupar por**.
- 4) Vaya a la sección **Filtros** y haga clic en **Agregar filtro personalizado** para abrir otro menú emergente.
- 5) En el menú emergente **Agregar filtro personalizado**, haga clic en el primer campo de la sección **Conciliar cualquiera de las siguientes reglas**: Este campo muestra **País** de forma predeterminada.
- 6) Al hacer clic en ese primer campo abrirá un submenú que le permitirá elegir alguna de las opciones disponibles. Busque y seleccione la opción **Activo**, después de esto los campos restantes se completarán en automático.

El primer campo dice **Activo**, el segundo campo dice **es** y, por último, el tercer campo dice **establecido**.

La regla completa dice: **Activo es establecido**.

- 7) Haga clic en **Nueva regla**, cambie el primer campo a **Activo** y el último a **no establecido**. La regla completa dice **Activo no es establecido**.
- 8) Haga clic en **Agregar**.

Add Custom Filter ✕

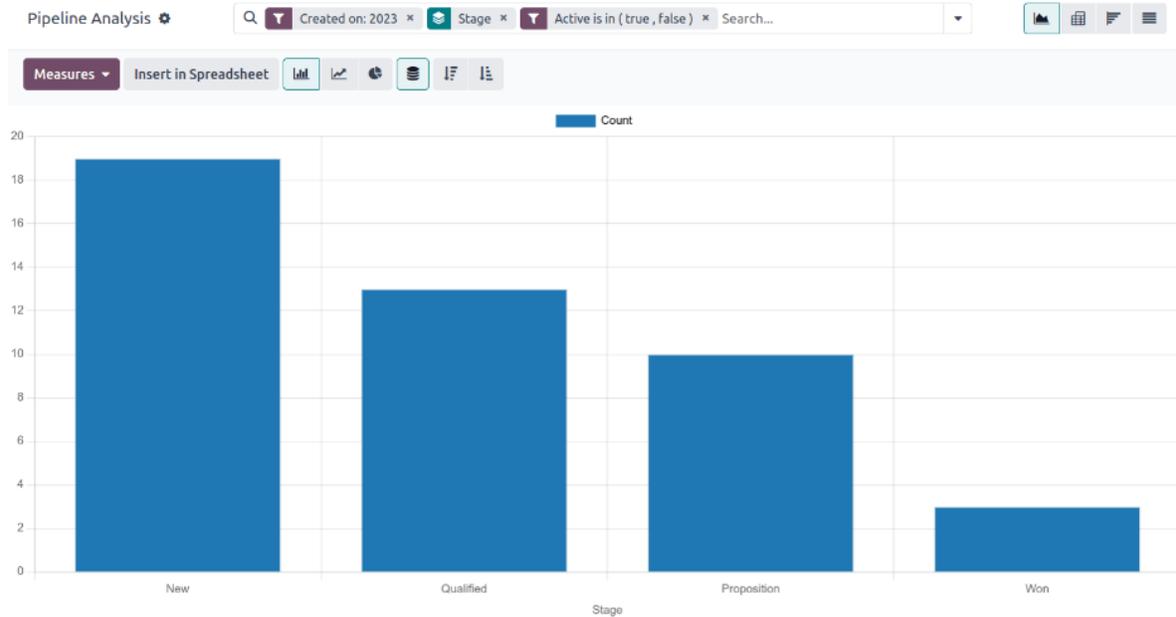
Match any ▼ of the following rules: Include archived

Active	is	▼	set	▼	+	👤	🗑️
Active	is	▼	not set	▼	+	👤	🗑️

[New Rule](#)

AddCancel

El reporte ahora muestra el **total** de leads, tanto «ganados» como «perdidos», agrupados por su etapa en el flujo del CRM. Pase el cursor sobre una sección del reporte para visualizar el número de prospectos en esa etapa.



Personalizar los reportes de ganados y perdidos

Después de **crear un reporte de ganados y perdidos** puede utilizar las siguientes opciones para personalizar el reporte según lo que necesite.

