# Pautas para ensayos guiados/POC

El proceso POC debe incluir una definición clara de los criterios mediante los cuales el cliente potencial evaluará/medirá la plataforma. Los criterios deben ser aprobados de antemano por las partes interesadas relevantes (para el cliente potencial) involucradas en el proceso de toma de decisiones ( más allá de los evaluadores y otros equipos que también usarían la herramienta).

El compromiso de todas las partes interesadas contribuirá al éxito de la POC/prueba, así como a la implementación exitosa de la plataformaformulario en la organización.

Antes de comenzar la POC es muy importante comprender lo siguiente del cliente potencial:

* Quiénat está impulsando la evaluación de <span class= ¿'notranslate'></span>Transifex como proveedor de soluciones?
* ¿Cuáles son los pros y los contras que afectan el trabajo del equipo en un día basis en la<span clase ='notranslate'></span>¿Existe un proceso?
* Establecer las expectativas de los próximos pasos esperados una vez que el POC/ensayo se complete con éxito
  + ¿Este POC/Prueba termina en un compromiso de firmar con nosotros?
  + ¿Cómo sería la incorporación si el cliente potencial se registra con nosotros?

## POC/reglas básicas del juicio

Prueba de concepto debe verse como una forma para que usted, como vendedor, demuestre que nuestro plataforma/solución es la mejor se adapta a por satisfacer los requisitos/necesidades de los profesionalespect.Es importante asegurarse de que el cliente potencial lo vea de la misma manera. El Transifex El equipo de dedicará tiempo, energía y recursos a brindar al cliente potencial acceso gratuito a la solución propuesta. en un esfuerzo por demostrar cómo Transifex se asegurará de que el cliente potencial tenga éxito.

Las POC guiadas son para compradores legítimos y esperados o aquellos que están evaluando múltiples soluciones como parte del proceso de decisión---no personas que todavía están indecisas sobre cómo realizar un cambio.

## Reglas del POC/Prueba

El cliente potencial debe comprender que, aunque puede realizar una 15 días prueba ellos mismos, nosotros ofrecemos pruebas de concepto más estructuradas y asistidas para clientes potenciales que buscan seguir las mejores prácticas y comenzar a implementar el deseado /propuesta de solución para solucionar sus necesidades.

El propósito de una prueba de concepto debe describirse de manera muy específica:

* El cliente se niega a comprar la plataforma/solución sin probar el producto primero y tiene una razón válida para necesitar validar el forma en que funciona el producto
* El cliente acepta que espera comprar al finalizar la prueba de concepto si the criterios de éxito se cumplidos.

Las reglas son las siguientes:

* Idealmente queremos tener DM buy-in antes de iniciar una POC:
  + Nunca otorgues un POC a un campeón sin tener DM buy-in.
    - Necesitas cierta seguridad de que estás trabajando con la persona que puede firmar el contrato, o al menos, esta persona se compromete a que quien toma las decisiones está listo para seguir adelante si la prueba de concepto tiene éxito.
* Nunca haga una prueba de concepto para demostrar el retorno de la inversión, solo para demostrar funcionalidad/capacidad
  + Nunca debe permitir que el ROI forme parte de sus criterios de éxito de POC.
    - Unas pocas semanas no son tiempo suficiente para probar algo de manera predecible.
  + Por otro lado, si su cliente potencial simplemente quiere confirmar que el producto es fácil de usar, necesita la aceptación de otros miembros del equipo, y que la funcionalidad anunciada funcione como Lo prometí, esa es una historia diferente, está totalmente bien.
* El cliente potencial debe aceptar los criterios de éxito antes de comenzar una prueba o prueba de concepto.
  + Antes de lanzar una prueba de concepto, usted y su cliente potencial deben sentarse y planificar las cosas exactas son buscando probar.
    - Haga una verificaciónist juntos, si las siguientes cosas son Es cierto, el cliente potencial debe aceptar que planea comprar al finalizar la prueba de concepto.
* El cliente debe aceptar un plan de proyecto con criterios de éxito, hitos cronometrados y partes interesadas
  + Deberíamos compartir una GSheet con los hitos clave de la POC y a qué parte interesada les pertenece.
    - Esto nos permitirá captar el momento en el que el POC se ha desviado (si lo hace).
    - Significa que los mini hitos que se han configurado no se han se ha cumplido y podemos determinar quién se suponía que era el propietario de ese artículo.
  + Si establecemos de antemano qué tan grande es una prueba de concepto, los prospectos la valorarán más y serán más respetuosos con el plan del proyecto.
* Las reglas no cambian para los "bake-offs"
  + Hay un cierto estilo de POC al que se hace referencia como un "horneado".
    - Esto significa que un cliente potencial comparará activamente nuestro producto con el de nuestra competencia y elegirá un ganador en función de los resultados.
* La POC debe dar lugar a una decisión: ir o no ir
  + El cliente debe aceptar que cuando finalice la POC, son firmaun contrato, o ambos estarán de acuerdo en que esta no es la solución correcta.

