

Un pilar de la gestión moderna del rendimiento de las ventas.

Su guía definitiva para la planificación de ventas



Contenido

- 3 **Prefacio**
- 4 Descripción general de la planificación estratégica de ventas
- 5 **El desafío de la complejidad multidimensional**
- 6 Hoja de ruta estratégica para la planificación estratégica de ventas
- 9 **Gestión del desempeño de ventas (SPM)**
- 10 Beneficios de la GDS
- 11 ¿Qué hace que Jedox se destaque?
- 12 Historia de éxito: allsafe
- 13 Historia de éxito: Nölle + Nordhorn
- 14 Características clave de una solución eficaz



Prefacio

La planificación en un entorno pospandémico sigue desconcertando a muchas organizaciones de ventas. La idea de que el cambio puede simplemente “gestionarse” parece cada vez más obsoleta a medida que esperamos que nuestros procesos y personas sean perpetuamente ágiles y adaptables. El desempeño empresarial, tanto en el mercado público como en el privado, está altamente correlacionado con la adaptabilidad, y los equipos de ventas sienten la presión de cumplir objetivos aspiracionales en medio de una incertidumbre cada vez mayor.

Una cadencia anual para la planificación estratégica de ventas respaldada por procesos manuales de Excel ya no permite a las empresas planificar la realidad de hacer negocios en el mercado actual. La planificación de ventas dinámica que se logra incorporando IA en la gestión del desempeño de ventas (SPM) puede producir predicciones más precisas y frecuentes que resultan en una toma de decisiones y acciones proactivas. ¿El oleoducto crece más rápido de lo esperado? Optimice su planificación de capacidad antes de contratar. ¿Más gente comprando online? Cambie los recursos de la tienda a los online.

Mientras las empresas y organizaciones de ventas lidian con el impacto de la escasez de mano de obra global, también conocida como “La Gran Renuncia”, los equipos de ventas luchan por cumplir planes que pueden ser bien pensados pero no particularmente maleables. En un entorno en el que aparentemente toda la mano de obra es aprovechable, la diferencia entre las empresas que deben contratar a quien está disponible y las empresas que pueden contratar a quien necesitan es la capacidad de planificar con un grado avanzado de inteligencia y agilidad.

La transparencia del desempeño de las ventas también es cada vez más una prioridad, ya que la capacidad de identificar, replicar y comunicar los éxitos es fundamental para hacer crecer y motivar a un equipo de ventas de alto rendimiento. Además, el cumplimiento (como Sarbanes-Oxley) y la preparación para posibles conflictos laborales son factores clave para la transparencia en la planificación. Por último, los equipos de ventas y los clientes a los que sirven se están volviendo más diversos, y los días de procesos en la sombra y desigualdades institucionalizadas están desvaneciéndose.

Los procesos manuales de gestión de compensación de incentivos (ICM) son a menudo el mecanismo que impulsa a las empresas a considerar una solución de gestión del desempeño de ventas (SPM). Si bien el deseo de automatizar estos procesos tiene sentido intuitivo, es importante ver la SPM no sólo como una forma de automatizar ICM, sino también como una solución empresarial integral y estratégica que correlaciona datos e informa una mejor toma de decisiones.



Dr. Liran Edelist

Presidente, Jedox Inc.

