VENTAS

❖CRM

- **Organice la fuente de información**

- **Actividades**
- **Administre oportunidades perdidas**
- **Varios equipos de venta**

- **Consiga leads**

- **Convierta leads en oportunidades**
- **Generar leads y oportunidades**
- **Envíe presupuestos**
- **Minado de leads**

- **Asignar y rastrear leads**

- **Rastree las visitas de sus prospectos**
- **Asignación de leads con la puntuación predictiva de leads**

- **Analizar el rendimiento**

- **Revise la relación ganancia/pérdida**

- **Optimice su trabajo diario**

- **Use Autocompletar contacto para enriquecer sus contactos.**
- **¿Cómo motivar y recompensar a mis vendedores?**

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

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

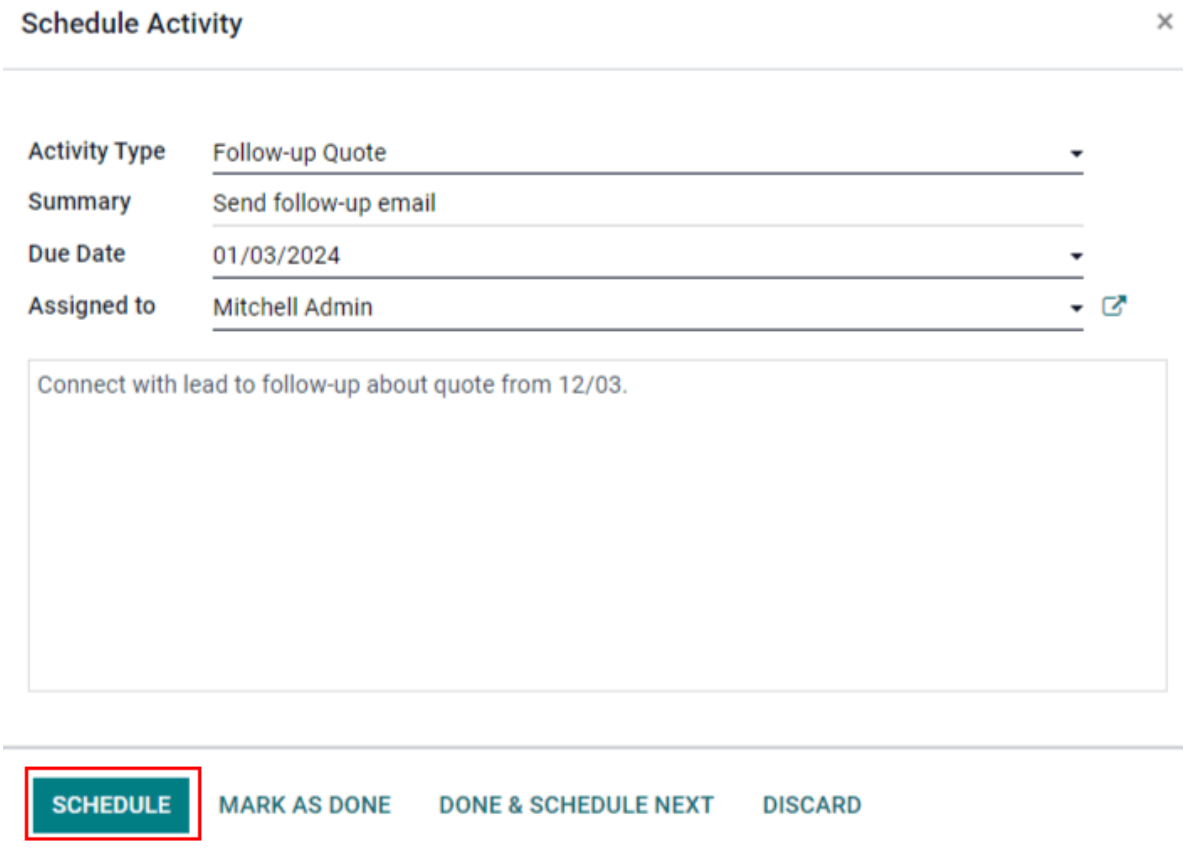
Para asignar la actividad a un usuario diferente, seleccione un nombre del menú desplegable de **Asignado a**. Si no selecciona a nadie, el usuario que crea la actividad será asignado de manera automática.

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**.

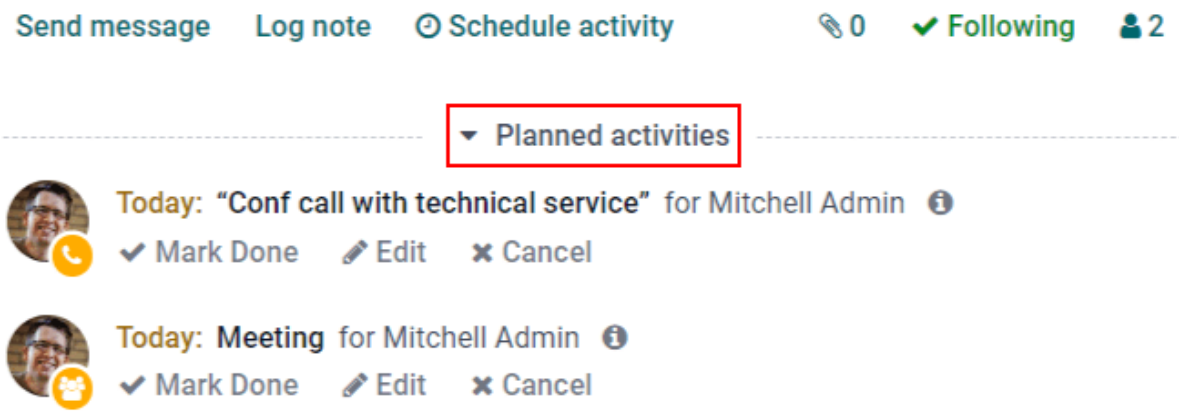
Por último, haga clic en uno de los siguientes botones:

- **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.



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

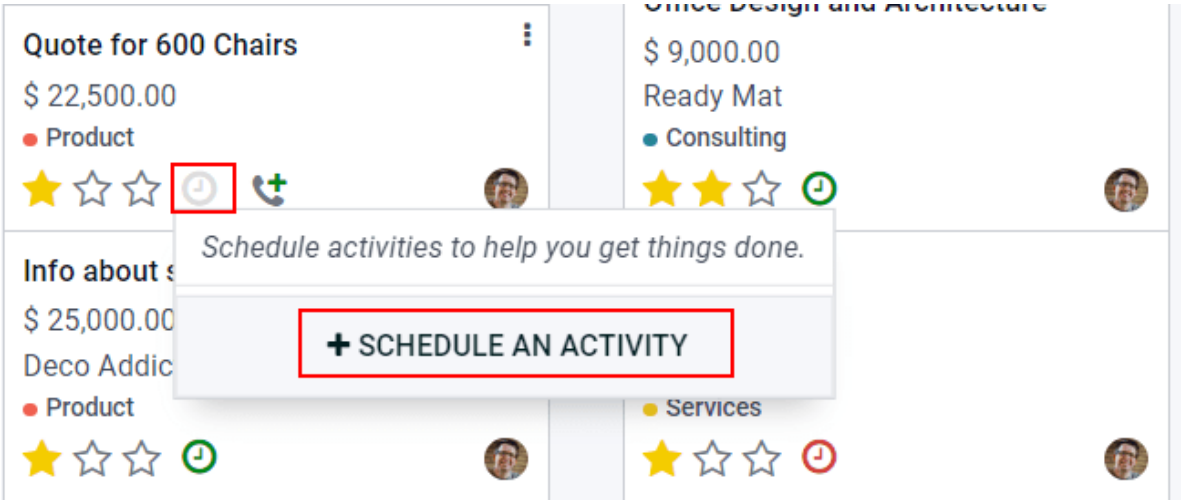
Las actividades planeadas se agregan al chatter para el registro en **Actividades planeadas**.



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

Kanban viewList viewActivity view

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.



CREADO POR ERP GT SYSTEMS

Nota

Los colores de actividad, y su relación con la fecha limite 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 **reojo** 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.

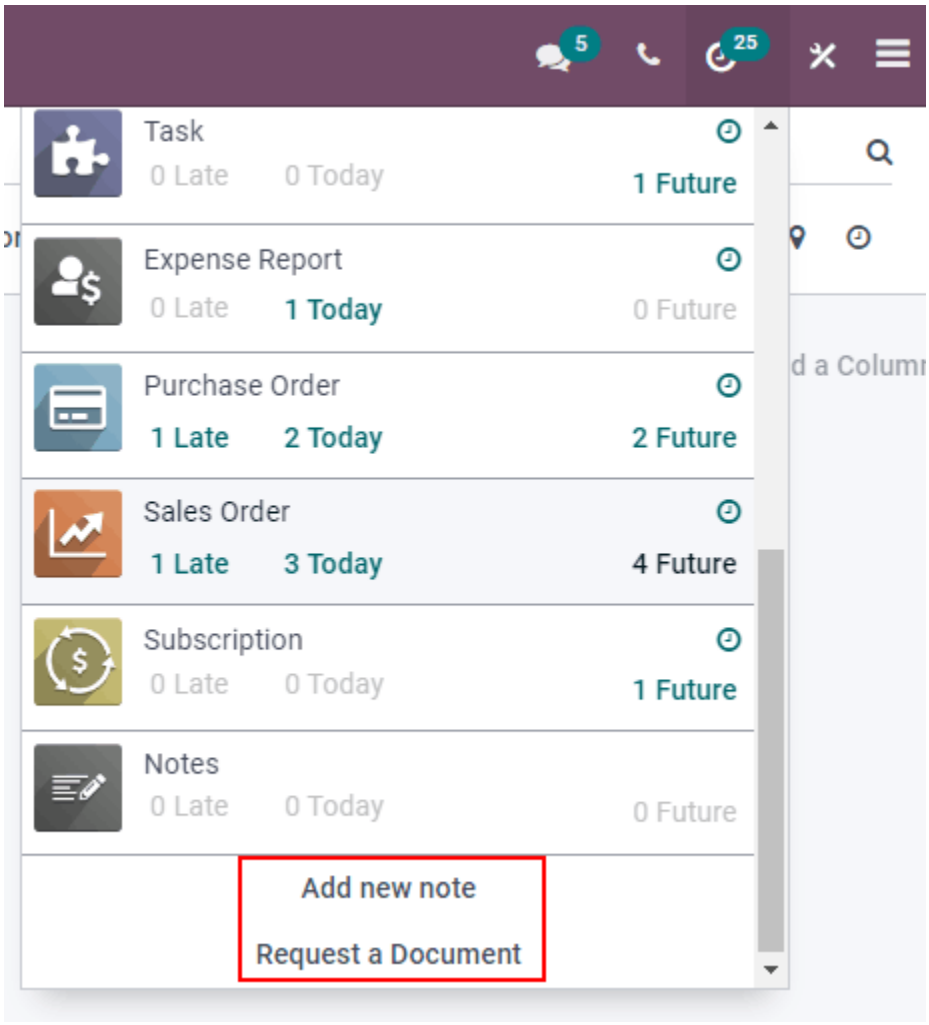
Vista de las actividades planeadas

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 **Buscar...**.

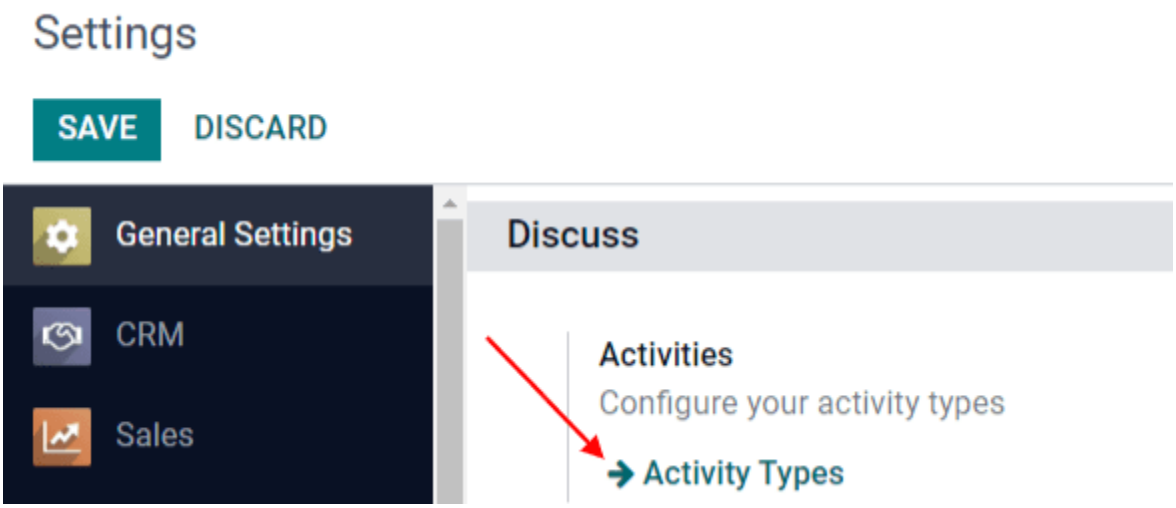
Para ver una lista consolidada de actividades agrupadas por la aplicación donde se crearon y por fecha límite, haga clic en el icono 🕘 **(reloj)** en el menú del encabezado para ver las actividades de esa aplicación específica en un menú desplegable.

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)**.



Configure los tipos de actividades

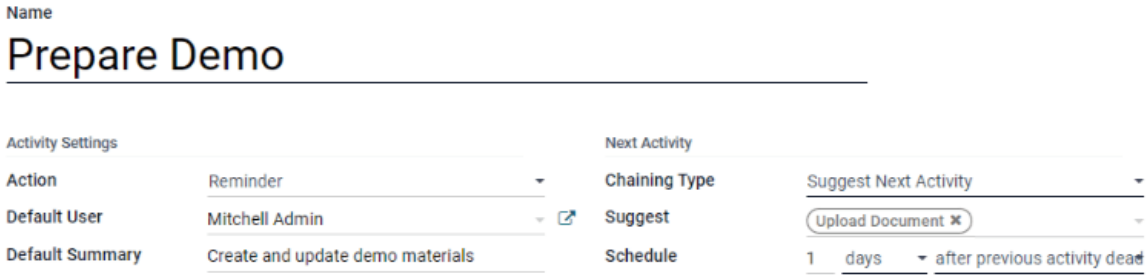
Para configurar los tipos de actividades en la base de datos, vaya a **Ajustes** ▸ **Conversaciones** ▸ **Actividades** ▸ **Tipos de actividades**.



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.