Ejemplo

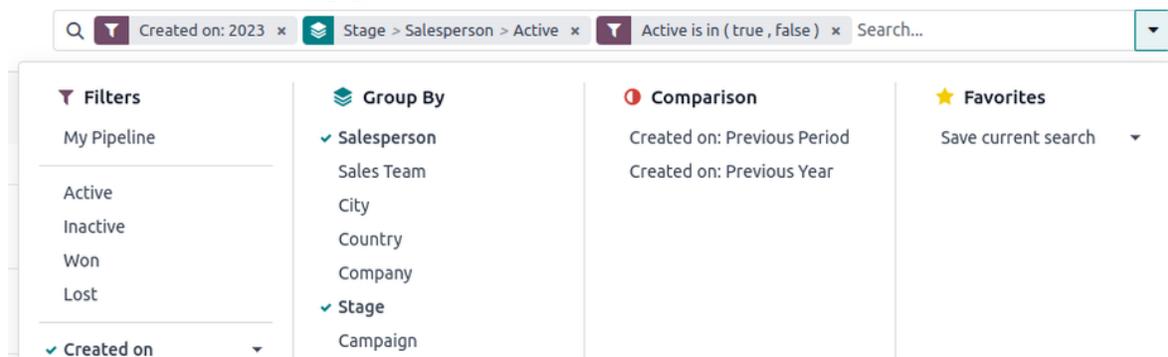
Un gerente de ventas podría agrupar los leads ganados y perdidos por vendedor o equipo de ventas para ver quién tiene la mejor tasa de conversión. Un equipo de marketing podría agrupar por fuentes o medios para saber dónde ha sido más exitosa su publicidad.

Filtros y grupos Vista dinámica Vista de lista

Para agregar más filtros y grupos haga clic en el icono  (**flecha hacia abajo**) que está ubicado junto a la barra de búsqueda. Seleccione una o más opciones del menú desplegable.

Estas son algunas de las opciones más útiles:

- ❖ **Creado en:** si ajusta este filtro a un periodo distinto, por ejemplo, los últimos 30 días o el último trimestre, puede proporcionar resultados más recientes.
- ❖ **Agregar filtro personalizado:** si hace clic en esta opción y navega por las diversas opciones en el menú desplegable podrá abrir criterios de búsqueda adicionales, por ejemplo, la **última actualización de la etapa** o el **motivo de pérdida**.
- ❖ **Agregar grupo personalizado > Activo:** al hacer clic en **Agregar grupo personalizado ▶ Activo** los resultados se dividen en **ganados (verdadero)** o **perdidos (falso)**. Esto muestra en qué etapa marcan los leads como **ganados** o **perdidos**.
- ❖ **Varios grupos:** puede seleccionar **Agrupar por** varias veces para dividir los resultados en fragmentos más relevantes y gestionables.
 - Si agrega **Vendedor** o **Equipo de ventas** dividirá el número total de leads en cada **Etapa**.
 - Si agrega **Medio** o **Fuente** puede saber qué herramientas de marketing generan más ventas.



The screenshot shows a CRM interface with a search bar at the top containing filters: "Created on: 2023", "Stage > Salesperson > Active", and "Active is in (true , false)". Below the search bar are four panels: "Filters" (My Pipeline, Active, Inactive, Won, Lost, Created on), "Group By" (Salesperson, Sales Team, City, Country, Company, Stage, Campaign), "Comparison" (Created on: Previous Period, Created on: Previous Year), and "Favorites" (Save current search).

Guardar y compartir reportes

Después de **crear un reporte**, los criterios de búsqueda se pueden guardar, así el reporte no se necesita crear de nuevo en el futuro. Los resultados de las búsquedas guardadas se actualizan cada vez que se abre el reporte.

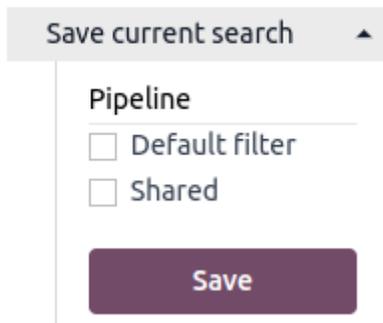
Además, los reportes se pueden compartir con otros, o se pueden agregar a las hojas de cálculo o tableros para personalizarlos más y con mayor facilidad.

