📗  **Manual de Operaciones   
Departamento de Ventas – Grupo Golfo 2**

### 🧭 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** ✅