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 predeterminado** y **Resumen predeterminado** se incluye en la actividad

Siguiente actividad

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

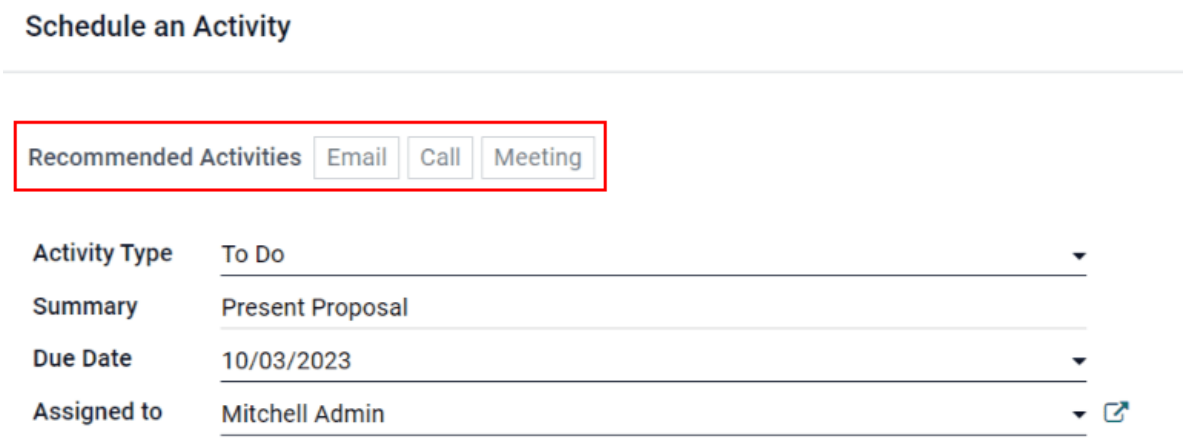
Sugerir la siguiente actividad

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**.



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

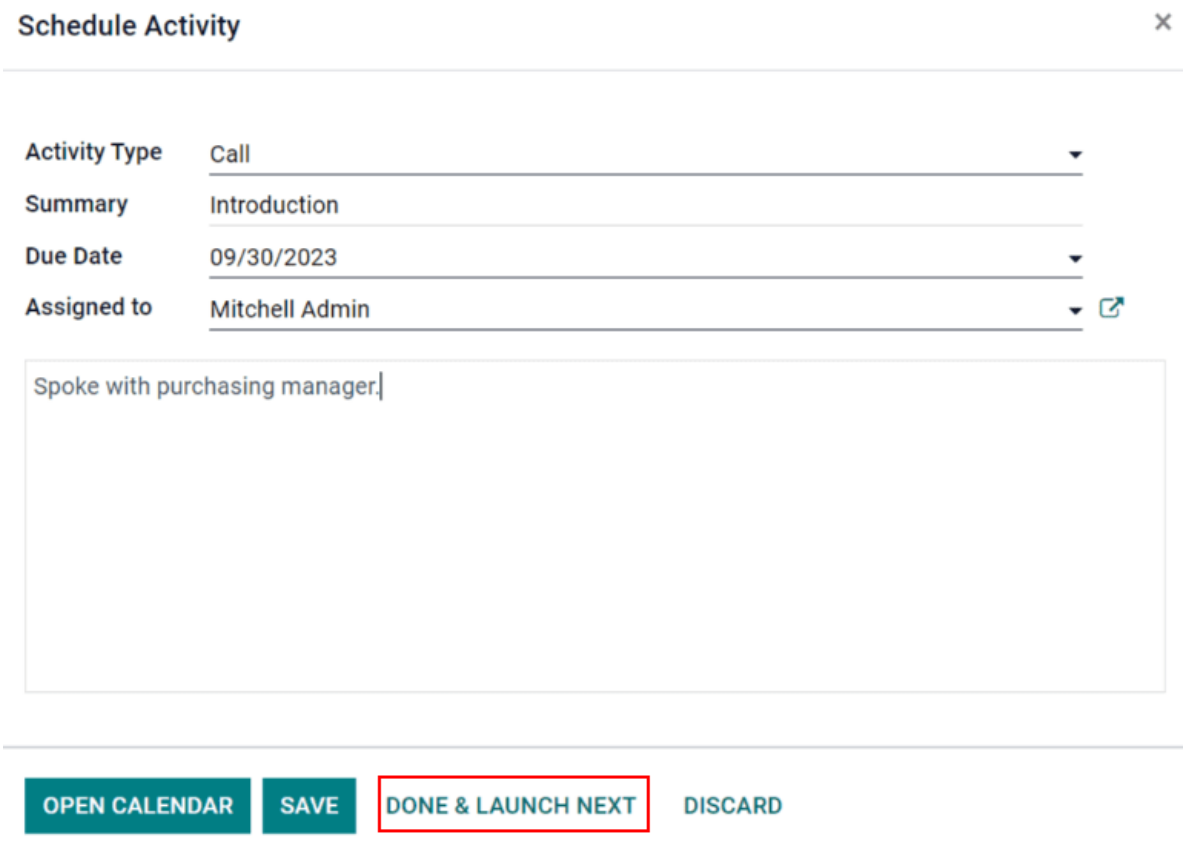
Si configura el **Tipo de encadenamiento** a **Activar siguiente actividad** hara que la siguiente actividad se active de inmediato una vez que la actividad perevia se termine.

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**.



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
- Get started with Discuss
- Uso de canales para la comunicación en equipo

Administre 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 util para futuras oportunidades.

Marque un lead como perdido

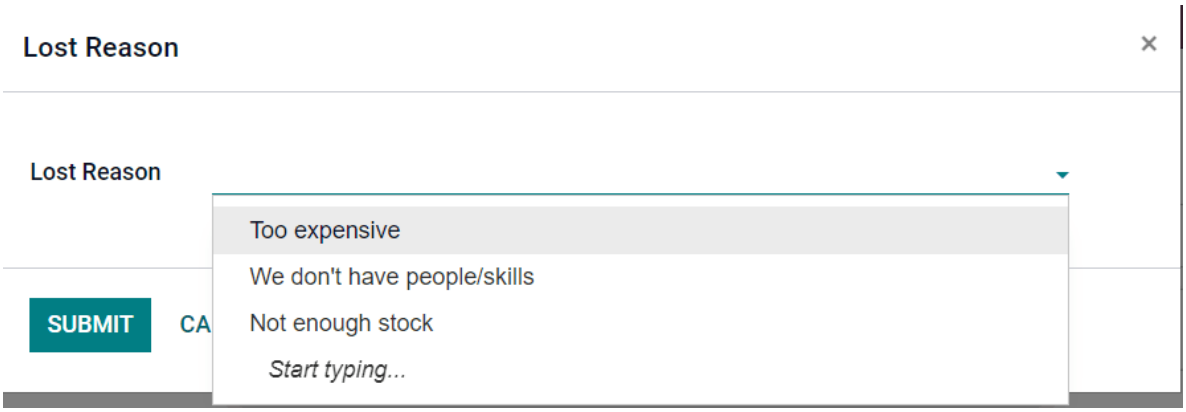
Para marcar un lead como perdido, abra la aplicación **CRM** y seleccione un lead del flujo. De esta manera podrá ver el formulario de detalles del lead.

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**.

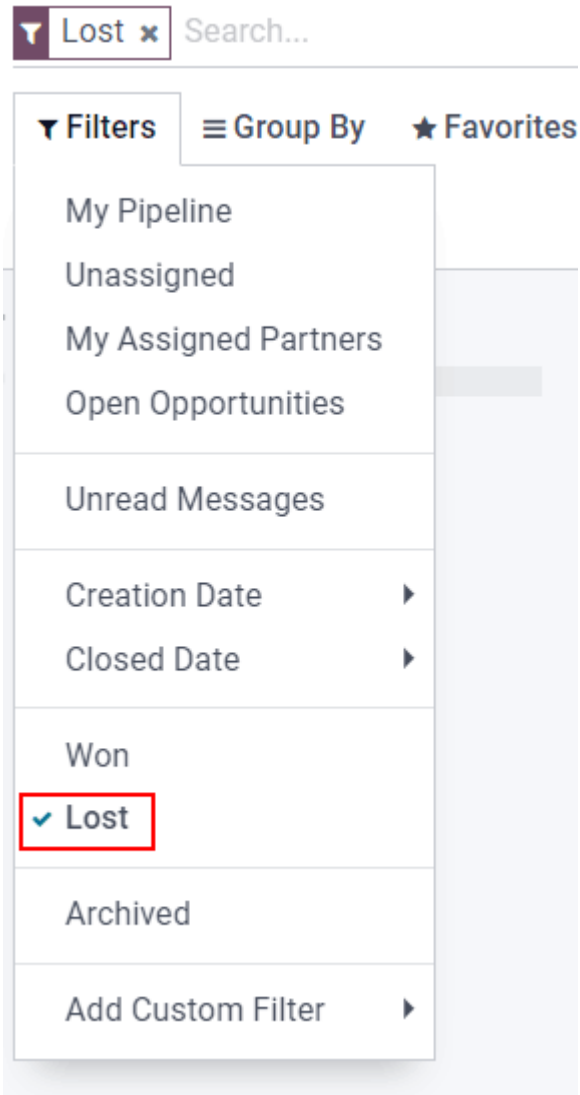
Para editar un motivo existente, haga clic en el motivo que se debería modificar. Una vez que lo seleccione, cambie la descripción del motivo en el campo **Descripción**.

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

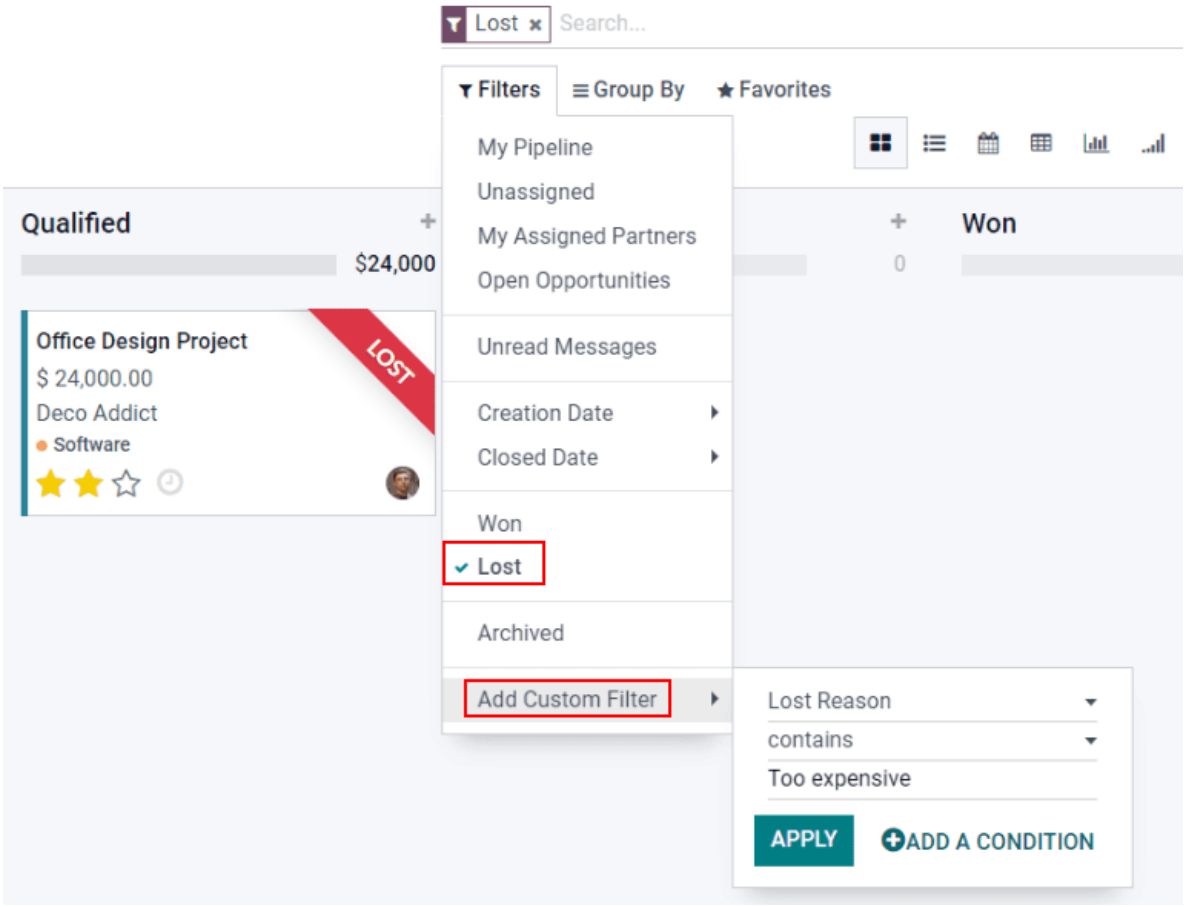
Para recuperar oportunidades perdidas en la aplicación *CRM* de Odoo, abra la **aplicación CRM** y quédese en el tablero principal llamado **Flujo**. Una vez aquí, haga clic en el menú desplegable **Filtos** que se encuentra en la barra de búsqueda.



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, Odoo mostrará todos los leads perdidos que contengan las palabras clave que especificó.

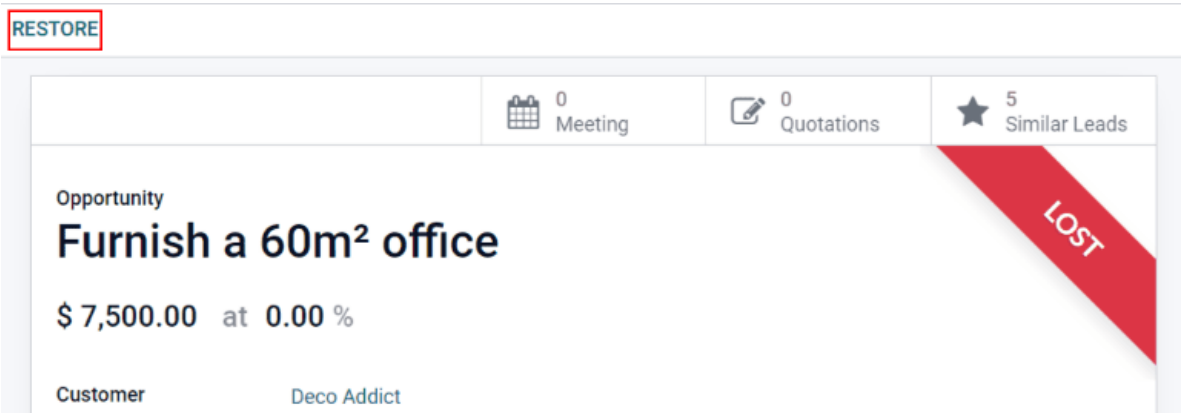


Restablecer las oportunidades perdidas

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 enuentra en la esquina superior izquierda. Así se quitará el listón rojo de **Perdido** del formulario del lead y habrá restaurado la oportunidad.



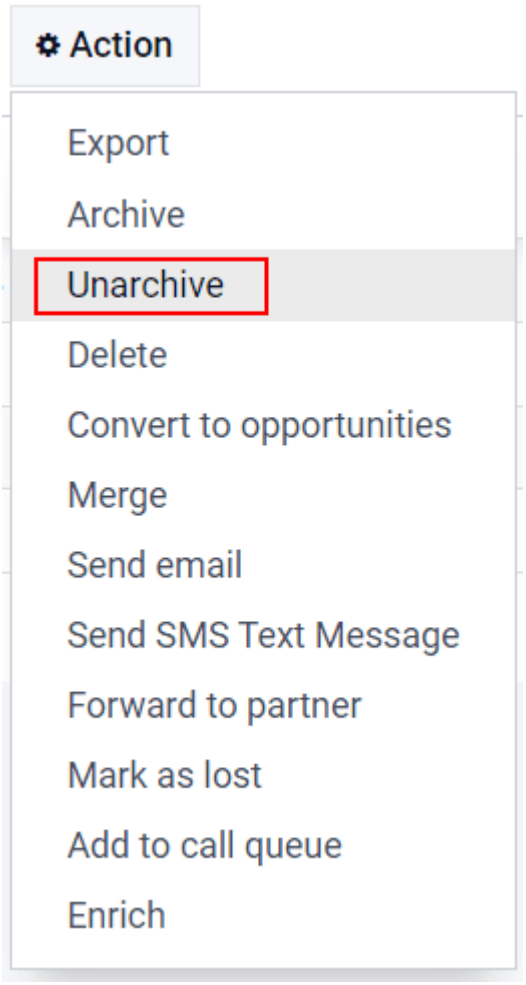
Restaurar varias oportunidades al mismo tiempo

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
Revise la relación ganancia/pérdida

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.