Guardar en favoritos Agregar a una hoja de cálculo Agregar a un panel

Para guardar un reporte para más tarde:

- 1) En la página de **análisis de flujo**, haga clic en el icono  (**flecha hacia abajo**) que está ubicado junto a la barra de búsqueda.
- 2) En el menú desplegable que aparece bajo el encabezado **Favoritos**, haga clic en **Guardar búsqueda actual**.
- 3) En el siguiente menú desplegable que aparece ingrese el nombre del reporte.
 - Si marca la caja **Filtro predeterminado** este reporte será el análisis predeterminado al acceder a la página **Análisis del flujo**.
 - Si marca la caja **Compartido** otros usuarios podrán acceder a este reporte.
- 4) Finalmente, haga clic en **Guardar** para que el reporte se guarde en el encabezado **Favoritos**

★ Favorites



Save current search ▲

Pipeline

Default filter

Shared

Save

Ver también

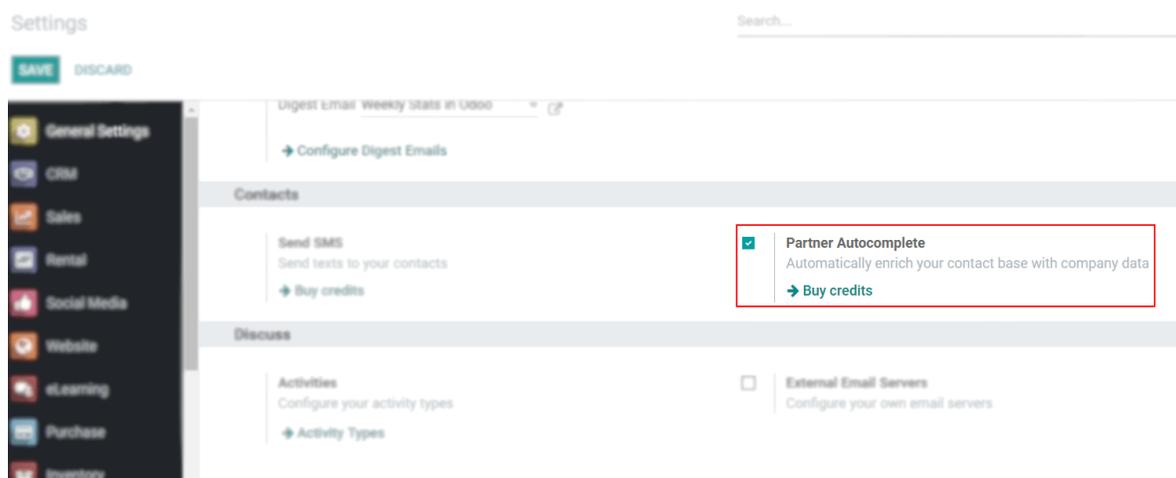
❖ In-app purchase (IAP)

Mejorar la base de contactos con Autocompletar contacto

La función «Autocompletar contacto» le ayuda a autocompletar la base de sus contactos con datos corporativos. Seleccione una de las empresas que se sugieren en el menú y obtenga toda la información que necesita.

Configuración

Vaya a **Ajustes** ► **Contactos** y active la función de *Autocompletar contacto*.



The screenshot shows the 'Settings' page with a search bar at the top right. On the left is a sidebar menu with options like 'General Settings', 'CRM', 'Sales', 'Retail', 'Social Media', 'Website', 'eLearning', 'Purchase', and 'Inventory'. The main content area is divided into sections: 'Digest Email Weekly stats in US\$000' with a 'Configure Digest Emails' link; 'Contacts' with 'Send SMS' (Send texts to your contacts, Buy credits) and 'Partner Autocomplete' (Automatically enrich your contact base with company data, Buy credits) - the latter is checked and highlighted with a red box; and 'Discuss' with 'Activities' (Configure your activity types, Activity Types) and 'External Email Servers' (Configure your own email servers).

Enriquecer sus contactos con información corporativa

No importa en qué módulo esté, una vez que comience a crear un nuevo contacto y empiece a escribir el nombre, el sistema le sugerirá una coincidencia potencial. Si le selecciona, el contacto se llenará con la información corporativa.