Boston, Estados Unidos

liran.edelist@jedox.com

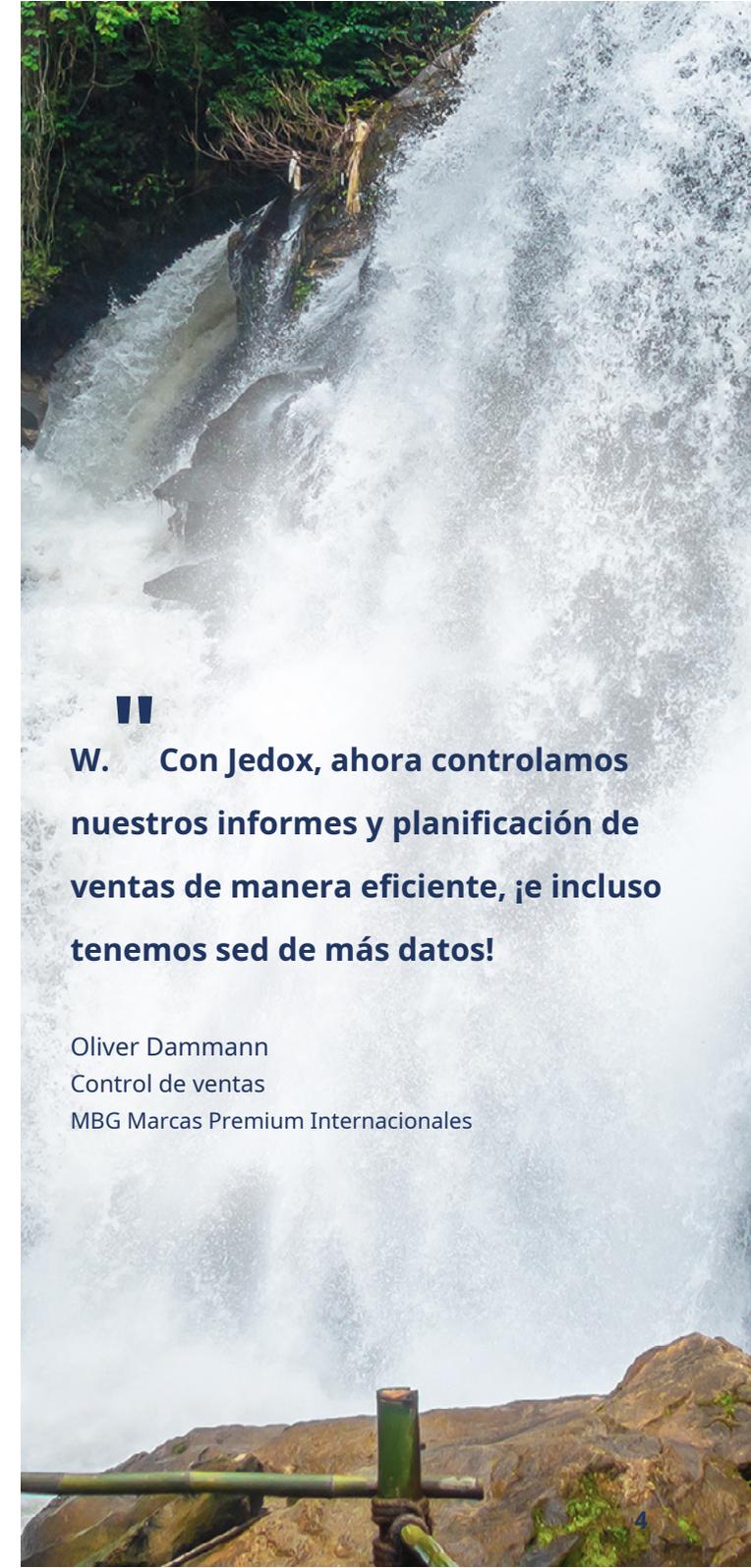
Descripción general de la planificación estratégica de ventas

El impacto en las finanzas, las ventas y la TI

En el horizonte de planificación se distingue entre planificación estratégica, táctica y operativa. La planificación estratégica de ventas se considera el motor de la organización de ventas. Define los objetivos fundamentales de una empresa en un horizonte temporal de más de cinco años, para que sepas cuántos caballos de fuerza puedes poner en la carretera.

Además, la planificación estratégica de ventas garantiza que todas las actividades de ventas estén alineadas con los objetivos corporativos y coordinadas con los planes y medidas de otras divisiones corporativas. Una planificación concienzuda de arriba hacia abajo sienta las bases para una estrategia exitosa de comercialización (GTM). Constituye la piedra angular para posicionar la empresa en el mercado a largo plazo y garantizar un crecimiento sostenible. En el día a día de la planificación operativa y la elaboración de presupuestos, donde los ingresos, las cifras de ventas, los costos y otros valores mensurables determinan el camino, a menudo hay una falta de alineación con la estrategia general. La falta de alineación y falta de colaboración entre la presupuestación y la estrategia de ventas provoca una deficiencia en la excelencia operativa que sólo se puede lograr con un marco estratégico claro de acción. En su mejor momento,

Planificación estratégica de ventas. Es un proceso holístico y estructurado que comprime los planes de comercialización con objetivos de ventas específicos, implementa medidas y realiza un seguimiento continuo de los objetivos generales a largo plazo de una empresa para ofrecer una ventaja competitiva.