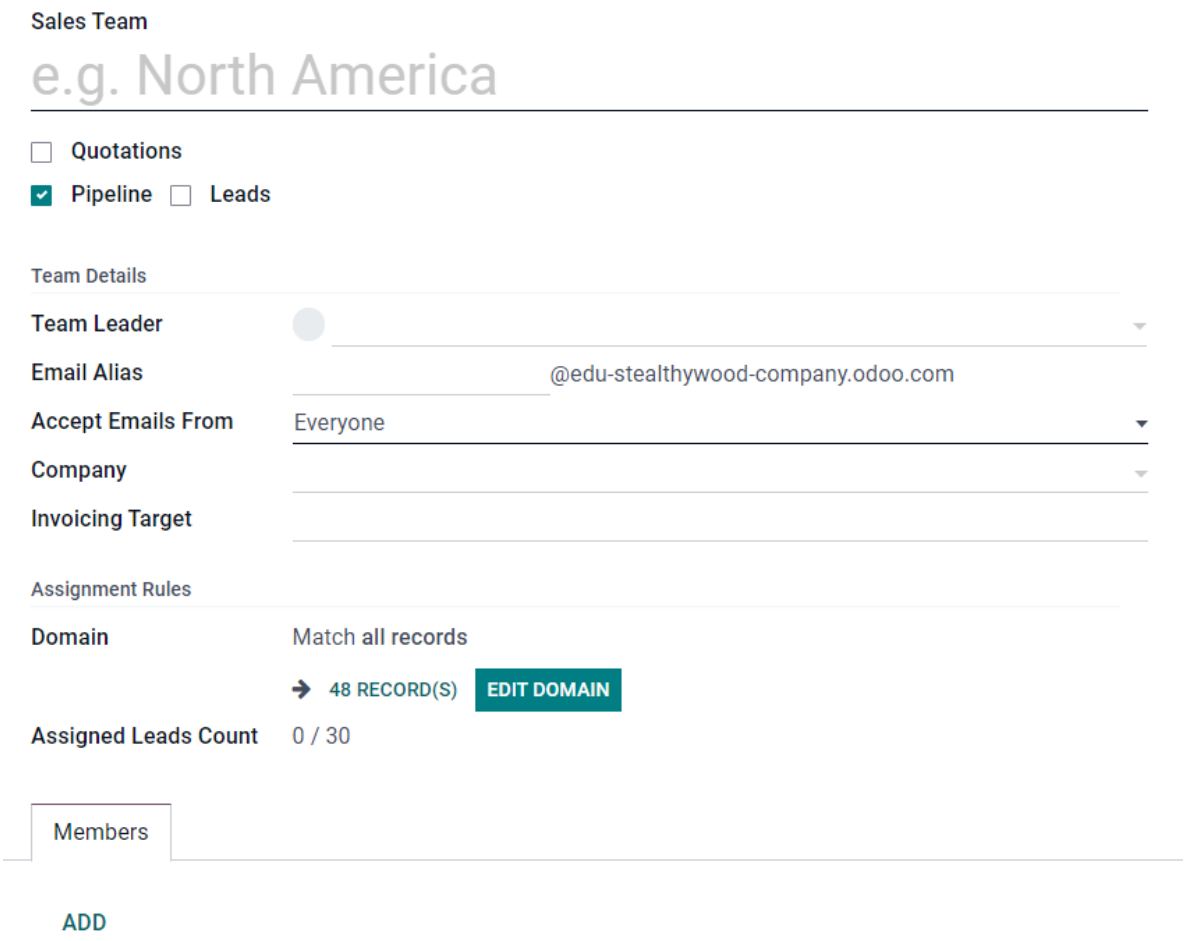
Cree un nuevo equipo de ventas

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

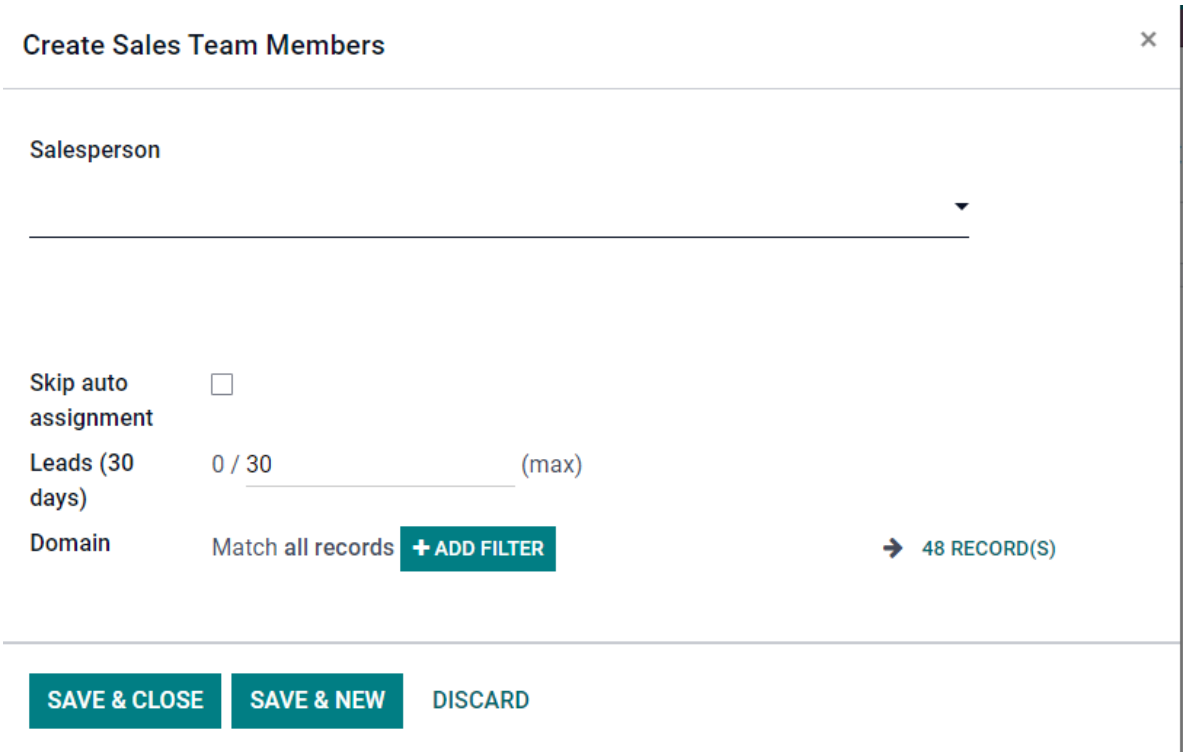
oportunidad de manera automática para este equipo en específico. Usted puede elegir si acepta correos de **Todos**, **Contactos autenticados**, o **Solo seguidores**.

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.



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.

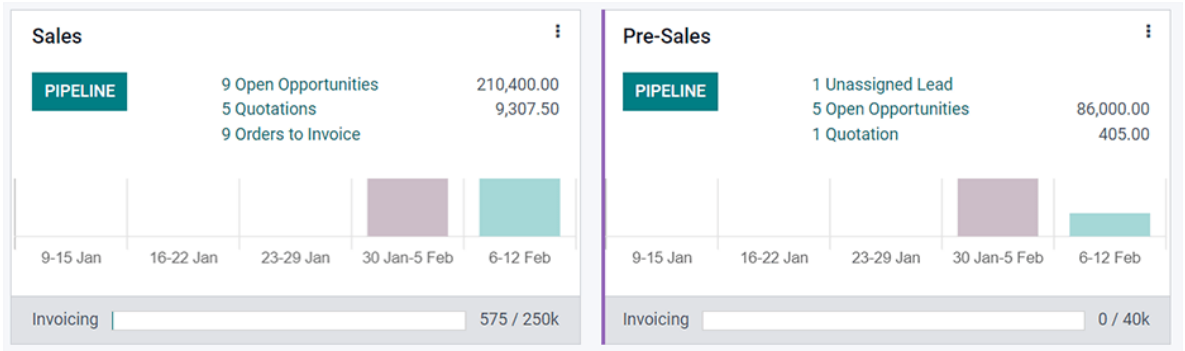


Usted puede agregar personas como miembros del equipo o como **líder del equipo** en varios equipos de venta, de tal manera que estas personas tendrán acceso a todos los flujos que sean necesarios.

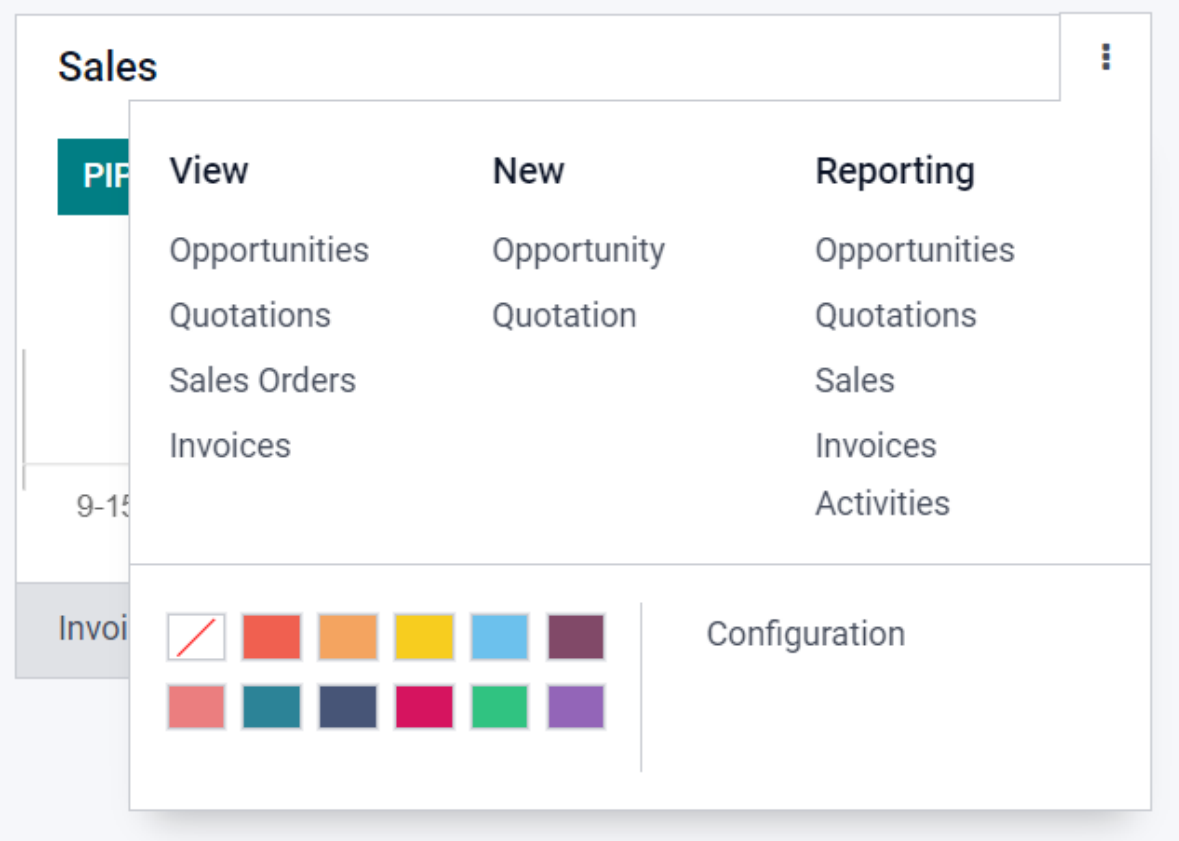
Tablero del equipo de ventas

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 esta equipo, o acceder a la página de configuración del equipo.



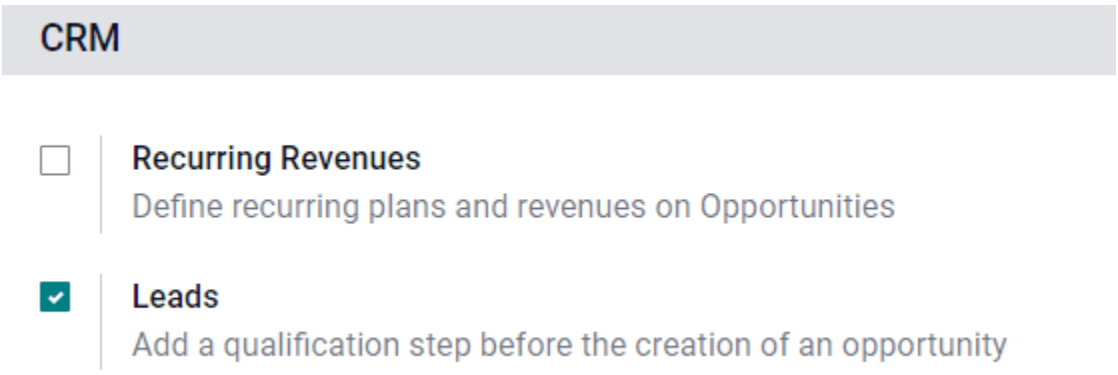
Haga clic en el botón que dice **Flujo** para ir directamente al flujo de CRM del equipo.

Convierta leads en oportunidades

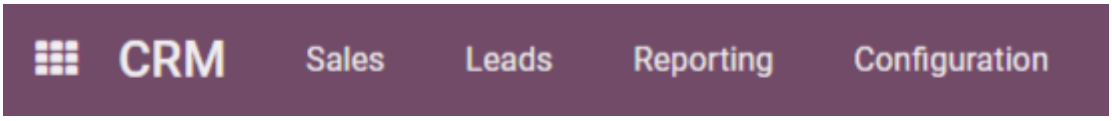
Los clientes potenciales actúan como pasos de calificación antes de que se cree una oportunidad. Esto proporciona tiempo adicional antes de que se asigne una oportunidad potencial a un vendedor.