Por ejemplo, después de escribir *Odo* obtendrá la siguiente información:

Contacts | Contacts | Configuration

Contacts / New

SAVE DISCARD

0.00 Invoiced | Customer Ledger | 0 Document(s) | Active

Individual Company

Odoo

Address: Edmond Van Nieuwenhuyselaan
Street 2...
Oudergem State 1160
Belgium
VAT: BE0477472701

Phone: +1 650-691-3277
Mobile:
Email: info@odoo.com
Website Link: odoo.com
Language: English (US)
Tags: Tags...

Contacts & Addresses | Internal Notes | Sales & Purchase | Accounting

ADD

Asia/Pacific Services and R&D Phone: +91 (79) 40 500 100	Asia/Pacific Sales Office Phone: +852 39 500 610	Americas Sales Office Phone: +1 (929) 352-6366
Americas Sales, Services Phone: +1 (650) 691-3277	EMEA Services, R&D and Headquarters Phone: +32 81 81 37 00	EMEA Sales Office Phone: +32 2 290 34 90

Mr. David - now

Partner created by Odoo Partner Autocomplete Service

Odoo    

The Community version is the open source version, while the Enterprise version supplements the Community edition with proprietary features and services.

Company type: private

Founded: 2005

Sector: Information Technology | Software & Services
Internet Software & Services | Internet Software & Services

Employees: 700.0

Timezone: Europe/Brussels (Time Now)

Technology Used: Nginx | Google Apps | Google Analytics | Mailchimp
Youtube | Facebook Advertiser | Adroll | Google Remarketing

Truco
Autocompletar contacto también funciona si ingresa un número de RFC en lugar del nombre de la empresa.

Precio

Autocompletar contacto es un servicio que se debe *comprar dentro de la aplicación* y requiere de créditos prepagados para funcionar. Cada solicitud cuesta un crédito.

Para comprar créditos vaya a **Ajustes ▶ Contactos ▶ Autocompletar partner u Odoo IAP ▶ Ver mis servicios** .

Nota

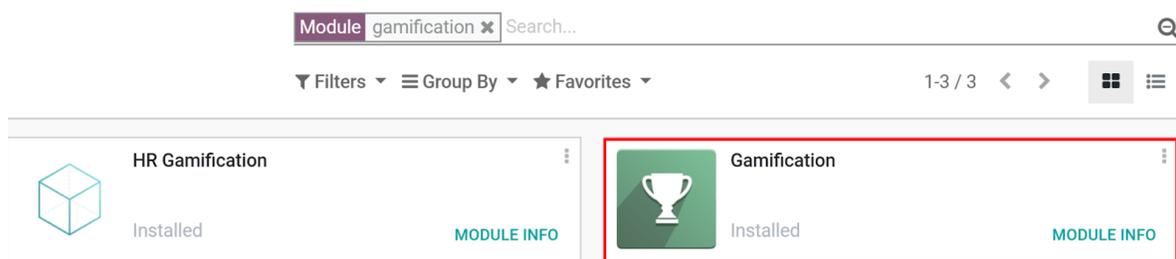
- ❖ Si se queda sin créditos, la única información que se llenará al hacer clic en la empresa sugerida será el link del sitio web y el logo.
- ❖ Si usa Odoo en línea y tiene la versión Enterprise, entonces tiene el beneficio de contar con créditos de prueba gratis para probar esta función.

¿Cómo motivar y recompensar a mis vendedores?

Una excelente manera de reforzar los buenos hábitos y mejorar la productividad de su equipo de ventas es retar a sus empleados para alcanzar objetivos específicos. El módulo de gamificación le ofrece maneras creativas y simples de motivar y evaluar a sus empleados. También tendrán reconocimientos en tiempo real e insignias mediante mecánicas de juego.

Configuración

Instale el módulo de *Gamificación*, o *Gamificación CRM*, ya que agregan más información útil (metas y desafíos) que se pueden usar en *CRM* o *Ventas*.