W. **Con Jedox, ahora controlamos nuestros informes y planificación de ventas de manera eficiente, ¡e incluso tenemos sed de más datos!**

Oliver Dammann
Control de ventas
MBG Marcas Premium Internacionales

El desafío de la complejidad multidimensional

La planificación estratégica de ventas a menudo no da en el blanco para las organizaciones debido a una o una combinación de tres dimensiones: complejidad del negocio, colaboración humana y datos y herramientas. Este aspecto multidimensional de una empresa aumenta drásticamente la complejidad del proceso de planificación de ventas y dificulta su implementación con métodos y procesos manuales.

Complejidad empresarial

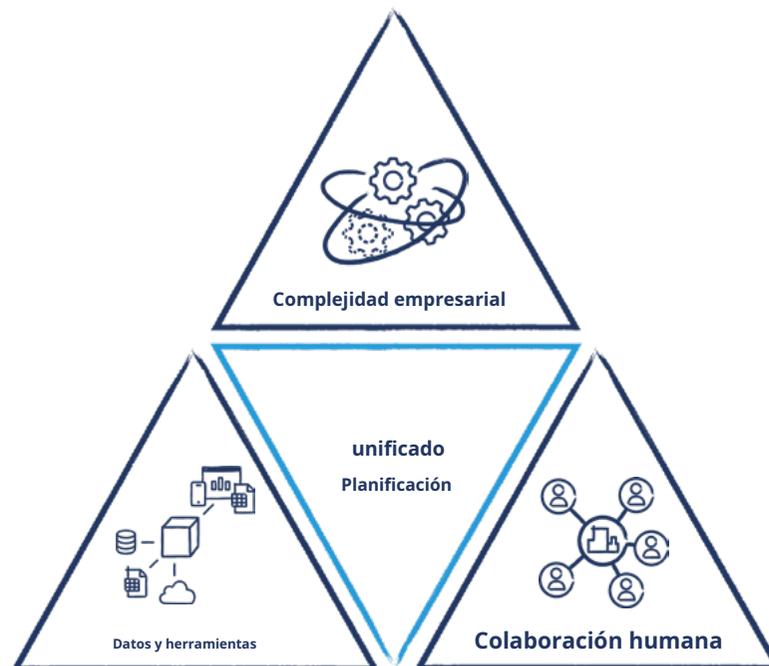
Desde la gestión y las expectativas de los clientes hasta los cambios de estrategia y la volatilidad del mercado, el éxito empresarial depende de factores internos y externos. Estas interrelaciones influyen en una empresa y definen la complejidad organizacional. Los mercados globalizados, la disrupción tecnológica y las cambiantes demandas de los clientes están haciendo más complejo que ev

Colaboración humana

La colaboración fluida entre los empleados es una parte integral del proceso de planificación de ventas. Deben compartir el enfoque definido. En cada paso del proceso recopilan datos, los evalúan y crean así la base para la toma de decisiones por parte del comité ejecutivo. Por lo tanto, el entorno de colaboración debe ser DS y soluciones.

Datos y herramientas

La planificación es tan buena como los datos en los que se basa. Un alto nivel de confiabilidad y transparencia es el resultado de un proceso de planificación exitoso. Esto suele reflejarse en las herramientas utilizadas para la preparación y el procesamiento de datos. Cuanto mayor es la necesidad de coordinación en una empresa, más se requiere una solución de soporte para manejar los procesos de manera estandarizada e integrada.



Una planificación eficaz significa operacionalizar la complejidad.