Configuración

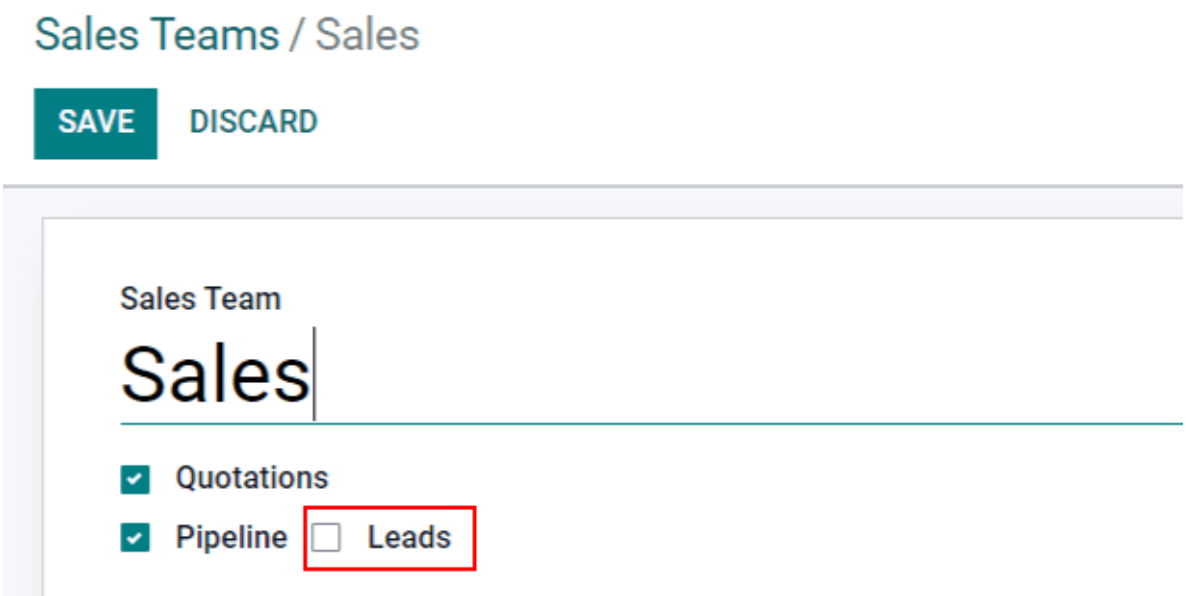
Para activar *la configuración de Clientes potenciales* , *vaya a* la aplicación CRM ▸ Configuración ▸ **Configuración y marque la casilla etiquetada** Clientes potenciales. A continuación, haga clic en **Guardar**.



Al activar esta función, se agrega un nuevo menú, **Clientes potenciales**, a la barra de menú del encabezado en la parte superior de la pantalla.



Una vez que se *ha activado la configuración de Leads*, se aplica a todos los equipos de ventas de forma predeterminada. Para desactivar los clientes potenciales de un equipo específico, vaya a **la aplicación CRM ► Configuración ► Equipos de ventas**. A continuación, seleccione un equipo de la lista para abrir el registro y desmarque la **casilla Clientes potenciales**. Una vez hecho esto, haga clic en **Guardar**.



Convierta un lead en una oportunidad

Para convertir un cliente potencial en una oportunidad, *vaya a* CRM ▸ **Clientes potenciales y haga clic en un** cliente potencial **de la lista para abrirlo.**

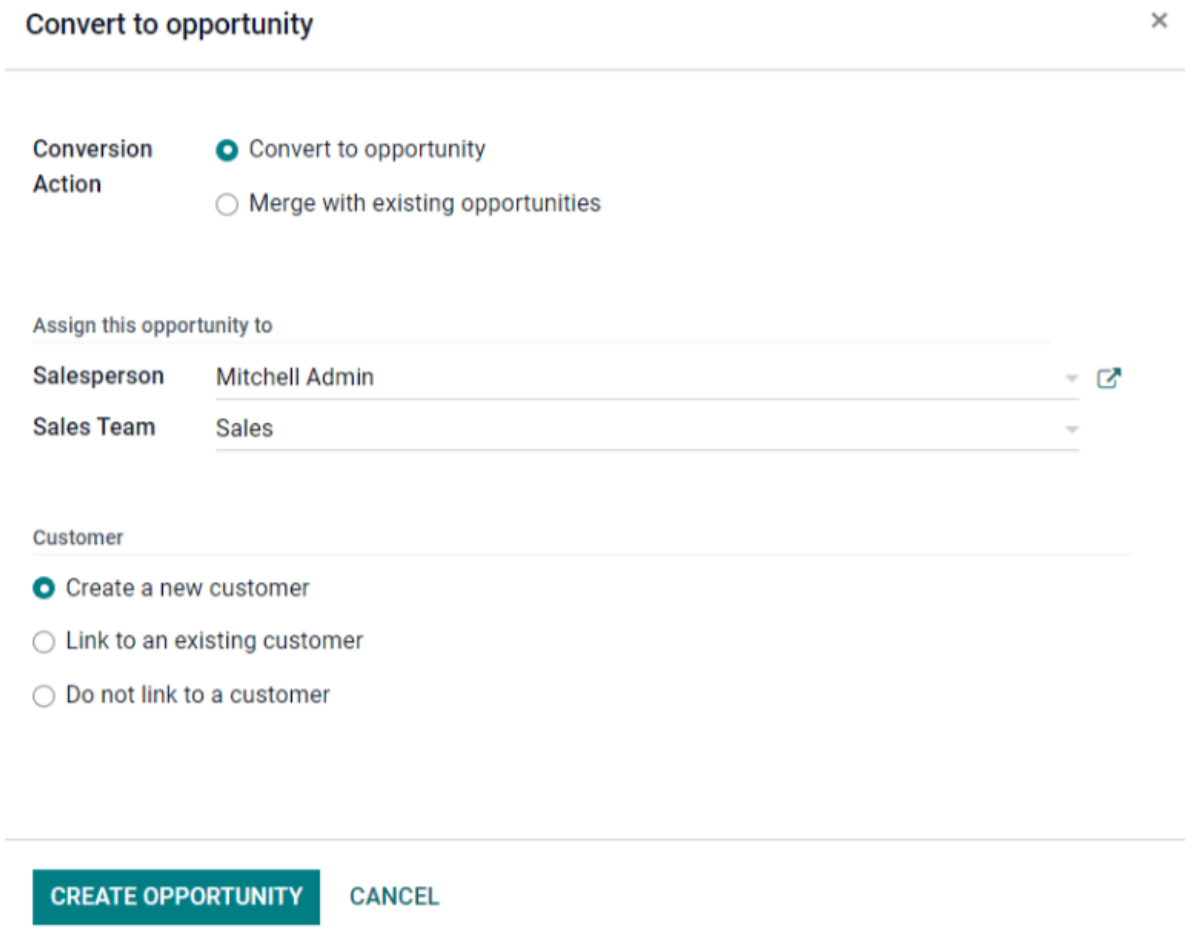
En la esquina superior izquierda de la pantalla, haga clic en el **botón Convertir en oportunidad , que abre una** ventana emergente **Convertir en** oportunidad.

En la **ventana emergente Convertir en oportunidad, en el campo** Acción de conversión**, seleccione la opción** Convertir en oportunidad.

Nota
Si ya existe un cliente potencial, o una oportunidad, en la base de datos para este cliente, Odoo sugiere automáticamente fusionar ambos clientes potenciales/oportunidades. Para obtener más información sobre la combinación de clientes potenciales y oportunidades, consulte la sección sobre cómo fusionar clientes potenciales a continuación.

A continuación, seleccione **un vendedor** y un **equipo de ventas** a los que se debe asignar la oportunidad.

Si el cliente potencial ya se ha asignado a un vendedor o a un equipo, estos campos se rellenan automáticamente con esa información.



En el encabezado Cliente, elija una de las siguientes opciones:

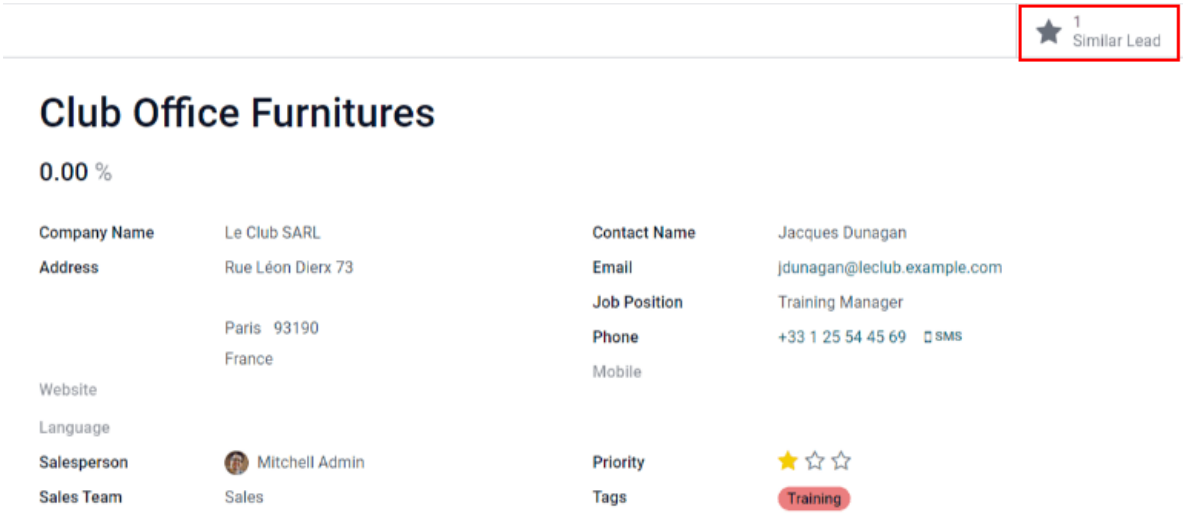
1) **Crear un nuevo cliente**: elija esta opción para utilizar la información del cliente potencial para crear un nuevo cliente.
2) **Vincular a un cliente existente**: elija esta opción y, a continuación, seleccione un cliente en el menú desplegable resultante para vincular esta oportunidad al registro de cliente existente.
3) **No vincular a un cliente**: elija esta opción para convertir el cliente potencial, pero no vincularlo a un cliente nuevo o existente.

Por último, cuando se completen todas las configuraciones, haga clic en **Crear oportunidad**.

Fusionar clientes potenciales y oportunidades

Odoo detecta automáticamente clientes potenciales y oportunidades similares comparando las direcciones de correo electrónico de los contactos asociados. Si se

encuentra un cliente potencial u oportunidad similar, aparece un botón inteligente **Cliente potencial similar** en la parte superior del registro de cliente potencial u oportunidad.



Para comparar los detalles de los clientes potenciales/oportunidades similares, haga clic en el **botón Clientes potenciales similares**. Esto abre una vista kanban con solo los clientes potenciales/oportunidades similares. Haga clic en cada tarjeta para ver los detalles de cada cliente potencial/oportunidad y confirme si deben fusionarse.

Importante
Al fusionar, Odoo da prioridad al cliente potencial/oportunidad que se creó primero en el sistema, fusionando la información en el primer cliente potencial/oportunidad creado. Sin embargo, si se combinan un cliente potencial y una oportunidad, el registro resultante se denomina oportunidad, independientemente del registro que se haya creado primero.

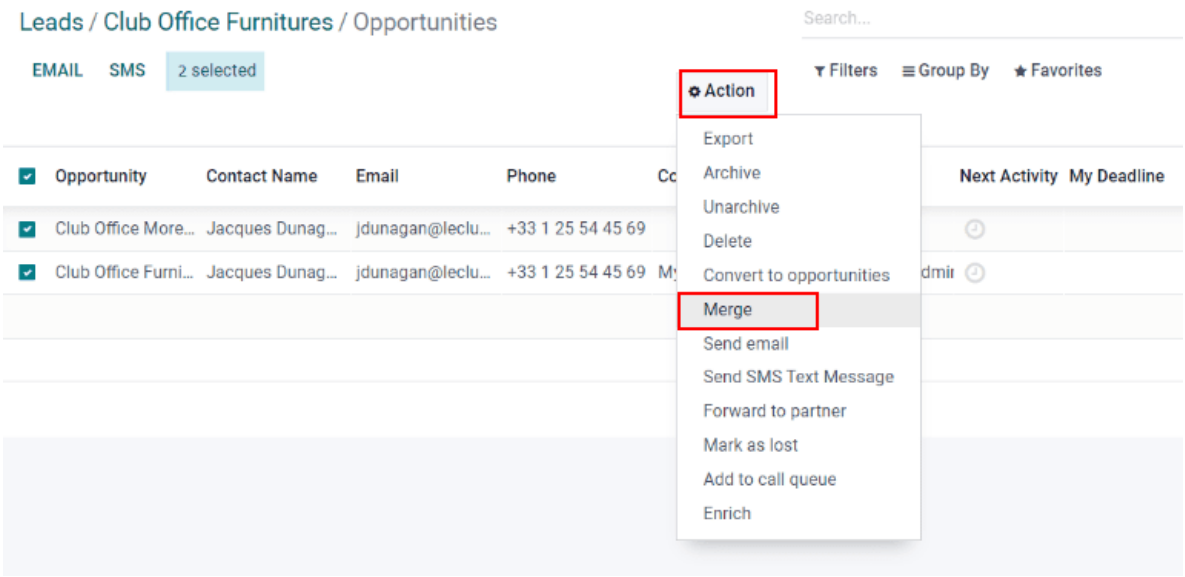
Después de confirmar que los clientes potenciales/oportunidades deben combinarse, vuelva a la vista kanban mediante rutas de navegación o haciendo clic en el **botón inteligente Cliente potencial similar**. Haga clic en el icono **(tres líneas verticales) para cambiar a la** ☰ vista de lista.

Marque la casilla a la izquierda de la página para que se fusionen los clientes potenciales/oportunidades. A continuación, haz clic en el ⚙ **icono Acción (engranaje)** en la parte superior de la página para que aparezca un menú desplegable. En ese menú desplegable, seleccione la **opción Combinar** para fusionar las oportunidades (o clientes potenciales) seleccionadas.

Cuando se selecciona Combinar en el **menú desplegable Acción** ⚙ (engranaje), aparece una ventana emergente Fusionar. En esa ventana emergente, decida **Asignar oportunidades a** un **vendedor** y/o equipo **de ventas**.

Debajo de esos campos, se enumeran los clientes potenciales/oportunidades para fusionarse, junto con su información relacionada. Para combinar esos clientes potenciales/oportunidades seleccionados, haga clic en **Combinar**.

Nota
Al fusionar oportunidades, no se pierde información. Los datos de la otra oportunidad se registran en el chat y en los campos de información como referencia.