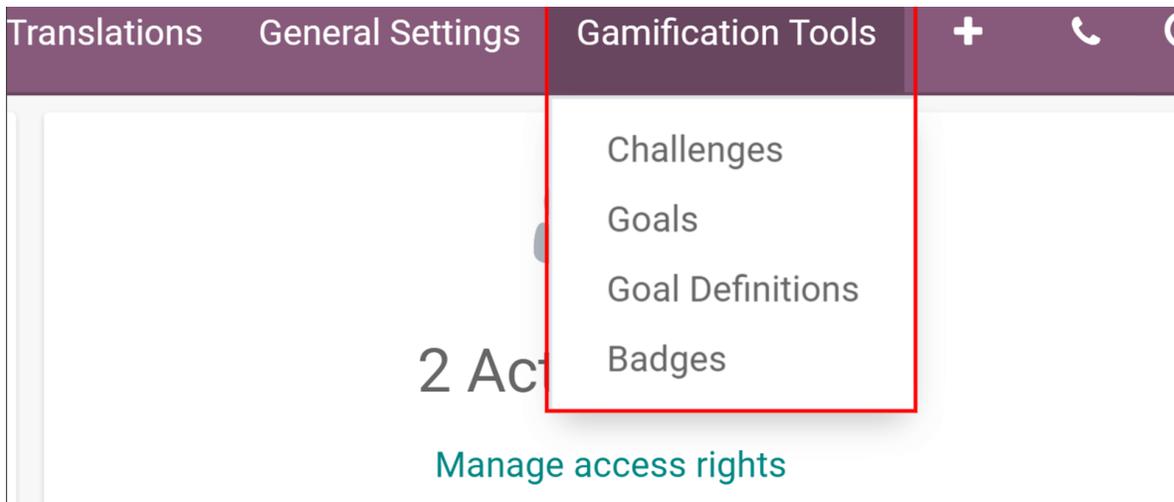
The screenshot shows the Odoo module search interface. At the top, there is a search bar with the text 'Module gamification' and a search icon. Below the search bar, there are navigation options: 'Filters', 'Group By', and 'Favorites'. The search results are displayed in a grid. The first result is 'HR Gamification' with a cube icon, 'Installed' status, and a 'MODULE INFO' link. The second result is 'Gamification' with a trophy icon, 'Installed' status, and a 'MODULE INFO' link. The 'Gamification' module card is highlighted with a red border.

Cree un reto

Ahora, cree su primer reto, vaya a **Ajustes ▶ Herramientas de gamificación ▶ Retos**.

Nota

Ya que la herramienta de gamificación es una configuración técnica que solo tiene que realizar una vez, debe activar las funciones técnicas para acceder a la configuración. Para hacerlo, vaya a *Ajustes* y *Activar modo de desarrollador*.



Un reto es una misión que le envía a su equipo de ventas. Puede incluir una o varias metas que se deben llevar a cabo durante un periodo específico de tiempo. Así puede configurar su reto:

- 1) asigne a los vendedores a los que retará,
- 2) asigne a un responsable,
- 3) configure la periodicidad, así como la fecha de inicio y final,
- 4) seleccione sus objetivos, y
- 5) configure sus premios (insignias).

Nota

Las insignias se otorgan cuando se termina el reto. Esto sucede ya sea al final del periodo en marcha (por ejemplo, al final del mes para un reto mensual), en la fecha final del reto (si no se configura un periodo), o cuando el reto se cierra manualmente.

En el ejemplo de abajo, estamos retando a 2 empleados con una *Meta mensual de ventas*. El reto se basa en 2 objetivos: la cantidad total facturada y los leads nuevos generados. Al final del mes el ganador obtendrá una insignia.

 Related Goals

Challenge Name
Monthly Sales Targets

Assign Challenge To
2 selected records [CHANGE SELECTION](#) →

[('groups_id', 'in', 9)] Administrator Demo User

Periodicity: Monthly
Responsible: Administrator

Display Mode: Individual Goals Leader Board (Group Ranking)
Start Date: End Date:

GOALS REWARD ADVANCED OPTIONS

Goal Definition	Condition	Target Value to Reach	Suffix
+ Total Invoiced	>=	20,000.00	£
+ New Leads	>=	100.00	leads

Configure los objetivos

A los usuarios se les puede evaluar según metas u objetivos numéricos que alcanzaron.