Sin embargo, la reducción de la complejidad no debe hacerse a expensas de la calidad.

Basado en procesos automatizados e integrados, las tres dimensiones pueden tenerse en cuenta en un proceso de planificación estratégica de ventas y transformarse en oportunidades para la empresa.

Hoja de ruta estratégica: cinco pasos de la planificación estratégica de ventas

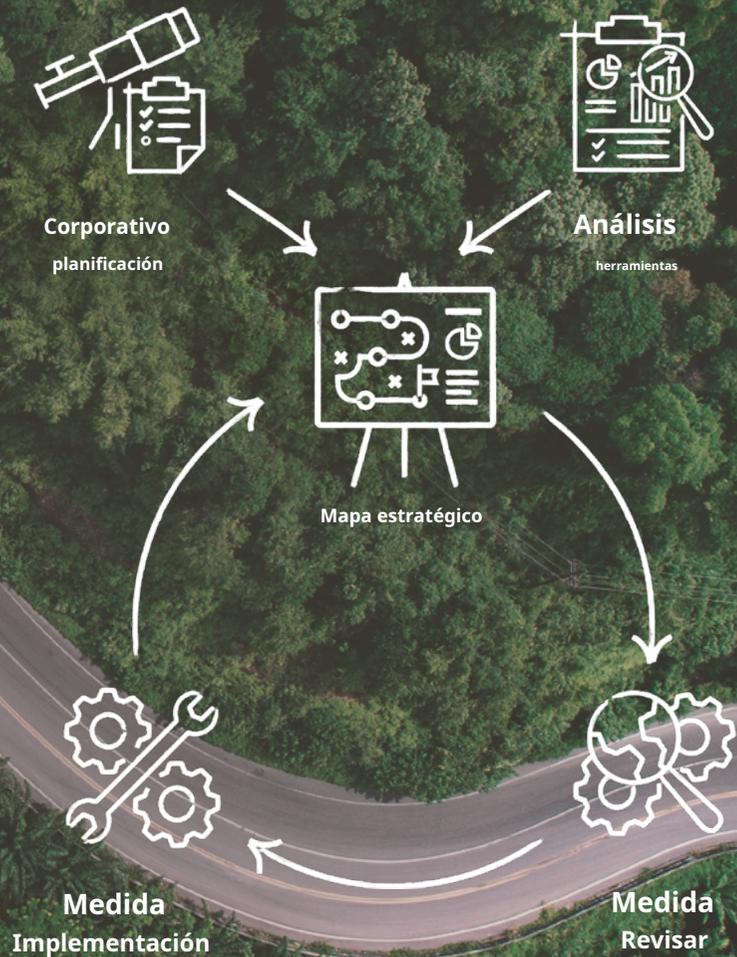
El marco básico para mejorar la planificación estratégica de ventas es un concepto de varias etapas que fluye sin problemas en la planificación operativa y, por lo tanto, vincula perfectamente las dos áreas. Cada paso aborda sus propios puntos que deben abordarse.

La apariencia detallada de este concepto depende de parámetros individuales como el tamaño de la empresa, los ciclos del mercado y la orientación estratégica. Sin embargo, aquí nos gustaría ofrecerle unas directrices generales.

Jedox es una parte integral de nuestro proceso de gestión del desempeño. No puedo imaginar nuestro departamento de ventas sin él.

Cristóbal Lang
Gerente de Proyectos ERP

todo seguro



1 Planeación corporativa

La base de la planificación.

La planificación corporativa global proporciona el marco general para la acción; de ella se deriva el impulso de la planificación de las divisiones y departamentos individuales. De esta manera, también constituye la base para la planificación estratégica de ventas.

- › ¿Cuál es el objeto de la empresa?
- › ¿Cuál es la filosofía corporativa?
- › ¿Cuáles son los puntos de venta únicos de la empresa?
- › ¿Cuáles son los objetivos corporativos primordiales?
- › ¿Cuál es la estrategia de la empresa?