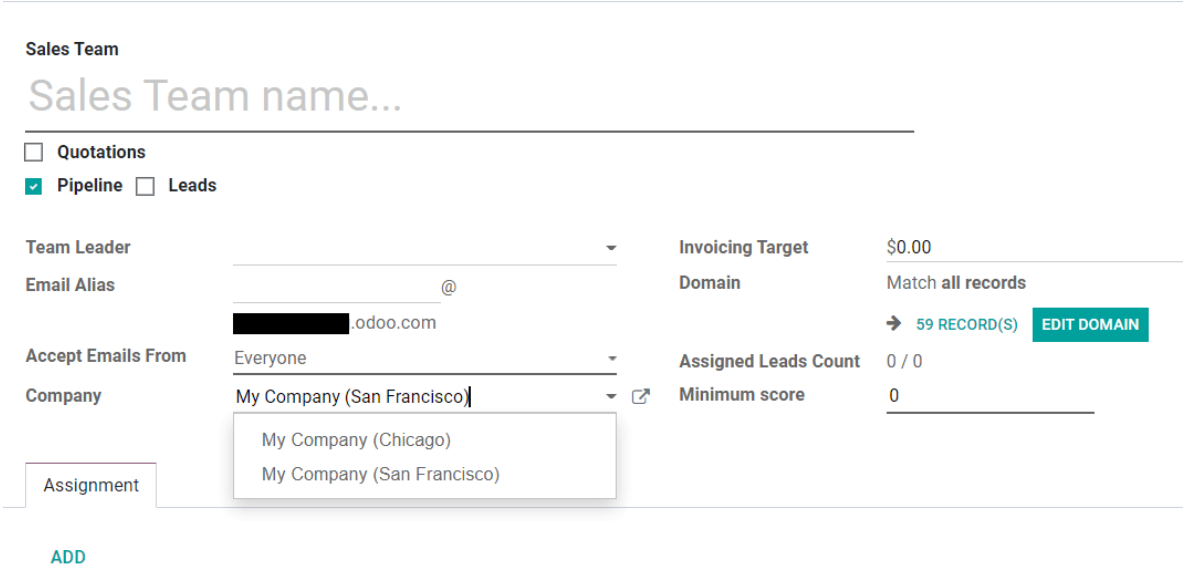
Generar leads y oportunidades

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

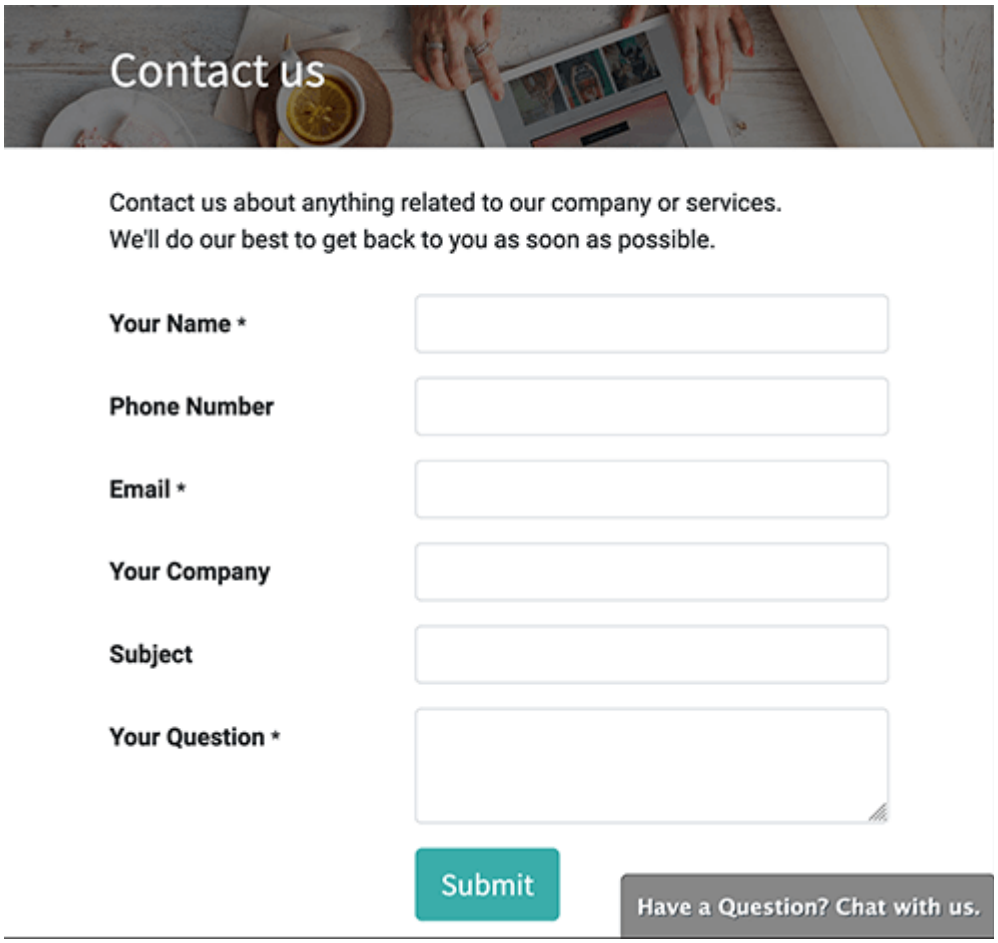
Cada equipo de ventas puede usar su seudónimo de correo único para generar leads u oportunidades. Cualquier correo que se envía al seudónimo de correo del equipo de ventas creará un lead (si activó los leads en sus ajustes de CRM) o una oportunidad de manera automática en el flujo de ese equipo en particular. Configure

los seudónimos de correo personalizados en la página de configuración de cada equipo de ventas, vaya a **CRM ► Configuración ► Equipos de ventas**.

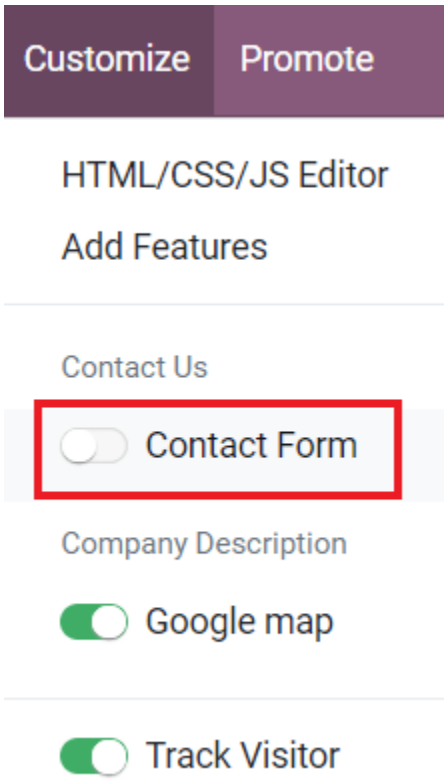


Use formularios de contacto en su sitio web

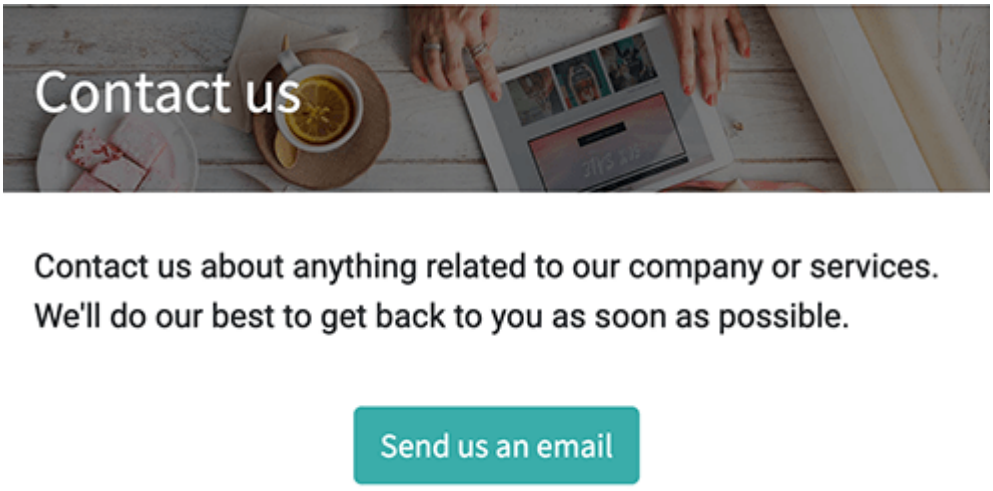
En la página *Contáctenos* de su sitio web se mostrará el formulario de contacto de Odoo de manera automática. Cuando alguien llene y envíe este formulario, se generará una lead u oportunidad en su base de datos.



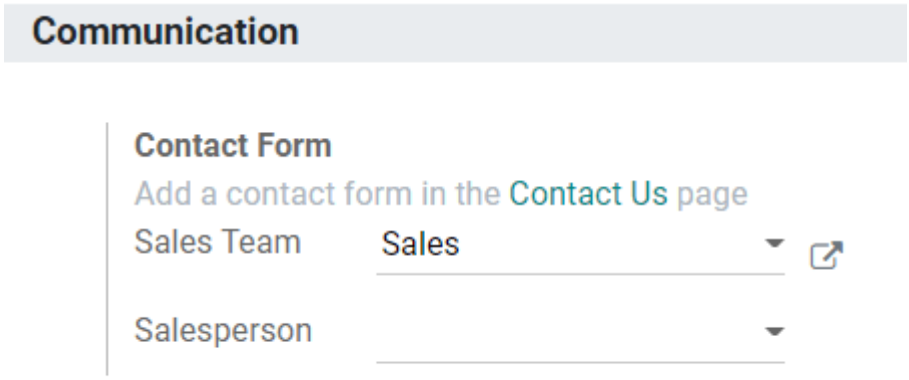
Usted puede activar o desactivar el formulario de contacto en cualquier momento, solo tiene que ir a **Sitio web ► Ir al sitio web ► Personalizar ► Formulario de contacto**.



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.



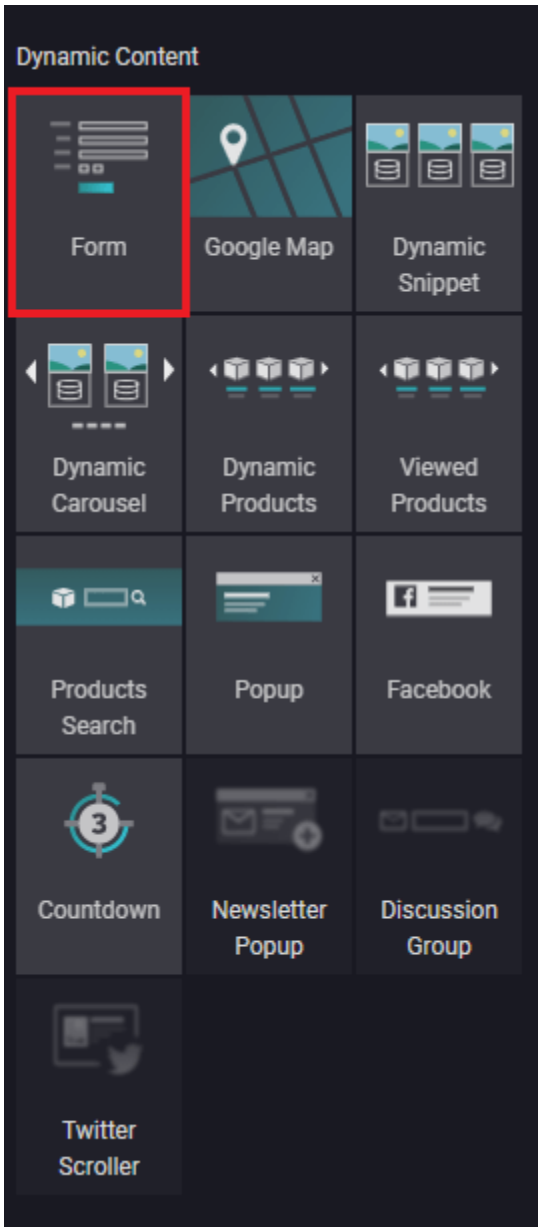
En **Sitio web ▸ Configuración ▸ Ajustes ▸ Comunicación** podrá elegir un equipo de ventas o un vendedor al que se le asigne de manera automática cualquier lead u oportunidad que se cree del formulario de contacto.



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**.



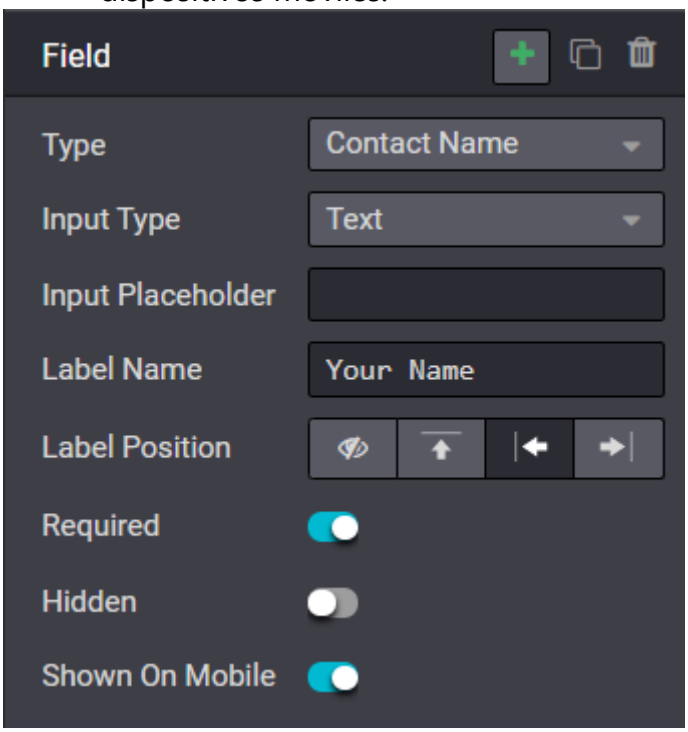
Truco

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.



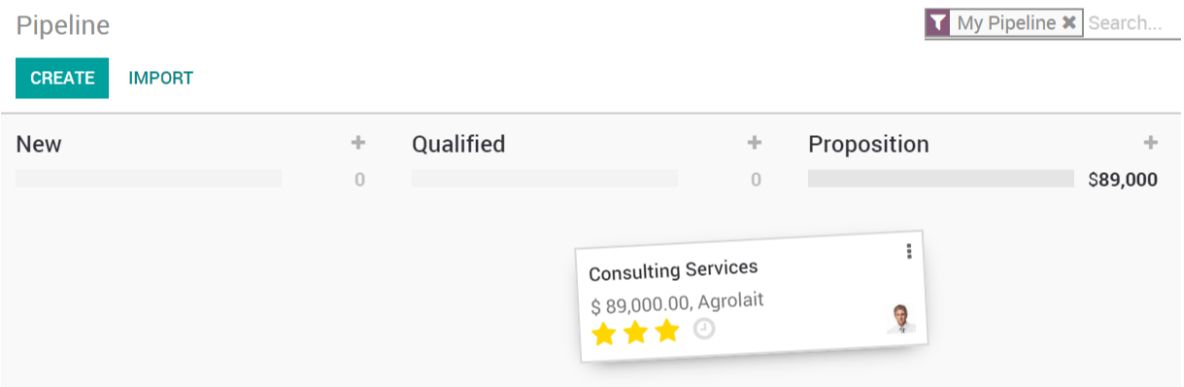
De forma predeterminada, recibirá un correo electrónico con la información que el cliente ingresó cuando se envíe un formulario. En cambio, si lo que quiere es que se genere un lead u oportunidad de manera automática, edite el Formulario y seleccione **Crear una oportunidad** como acción.

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 Convierta leads en oportunidades.

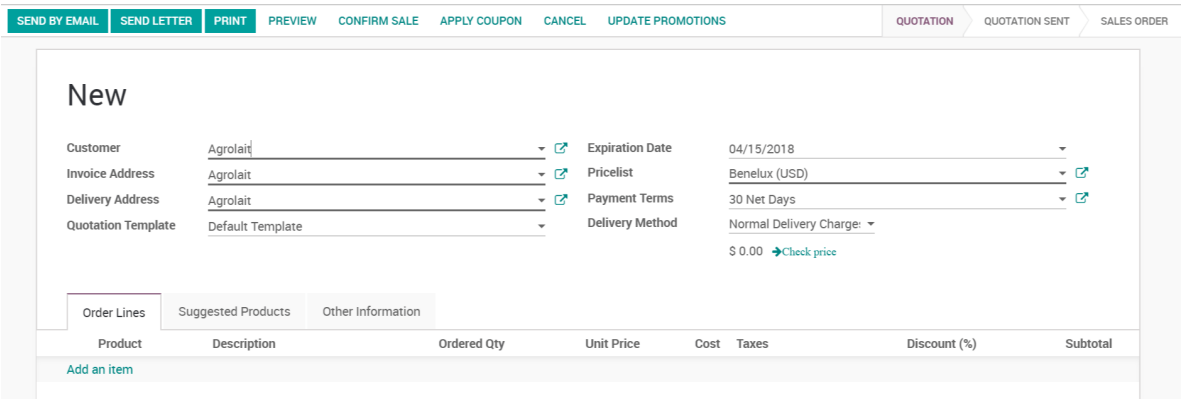
Envíe presupuestos

Cuando convierte un lead en una oportunidad seguramente necesitará enviar una cotización. Puede hacer esto directamente en la aplicación CRM de Odoo.

