

Manual de Operaciones

Departamento de Ventas – Grupo Golfo

Introducción al Departamento de Ventas


El Departamento de Ventas es un componente estratégico dentro del **Grupo Golfo**, el cual integra tres unidades clave: **Exsim**, la **Oficina Regional Microsip del Golfo** y **MasDigitalX (MDX)**.

Este manual describe las **funciones generales** y la estructura que permite que el área de ventas opere de forma ágil, conectada con el resto de la organización. En ventas, **el momento lo es todo**: responder con oportunidad puede marcar la diferencia entre ganar o perder una venta.

El departamento funciona como **un nodo central que articula las áreas de marketing, soporte, administración, dirección y partners**, garantizando una ejecución integral y comercialmente efectiva.

1. Objetivo General

Consolidar un departamento de ventas altamente funcional y colaborativo que se encargue de: - Precalificar leads generados por marketing y otras áreas. - Coordinar con closers internos o partners externos. - Dar seguimiento oportuno a oportunidades. - Mantener una comunicación eficiente con departamentos clave. - Atender a cuentas estratégicas del Grupo Golfo.

 *Todo lo anterior con un enfoque en rapidez, enfoque y profesionalismo, asegurando atención oportuna en el momento justo.*

2. Funciones Principales del Departamento de Ventas

a) **Gestión de Leads y Oportunidades**

- Recibir y precalificar leads provenientes de campañas (Meta, WhatsApp, HiBot, Email).
- Capturar y mantener actualizados los leads en el CRM **SCG**.
- Canalizar los leads calificados a Closers internos o a partners.
- Dar seguimiento puntual a cada oportunidad comercial hasta su cierre o descarte.

b) **Coordinación con Closers (internos y externos)**

- Garantizar una transición fluida del lead calificado hacia el Closer.
- Agendar reuniones o demos.
- Entregar contexto completo y asegurar acompañamiento adecuado.

- Coordinar cierres en conjunto con Raúl para desarrollos especiales.

c) Relación con Otras Áreas del Grupo Golfo

- **Soporte (Josué):** canalización de necesidades técnicas o demos.
- **Administrativo (Alexenia y Alejandra):** coordinación en cotizaciones, seguimiento de actualizaciones, proyectos y cobros.
- **Dirección (Arturo):** escalamiento de comentarios críticos o quejas.
- **Marketing:** colaboración activa en campañas, comunicación de necesidades, uso de materiales promocionales y seguimiento de resultados.

d) Atención a Cuentas VIP (Top 7 del Grupo Golfo)

- Realizar una llamada semanal como mínimo.
- Detectar nuevas oportunidades de negocio o necesidades de servicio.
- Coordinar respuesta inmediata ante cualquier requerimiento (soporte, cotizaciones, materiales, etc.).
- Ofrecer materiales (flyers, folletos, reels) y propuestas personalizadas.
- Involucrarlas en eventos estratégicos.

e) Gestión de Eventos Comerciales

- Identificar oportunidades de exposición de marca o generación de leads en eventos (IA, Manufactura, Microsip, etc.).
- Ofrecer participación directa de Arturo como speaker cuando aplique.
- Recolectar y organizar leads de eventos para canalización a partners o seguimiento directo.

f) Proyectos Comerciales Directos

- Gestionar la venta y seguimiento de productos autorizados como landing pages, páginas web o e-commerce.
- Mantener relación directa con los clientes y capturar todo en SCG.

g) Control de Campañas de Redes Sociales

- Supervisar junto con Marketing las campañas activas (especialmente en Meta).
- Llevar registro del presupuesto compartido con partners.
- Asegurar la cobranza correspondiente a cada partner según acuerdos.
- Tener claro el origen de cada lead recibido.

h) Coordinación de Webinarios Mensuales

- Coordinar el montaje del set y logística general del evento.
- Generar y publicar eventos en Meta, crear ligas de conexión e invitaciones.
- Supervisar el diseño de la imagen del evento.
- Grabar Shorts y entregar materiales a Regina (Marketing).
- Coordinar con el área de Soporte la transmisión técnica.
- Detectar y registrar leads que se generen durante el evento.

i) Uso de Herramientas de Venta

- **CRM SCG** para control total de leads y oportunidades.
- **Asistente Virtual de Ventas** 🤖:
 - Generación de argumentos, respuestas y correos.
 - Apoyo para mensajes de WhatsApp y materiales de seguimiento.
- **MailChimp**: generación de correos masivos por segmento.
- **SSG**: diseño y envío de campañas marqueteras por WhatsApp.

j) Alimentación del Bot de Ventas

- Recopilar y enviar semanalmente al menos **2 aportaciones** para actualizar el contenido del bot comercial.

3. 🛠 Mejora Continua del Departamento

El área de ventas debe destinar al menos **una hora a hora y media diaria** a tareas de mejora continua y aprendizaje. Entre las iniciativas clave se encuentran:

1. **Migración y adopción del CRM Pipedrive.**
2. **Automatización en procesos de precalificación de leads.**
3. **Automatización del seguimiento de leads en estatus de campaña mediante Inteligencia Artificial.**

Estas acciones buscan aumentar la productividad, escalar resultados y reducir tiempos operativos.

4. 📅 Organización Operativa del Día

Inicio del día (9:00 a.m. – 11:00 a.m.)

- Revisión de nuevos leads.
- Llamadas o mensajes de precalificación.
- Atención prioritaria a cuentas VIP.
- Planificación de tareas del día y revisión de CRM.

Mediodía (11:00 a.m. – 3:00 p.m.)

- Coordinación con Closers.
- Seguimiento a oportunidades activas.
- Preparación de materiales o correos.
- Reunión con áreas involucradas (Marketing, Soporte, Administración).
- Tareas de mejora continua y adopción tecnológica.

Cierre del día (3:00 p.m. – 6:00 p.m.)

- Captura de avances.
- Actualización del Bot de Ventas.

- Reportes internos (**a Dirección General – Arturo**).
 - Registro y envío de bases de datos (eventos o campañas).
 - Verificación de tareas completadas.
-

Indicadores Clave de Desempeño (KPIs)

- **60 comentarios de seguimiento mensuales** registrados en SCG.
 - **100% de leads precalificados** deben tener asignación de estatus.
 - **Tiempo máximo de contacto inicial:** 24 hrs desde recepción del lead.
 - **Una llamada semanal mínima** por cuenta VIP.
 - **2 aportaciones semanales al Bot de Ventas.**
 - **Participación en al menos un evento relevante al mes.**
 - **Campañas Meta actualizadas y con presupuesto activo.**
 - **Cobranza oportuna de campañas compartidas con partners.**
 - **Tiempo diario invertido en mejora continua:** 1–1.5 hrs.
-

Este documento representa una guía estructural y funcional para la consolidación de un equipo comercial integral, orientado al crecimiento, la integración transversal y la ejecución disciplinada. Debe revisarse periódicamente para reflejar ajustes operativos y evolución de la estrategia de Grupo Golfo.

Versión actualizada – junio 2025 