2 Herramientas de análisis

Análisis de la situación real y objetivo. Las influencias internas y externas determinan la brecha entre el objetivo y la situación real. Dentro del alcance de un análisis, con la ayuda de un puñado de instrumentos, se pueden identificar posibles palancas para el proceso de planificación posterior.

- › análisis FODA
 - › auditoría de ventas
- › Análisis de mercado y entorno.
- › Análisis de la competencia
- › Análisis de clientes

3 Mapa estratégico

El mapa estratégico como hoja de ruta

En la fase de planificación concreta se determinan los objetivos de ventas y se refuerzan con las medidas y recursos correspondientes. La base para ello son los objetivos corporativos y los resultados del análisis de los dos primeros pasos.

- › Definición de objetivos de ventas (productos, personal de ventas, procesos de ventas)
- › Formulación de estrategia de ventas, incluyendo previsión de resultados
- › Planificación de medidas concretas de venta y actividades
- › Planificación de presupuesto y recursos.
- › Posicionamiento estratégico de precios



Lo que puedas imaginar, lo puedes construir.

CIO/Jefe de TI

industria de servicios públicos

4 Implementación de medidas

Ahora que la planificación estratégica ha pasado a la planificación operativa en el paso anterior, el siguiente paso es la implementación concreta.

Aclara qué medidas y actividades se llevarán a cabo, cuándo y cómo.

- › Organización de las actividades.
- › Empoderamiento de los empleados
- › Orquestación de las medidas

5 Revisión de medidas

Para garantizar la eficacia y eficiencia de las medidas y actividades seleccionadas, el desempeño se supervisa a intervalos regulares. De este modo, en caso de fracaso o de éxito excepcional, se pueden sacar conclusiones rápidamente y adaptar la estrategia en cualquier momento.

- › Seguimiento de resultados mediante análisis cuantitativos y objetivos cualitativos
- › Inicio de procesos de optimización si es necesario.

Gestión del desempeño de ventas (SPM)

Maximice el valor empresarial con una planificación de ventas colaborativa y unificada

Con una complejidad cada vez mayor en todos los procesos de planificación de ventas, la demanda de soluciones simplificadas se hace más fuerte. Los procesos fragmentados y las tareas manuales hacen que la implementación de la planificación estratégica de ventas sea engorrosa y desafiante.

Las hojas de cálculo o las soluciones aisladas alcanzan rápidamente sus límites: la falta de automatización y la disponibilidad limitada de datos interrumpen el flujo de planificación. La planificación estratégica de ventas constituye la base para la planificación operativa y de ventas y proporciona un marco para evaluar y controlar medidas concretas. Al crear transparencia basada en una solución integrada, ha dado el primer paso para acabar con la complejidad multidimensional.

La planificación unificada aumenta la eficiencia y la eficacia en todas las áreas de la empresa al ayudar a los empleados en la planificación con una solución basada en software. Acelera y simplifica los procesos al tiempo que revela claramente el potencial oculto.

Los conocimientos de ventas mejorados permiten derivar una planificación precisa y previsiones rentables. Los tomadores de decisiones tienen acceso a datos e información seguros y actualizados. Esto permite un control óptimo de la combinación de clientes y productos, planificación de capacidad y ciclos de ventas.

En la gestión del talento, los datos transparentes proporcionan motivación e impulso.

En resumen, los beneficios clave de una solución de gestión del desempeño de ventas son:

- › Mayor toma de decisiones y confianza en todos la organización a través de la transparencia de los datos
- › Simplificación a través de una fácil integración de múltiples entradas en un sistema unificado
- › Agilidad a través de la planificación en tiempo real asistida por Análisis predictivo basado en IA
- › Alivio de las operaciones manuales con hojas de cálculo a través de la automatización



Beneficios de la GDS

No sólo el departamento de ventas se beneficia de una solución de gestión del rendimiento de ventas, sino también el departamento de finanzas, TI y recursos humanos. Las mayores ventajas son una mayor simplicidad y un uso optimizado de los recursos en toda la empresa.

director financiero/finanzas

- ›Cumplimiento y auditoría
- ›Simplifique los planes y el proceso
- ›Modelado, simulaciones hipotéticas
- ›Alineación estratégica con ir al mercado
- ›Eliminar errores de proceso manual