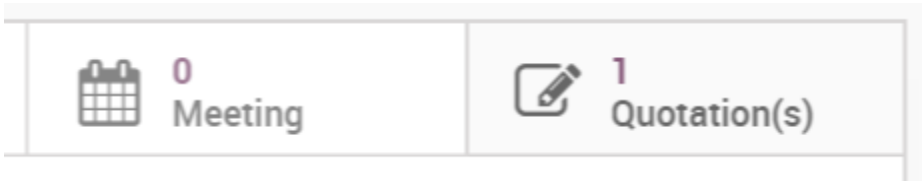


Cree un nuevo presupuesto

Al hacer clic en una oportunidad o lead verá un nuevo botón llamado *Nueva cotización*. Este botón lo llevará a un nuevo menú desde donde podrá gestionar su cotización.



Encontrará todos sus presupuestos de esa oportunidad específica bajo el menú *Presupuestos* en esa página.



Márquelos como ganados/perdidos

Ahora necesitará marcar su oportunidad como ganada o perdida para avanzar en el proceso.

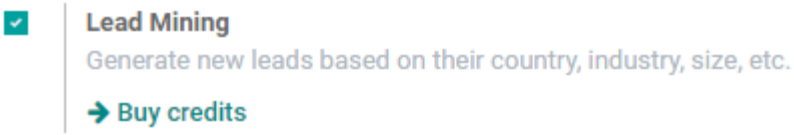
Si las marca como ganadas, se moverán a su columna de *Ganadas* en la vista de kanban. Si las marca como *Perdidas*, se archivarán.

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.

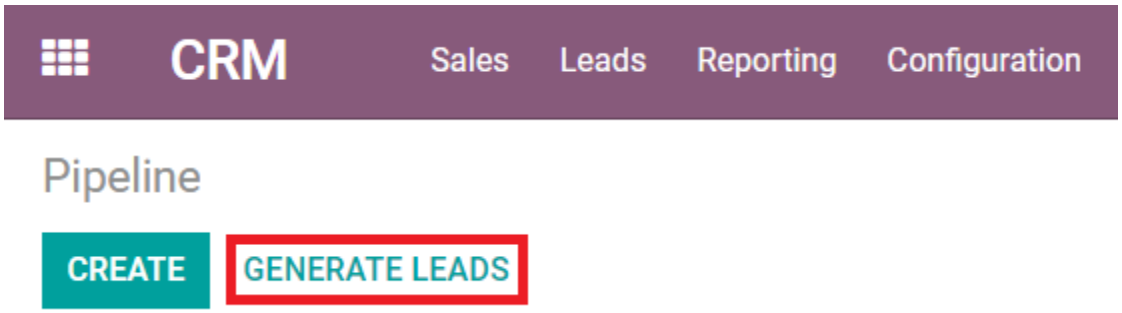
Configuración

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

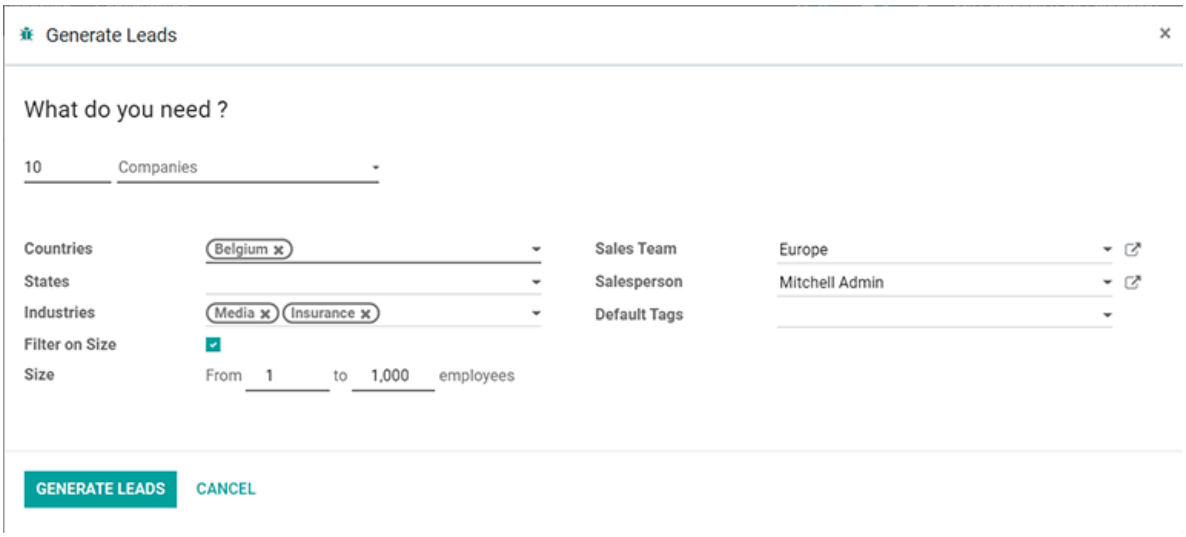


Generar leads

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**.



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.



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.

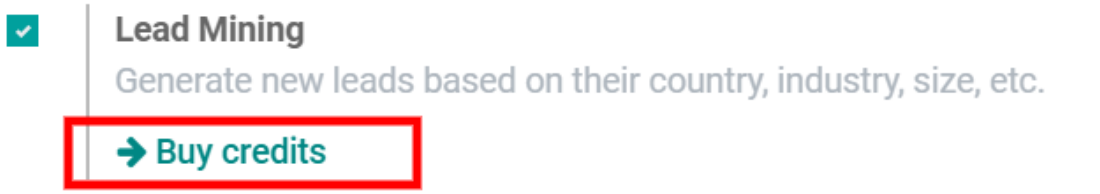
Precio

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

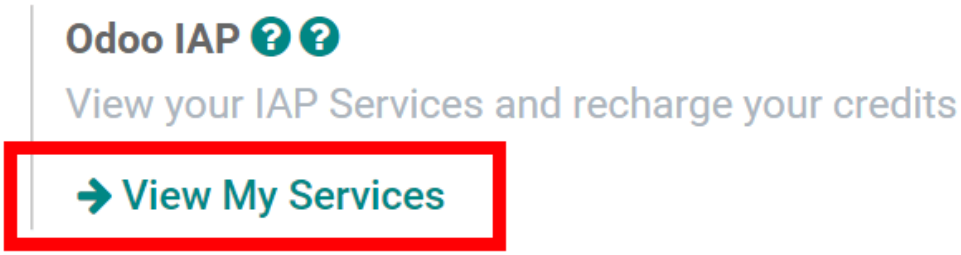
Si elige generar **Empresas y sus contactos**, gastará un crédito adicional por cada contacto que se genere.

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**.



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



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

- Compras dentro de la aplicación (IAP)

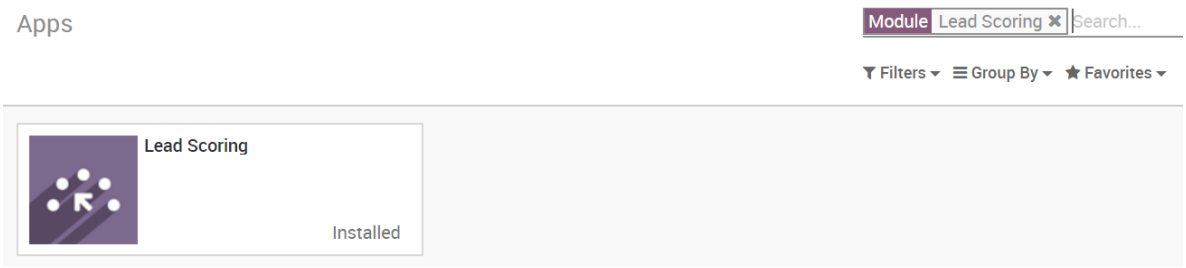
Rastree las visitas de sus prospectos

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.

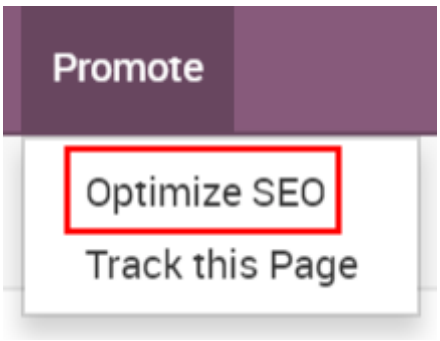
Configuración

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).

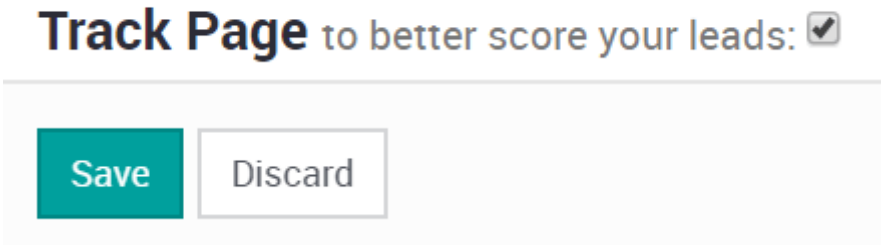


Rastree una página web

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



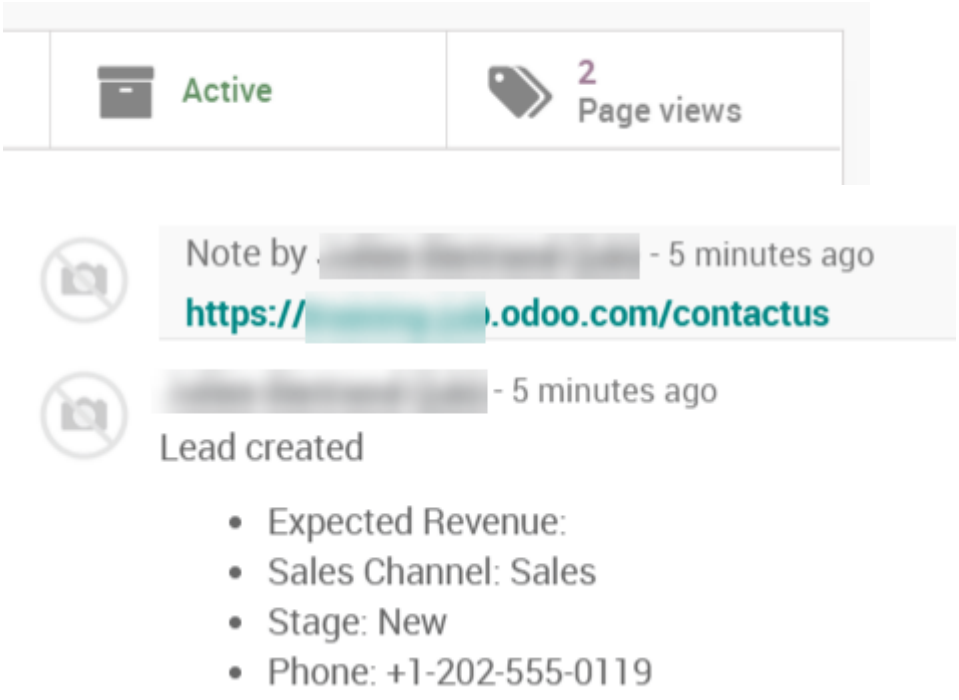
Allí verá una casilla de verificación *Rastrear página* para seguir esta página.



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.



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

Sus clientes ya no podrán ocultarle ningún secreto.

CREADO POR ERP GT SYSTEMS

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.

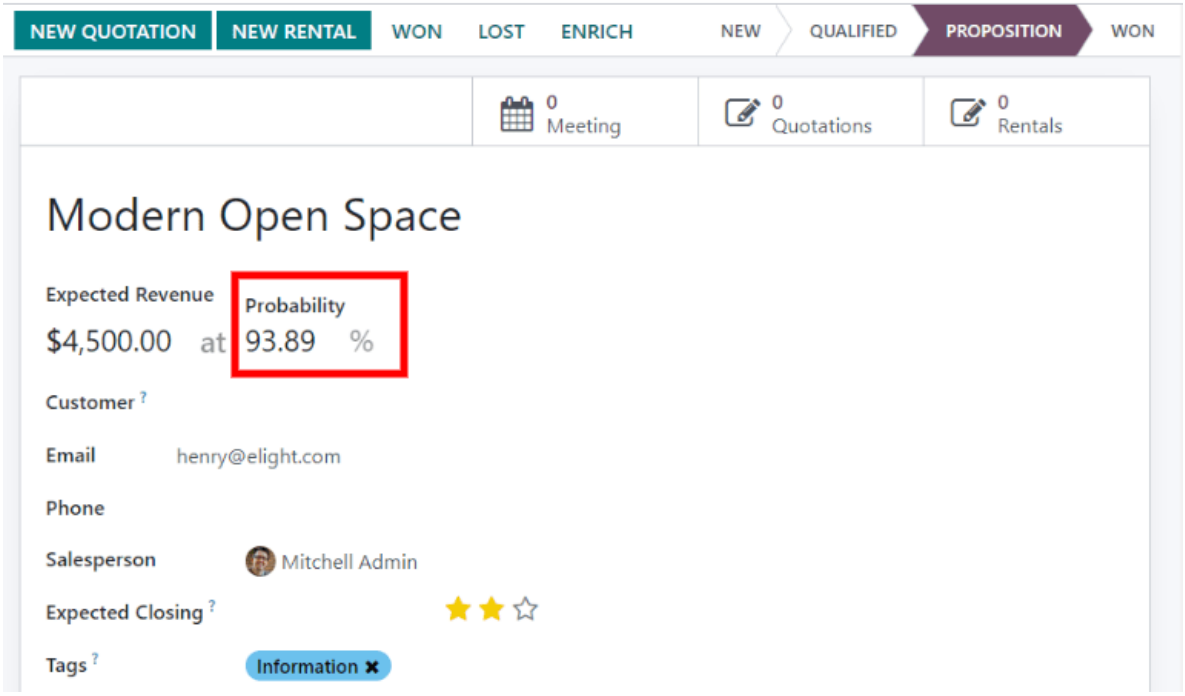
Conforme una empresa procesa oportunidades en el flujo CRM, Odoo recolecta información sobre las oportunidades que se ganan y se pierden. La puntuación predictiva de leads usa esta información para predecir qué tan probable es ganar cada lead u oportunidad nuevas.

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.