Las **metas** se asignan a través de los *retos* que evalúan (vea la imagen de arriba) y comparan a los miembros de un equipo a lo largo del tiempo.

Puede crear una nueva meta al instante desde un *Reto*, solo tiene que hacer clic en *Agregar nuevo elemento* en *metas*. Seleccione el objeto empresarial de acuerdo con las necesidades de su empresa. Por ejemplo: número de leads nuevos, tiempo para calificar un lead, cantidad total facturada durante una semana, un mes o cualquier espacio de tiempo específico en sus preferencias de gestión, etc.

Goal Definition
New Leads

Goal Description
Based on the creation date

How to compute the goal?

Computation Mode: Recorded manually Automatic: number of records Automatic: sum on a field Automatic: execute a specific Python code

Model: Lead/Opportunity

Date Field: Creation Date

Filter Domain: [('user_id','=',user.id), ']', ('t

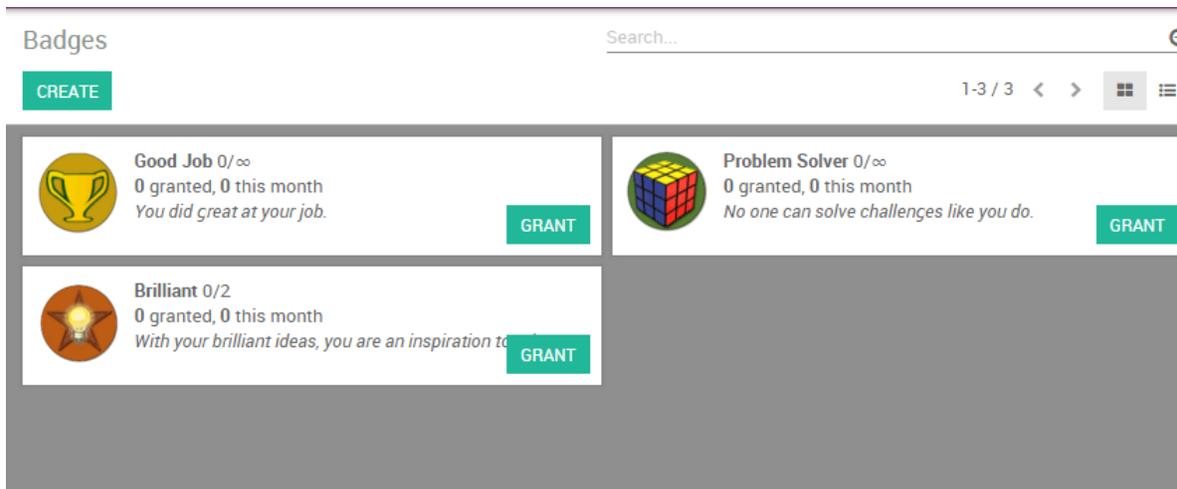
Goal Performance: The higher the better The lower the better

Nota

Los objetivos también pueden incluir la configuración de su base de datos (por ejemplo, establecer los datos de la empresa y una zona horaria, crear nuevos usuarios, etc.).

Configure recompensas

Se pueden dar **insignias** a los usuarios para logros no numéricos. Desde un simple gracias hasta un maravilloso logro, una insignia es una gran manera de expresar gratitud por un trabajo bien hecho. Para crear y otorgar insignias a sus empleados según su rendimiento vaya a **Ajustes ► Herramientas de ludificación ► Insignias**.



The screenshot shows a web interface for managing badges. At the top, there is a search bar and a 'CREATE' button. Below this, three badge cards are displayed, each with a unique icon, a title, a progress indicator, a description, and a 'GRANT' button.

Badge Icon	Badge Title	Progress	Description	Action
	Good Job	0/∞	0 granted, 0 this month <i>You did great at your job.</i>	GRANT
	Problem Solver	0/∞	0 granted, 0 this month <i>No one can solve challenges like you do.</i>	GRANT
	Brilliant	0/2	0 granted, 0 this month <i>With your brilliant ideas, you are an inspiration to...</i>	GRANT