CRO/operaciones de ventas

- ›Simplifique la implementación de nuevos planes
- ›Mejorar la previsión
- ›Eliminar la contabilidad paralela
- ›Pago preciso y puntual, reducir riesgos
- ›Resolución de conflictos

CIO/TI

- ›Optimice los recursos de TI
- ›Implementación rápida, reducción formación y consultoría
- ›Integridad de datos, controles, seguridad, rendimiento de sistema
- ›Transformación digital
- ›Integración mejorada entre Activos de TI (sistemas)

Compensación de directores/RR.HH.

- ›Facilidad de uso, flexible
- ›Comunicación mejorada
- ›Flujo de trabajo y documentación
- ›Información disponible y tableros
- ›Transparencia

¿Qué hace que Jedox se destaque?

La plataforma Jedox SPM permite a las organizaciones alinear sus objetivos estratégicos de GTM con datos operativos y de pronóstico. proporcionando una plataforma para informes, incorporando análisis predictivos y siendo fácil de usar, gracias a la conocida interfaz de Microsoft Excel.



“Plataforma todo en uno” Planificación, informes y análisis

Escalabilidad: desde una solución dedicada hasta un centro de ventas completo



Análisis avanzado y predictivo

Lógica empresarial, de arriba hacia abajo e IA

“Modelar cualquier cosa”: modelado de negocios moderno con IA aumentada



Compatible con Excel 100% diseñado para usuarios empresariales

Mantenga los beneficios, elimine los desafíos de Excel



Tecnología superior Flexible e integrado

Conecte cualquier dato, actualizaciones y simulaciones en tiempo real.

Historia exitosa:

todo seguro

Más vale prevenir que curar: allsafe logra una visión general completa del cliente con Jedox

allsafe, un proveedor líder de soluciones de sistemas complejos, componentes individuales hechos a medida y suministros estándar para sujeción de carga, encontró en Jedox una solución basada en web para elaboración de presupuestos e informes en toda la empresa que es lo suficientemente flexible como para responder a los requisitos individuales y departamentales.

Aprovechando las habilidades existentes en Excel, Jedox optimizó los procesos de ventas, de modo que los informes diarios personalizados, que incorporan datos financieros actualizados del sistema DATEV existente, estén disponibles en cualquier momento. Gracias a los paneles de Jedox Mobile, los empleados en movimiento también tienen acceso desde cualquier parte del mundo. De este modo, el sistema reduce la necesidad de mantenimiento manual de datos y permite a los usuarios monitorear y dirigir estrategias de ventas desde su propia estación de trabajo.

[APRENDE MÁS](#)

La gran cantidad de datos recopilados por un fabricante y las complicadas fórmulas involucradas llevaron a Excel al límite de sus capacidades. Necesitábamos desesperadamente una solución profesional.

Cristóbal Lang
Gerente de Proyectos ERP

todo seguro

Historia exitosa: Nölle + Nordhorn

Un dúo dinámico: SAP y Jedox Cloud

Información de ventas transparente y oportuna a través de la IA en Nölle + Nordhorn

Nölle + Nordhorn ha implementado una solución para la gestión del rendimiento de ventas para obtener una visión general actualizada diariamente de las áreas de negocio. La solución en la nube utiliza el sistema SAP de la empresa como fuente de datos y permite a la administración y las ventas de campo acceder fácilmente a informes individuales.

El equipo del proyecto automatizó parcialmente los extensos procesos de planificación de ventas con la ayuda de Jedox AIssisted™ Planning. La aplicación en la nube utiliza algoritmos de aprendizaje automático para generar valores predeterminados basados en valores históricos de SAP. Los representantes de ventas pueden adoptar estos valores plan o ajustarlos manualmente.