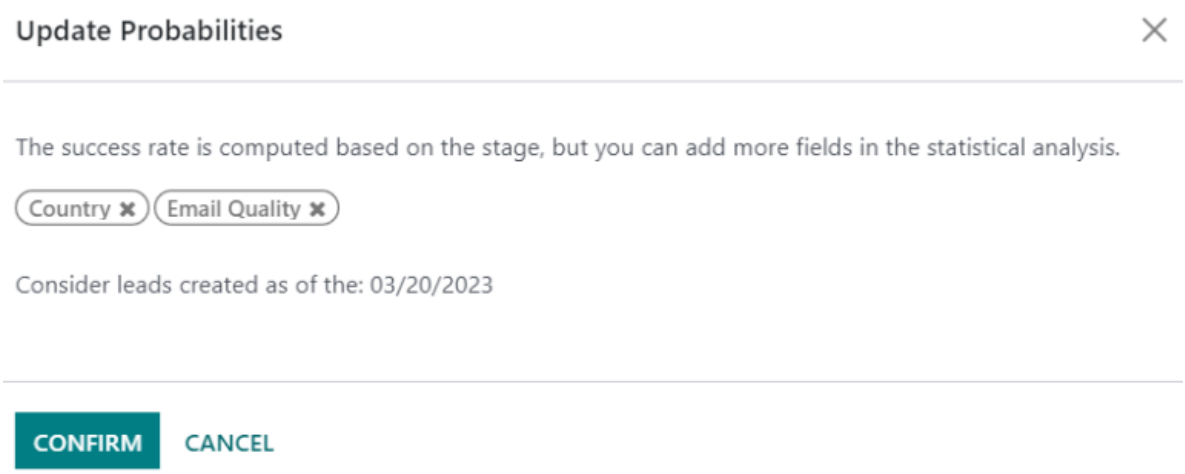
Cuando una oportunidad pasa a la siguiente etapa, la probabilidad de éxito mejora de inmediato de acuerdo al algoritmo del puntaje predictivo de leads.

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.



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 Etapa y Equipo siempre están activas. Etapa se refiere a la etapa del flujo de CRM en la que se encuentra una oportunidad. Equipo 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.

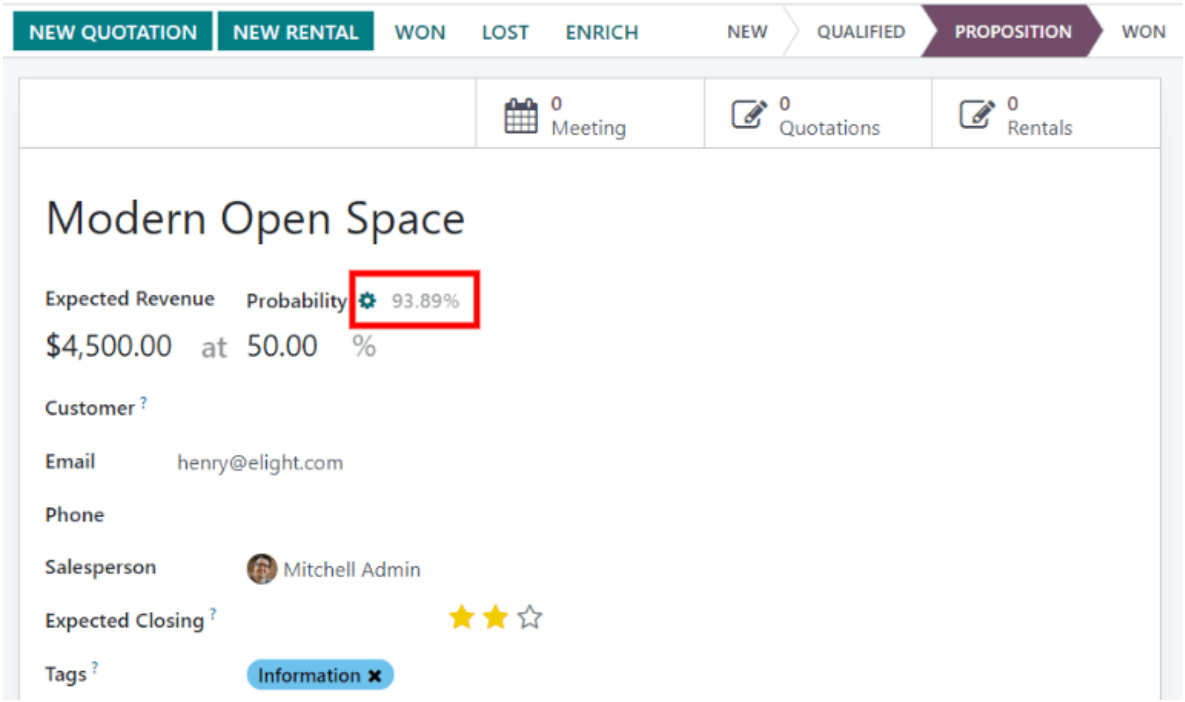
Finalmente, haga clic en **Confirmar** para guardar los cambios.

Cambiar la probabilidad de manera manual

Desde el formulario de la oportunidad usted puede cambiar la probabilidad de éxito de la misma. 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.



Asignar leads según la probabilidad

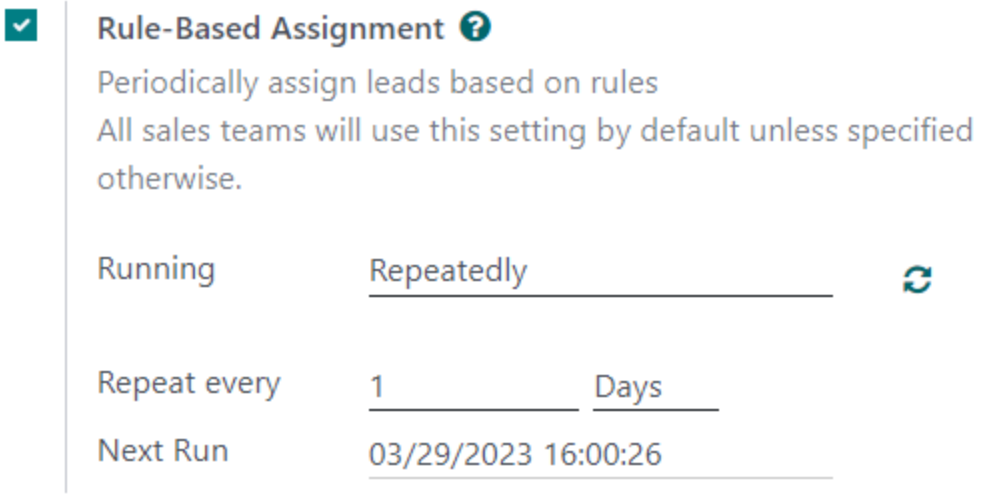
En el *CRM* de Odoo es posible asignar leads y oportunidades según reglas específicas. Se deben crear reglas de asignación que tomen en cuenta la probabilidad de éxito del lead para darle prioridad a aquellos que tienen más probabilidad de ser exitosos.

Configurar la asignación según reglas

Para activar *la asignación según reglas* vaya a menuselection:CRM --> Configuratción --> 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:Repetidadmente para la sección **En proceso**. Después, podrá personalizar qué tan seguido se activará la asignación automática de leads en la sección **Repetir cada**.



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 ▸ Equiposde 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.

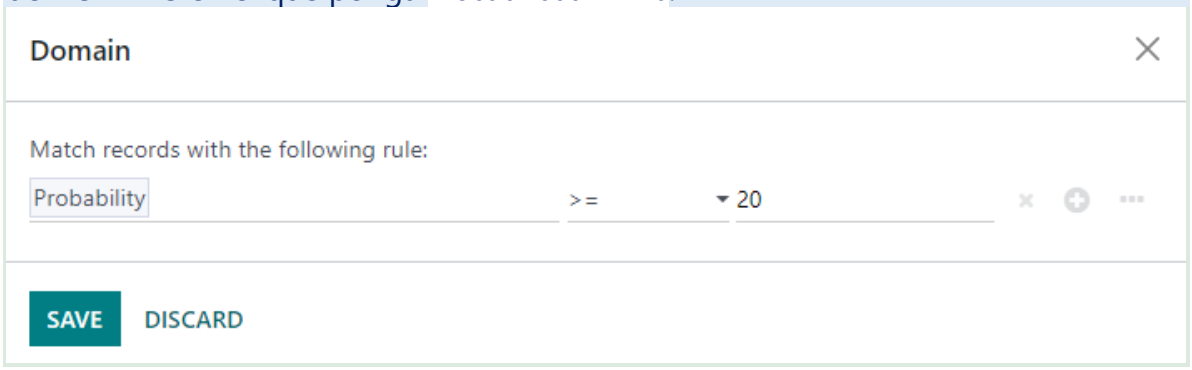
Haga clic en **Agregar filtro** para empezar a crear reglas de asignación. Haga clic en el botón **+** que aparece a la derecha de la regla de asignación para agregar otra línea. Si quiere borrar la línea haga clic en el símbolo **de bote de basura**.

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 dereche, 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 >= 20.



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 autoasignación**. 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.

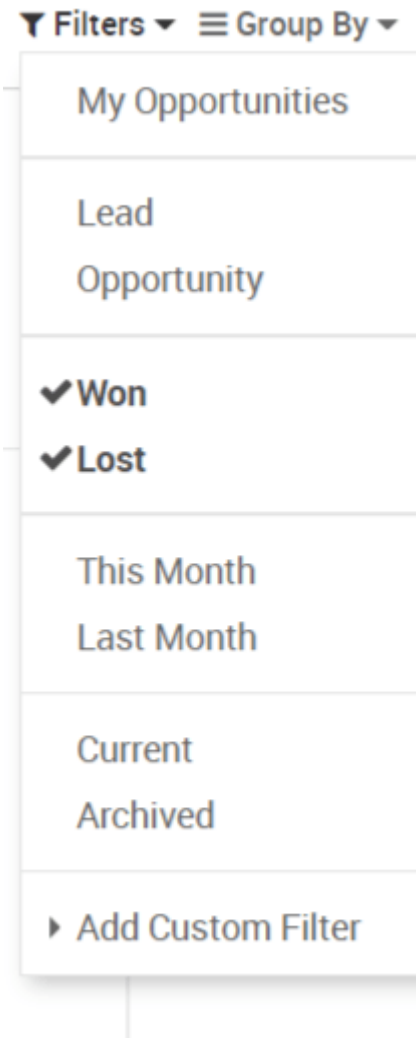
Al hacer esto, todos los leads que no se han asignado y van con el sector en el que se especializa este equipo se les asignarán.

Revise la relación ganancia/pérdida

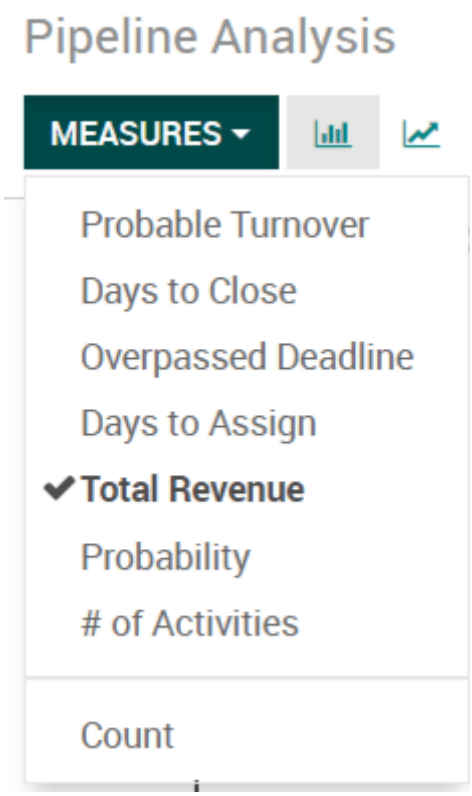
Para saber qué tan bien está su flujo, vea la relación de ganancias y pérdidas.

Para ver este reporte, vaya a la vista de *flujo* en la pestaña de *Reportes*

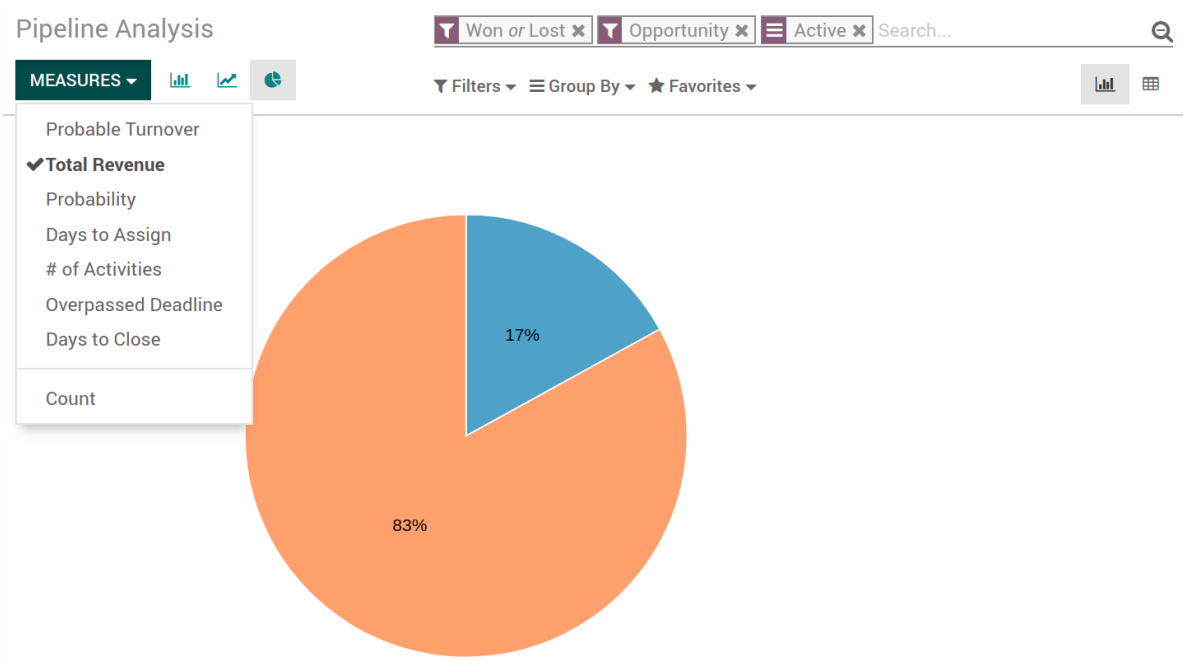
Desde ahí podrá filtrar las oportunidades que quiera ver, las suyas, las de su canal de ventas, las de toda su empresa, etc. Después puede hacer clic en el filtro para ver las ganancias/pérdidas.



También puede cambiar las *medidas* a *Ingresos Totales*



También puede cambiar a la vista de gráfico circular.

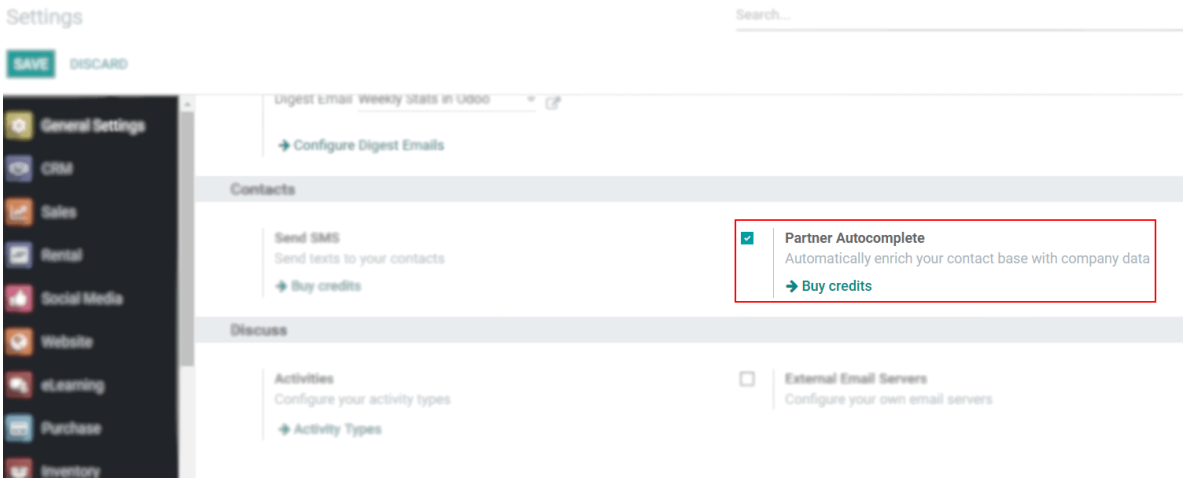


Use Autocompletar contacto para enriquecer sus contactos.