La planificación de ventas se ha acelerado enormemente gracias a Jedox AI. Con alrededor de 400 clientes por empleado de ventas planificados detalladamente en varios segmentos, se ahorra una cantidad considerable de tiempo y se reduce la carga de trabajo de los planificadores, que normalmente pueden limitarse a una revisión más detallada de sus 20 a 30 clientes principales. Con una planificación eficiente y detallada y unos informes precisos, ahora existe una base precisa para la toma de decisiones para los diferentes grupos objetivo. La mayor calidad del contenido de los informes también influye en las reuniones de ventas, haciéndolas más eficientes al tener cifras consistentes de una única fuente de datos, de modo que todos en la reunión puedan discutir los mismos datos consistentes y actuales.

APRENDE MÁS

W. **Estamos bien preparados para un mayor crecimiento, mayores volúmenes de datos y nuevos desafíos comerciales, porque Jedox Cloud se adapta a nuestras necesidades exactas.**

Bernd Eckert
Director de Finanzas
Nölle + Nordhorn GmbH



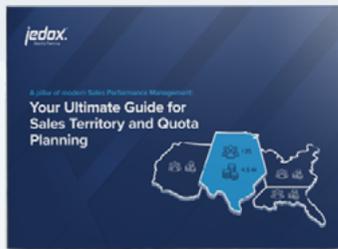
Jedox: características clave de una solución eficaz

Mejore sus conocimientos de ventas y mire hacia el futuro, acorte sus ciclos presupuestarios y mejore la precisión de sus pronósticos. Transformar su planificación de ventas con una solución unificada basada en software como Jedox adapta sus procesos de planificación a la velocidad del cambio y lleva su gestión del desempeño de ventas a un nuevo nivel.

Jedox permite una planificación de ventas estratégica de arriba hacia abajo a largo plazo basada en software, así como información y pronósticos de ventas. La IA y el aprendizaje automático respaldan la planificación continua y la predicción de series temporales de nuevas ventas.

Jedox le ofrece una plataforma unificada para dominios de planificación de ventas. Conviértase en pionero en la gestión moderna del rendimiento de las ventas optimizando su planificación de ventas con un enfoque basado en software.

contenido relacionado



La guía definitiva para la planificación de cuotas y territorios de ventas

APRENDE MÁS

Esta guía le ayudará a comprender:

- ›Habilite la SPM moderna con una planificación de ventas colaborativa y unificada
- ›Permita que los equipos de ventas fomenten clientes potenciales y cierren acuerdos
- ›Aumente la precisión y mejore la planificación de ventas en toda su organización



Su guía definitiva para incentivos de ventas y compensaciones

APRENDE MÁS

Esta guía le ayudará a comprender:

- ›Superar desafíos comunes en incentivos de ventas efectivos y compensación
- ›Aliviar la preocupación por las imprecisiones en los pagos de compensación
- ›Vincular incentivos de ventas y compensaciones con SPM

Jedox simplifica la planificación, el análisis y la generación de informes con un paquete de software unificado y basado en la nube. Jedox empodera a los tomadores de decisiones y a los usuarios comerciales de todos los departamentos y les ayuda a trabajar de manera más inteligente, agilizar la colaboración empresarial y tomar decisiones basadas en conocimientos con confianza.

Más de 2500 organizaciones en 140 países utilizan Jedox para la planificación en tiempo real en la web, en la nube y en cualquier dispositivo. Jedox es un proveedor líder de soluciones de planificación empresarial y gestión del desempeño corporativo con oficinas en cuatro continentes y más de 250 socios comerciales certificados. Los analistas independientes reconocen a Jedox por sus soluciones líderes de planificación empresarial.



Alemania
Jedox® GmbH(Sede)

Bismarckallee 11
79098 Friburgo de Brisgovia
Teléfono: +49 761 151 47 0

EE.UU
Jedox Inc.

Calle Leche 50
Boston, MA 02109
Teléfono: +1 857 415 4776

Francia
Jedox Francia SAS

5, rue Jean Mermoz
75008 París
Teléfono: +33 1 47 23 00 22

Singapur

Jedox Pte. Ltd. Limitado.

Bulevar Temasek, 7
12-01, Torre Suntec 1
Singapur 038986
Teléfono: +65 6803 8632



www.jedox.com
info@jedox.com