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

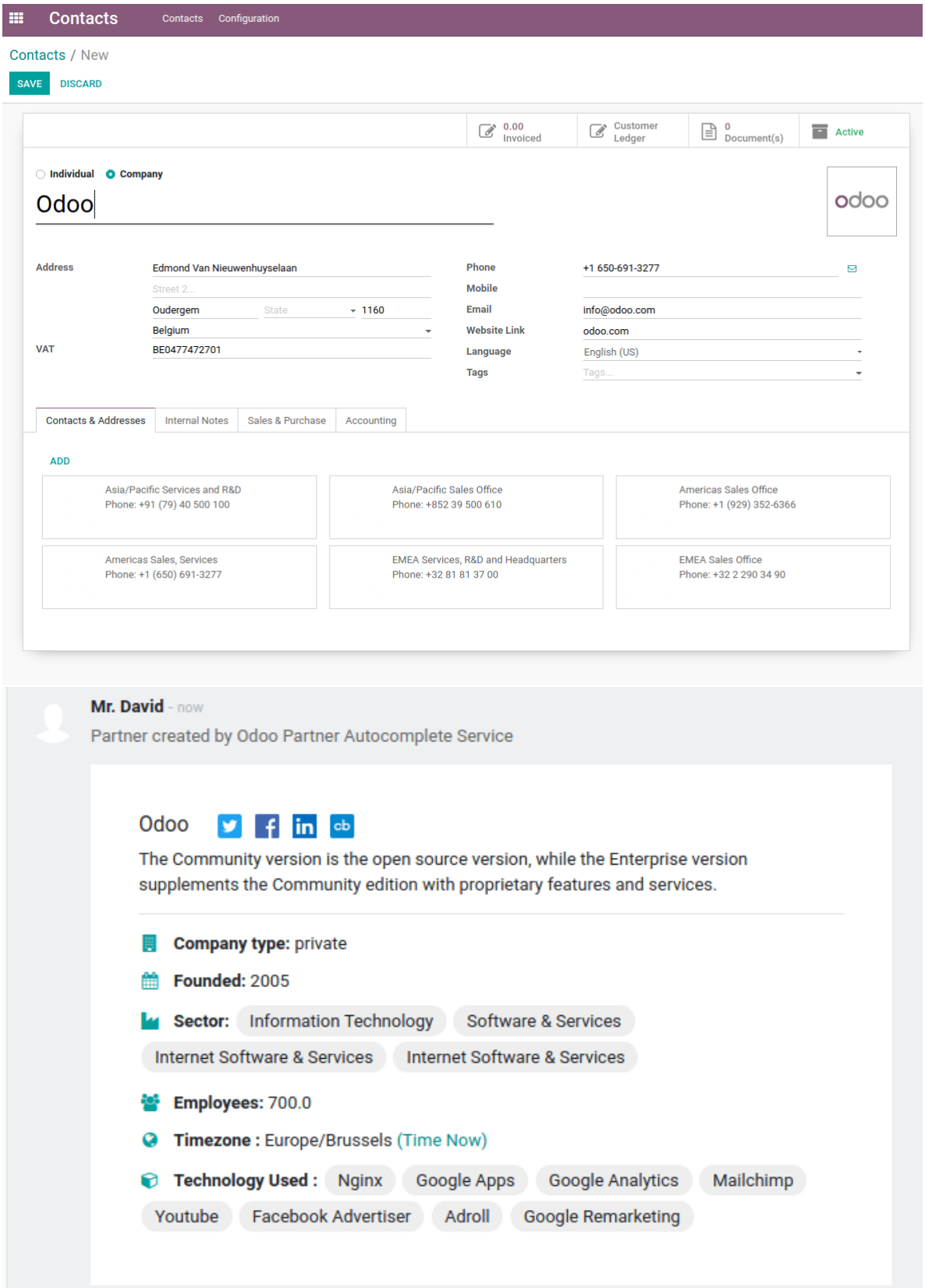
Vaya a **Ajustes** ▸ **Contactos** y active la función de *Autocompletar contacto*.



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 *Odoo* obtendrá la siguiente información:



CREADO POR ERP GT SYSTEMS

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** .

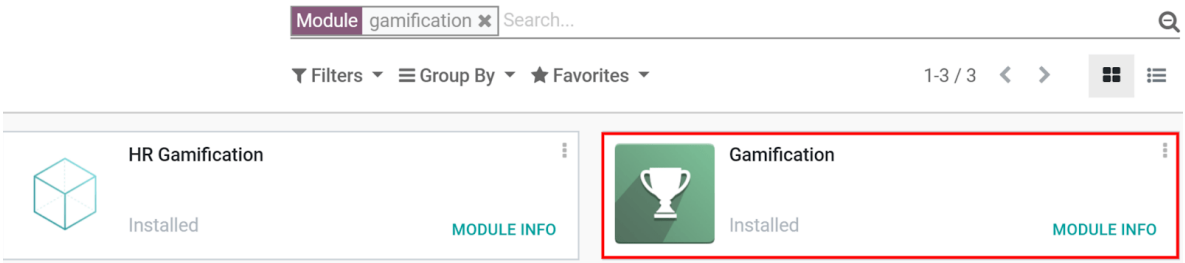
Nota
- Si se queda sin créditos, la única información que se llenará al hacer clic en la empresa sugerida será el link del sitio web y el logo.
- Si usa Odoo en línea y tiene la versión Enterprise, entonces tiene el beneficio de contar con créditos de prueba gratis para probar esta función.
- Aprenda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

¿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

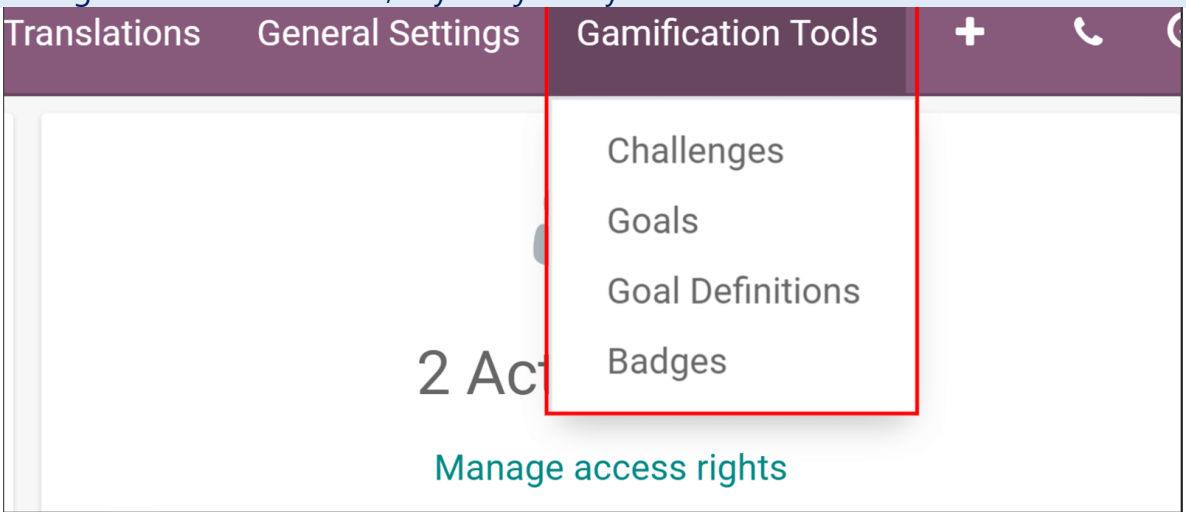
Instale el módulo de *Gamificación*, o *Gamificación CRM*, ya que agregan más información útil (metas y desafíos) que se pueden usar en *CRM o Ventas*.



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*.

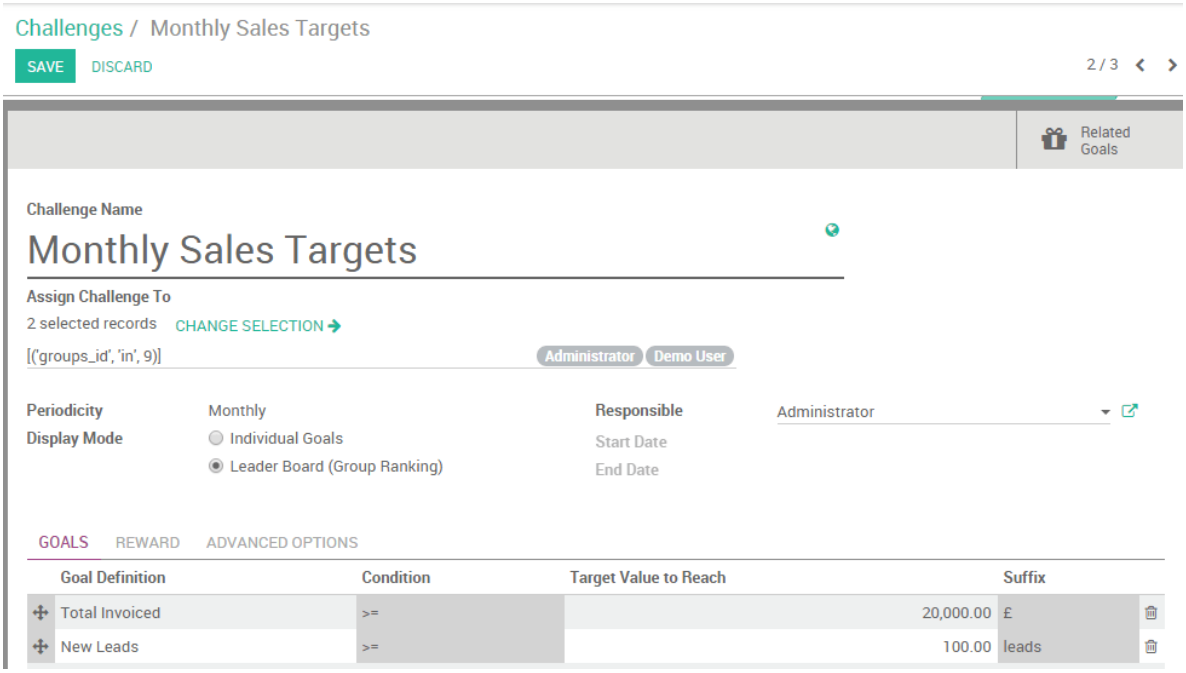


Un reto es una misión que le envía a su equipo de ventas. Puede incluir una o varias metas que se deben llevar a cabo durante un periodo específico de tiempo. Así puede configurar su reto:

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.

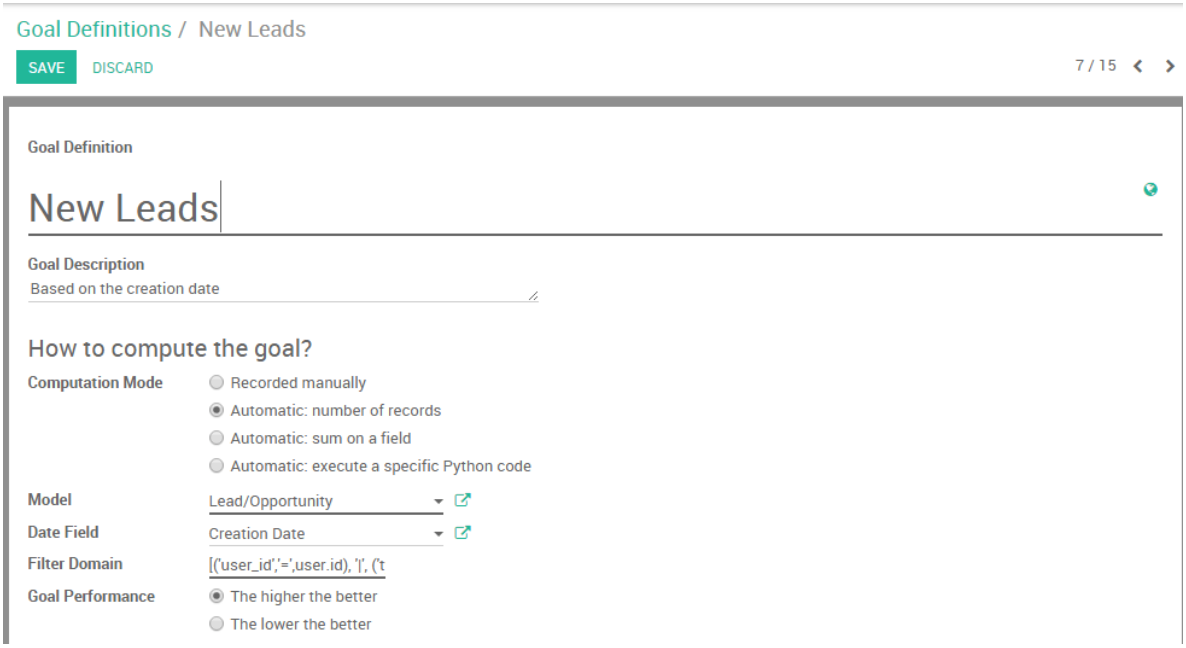


Configure los objetivos

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

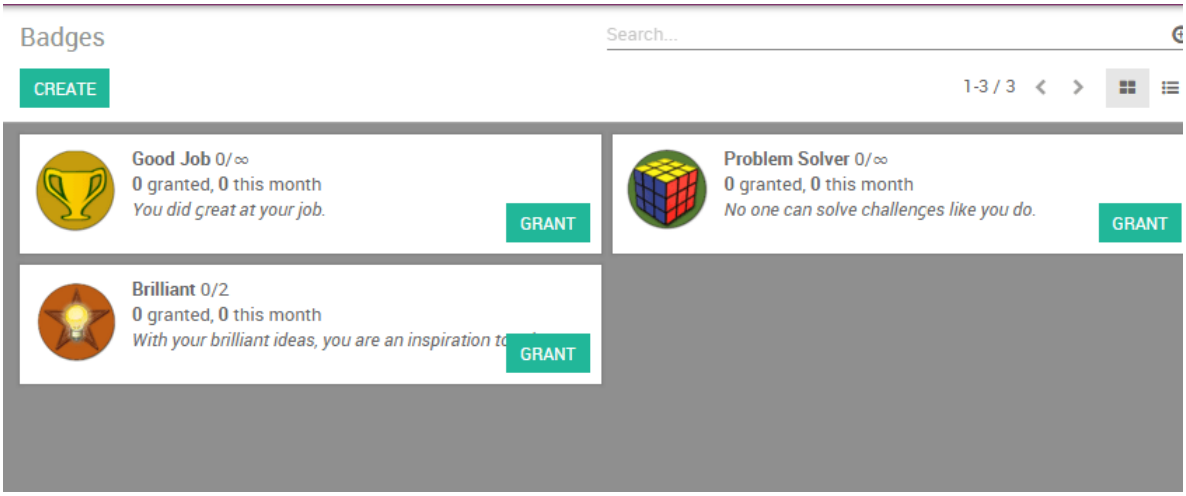
Las **metas** se asignan a través de los *retos* que evalúan (vea la imagen de arriba) y comparan a los miembros de un equipo a lo largo del tiempo.

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 a 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.



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**.