# POC/Proceso de prueba

Las siguientes actividades son áreas que deben completarse como parte del POC/ensayo:

* Establecer un plazo razonable para la finalización del POC/ensayo.
* Configure el flujo de plataforma/solución de un extremo a otro que el cliente potencial desea probar; podría ser más de un extremo a otrod flujo.
  + Es importante no elegir un flujo de trabajo e2e, pero asegúrese de que cubra la funcionalidad principal de la plataforma. /solución y las principales necesidades del prospecto.
  + El objetivo aquí es ver cómo la plataforma/solución maneja el e2e pproceso del flujo de trabajo.

## Definir criterios de POC/ensayo

* Definir los criterios para un POC/ensayo exitoso.
  + Es importante elegir criterios que valgan la pena para sus necesidades y evaluar mejor la plataforma/solución.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Criterios | Prioridad | Comentarios/Notas |
| Criterio uno | Alto | Debe cumplir inorder para considerarlo un éxito. |
| Criterio dos | Medio | Debe cumplir inorder para considerarlo un éxito. |
| Criterio tres | Bajo | No es crítico, pero sería bueno tenerlo. |

* + Cosas a considerar al definir los criterios:
    - Asegúrese de tener una variedad de criterios:
      * Capacidades/funcionalidades comerciales y editoriales
      * Capacidades técnicas/funcionalesty
      * Posibles costes que la plataforma/solución puede traer con it (ej: costos de traducción)
      * Costo de formación.
* Se recomienda encarecidamente programar una reunión con las partes interesadas pertinentes para presentar transmitirles los criterios seleccionados y llegar a un acuerdo sobre las métricas que se seguirán
  + Durante la reunión repasaremos la mediaing de cada uno de los criterios seleccionados.
  + Es importante escuchar todas las opiniones.
  + Los criterios podrían actualizarse después de la reunión de acuerdo con las conclusiones de la misma.
  + Un objetivo adicional de la reunión sería acordar qué flujo de un extremo a otro debe seleccionarsed para POC.
    - Esto garantizará que estemos en el camino deseado antes del inicio de la POC, además de obtener un “compromiso” adicional con el proceso por parte de las partes interesadas.

## Iniciar el proceso POC/Prueba

### Primera etapa

* Empezar a trabajar en los
  + Esto puede ser Transifex construyendo las piezas necesarias del solución, sin la perspectiva p
    - **Proyecto(s)** - Crea y configura el proyecto necesario (s), incluidos los ajustes y configuraciones necesarios para el flujo deseado
    - **Integraciones** - configuración e instalación de integraciones clave/necesarias para el flujo deseado

### Segunda etapa

* Pruebe la solución implementada de principio a fin, realice los ajustes/mejoras necesarios.
* Programe una reunión internaal para presentar los resultados y responder cualquier pregunta sobre la plataforma/solución y la implementación propuesta.
  + Sesiones en vivo
  + Sesiones grabadas

### Etapa final

* Crea presentaciones y demostraciones de documentación de respaldo para proporcionar a los clientes potenciales.
* Programe una reunión final con las partes interesadas relevantes para ver los resultados de POC, responder las preguntas y decidir sobre la plataforma/solución.

# Después del POC/ensayo

Las siguientes actividades son áreas que deben completarse como parte del POC/ensayo:

* Todas las notas capturadas, los comentarios de los clientes potenciales y los aprendizajes deben actualizarse en la página de oportunidades abiertas (gane o pierda) para garantizar que estén cerradas. retroalimentación en bucle a nuestro equipo de Producto y CSM.

-¿Qué pasa si el cliente potencial necesita más de 14 días de prueba?

-¿Qué pasa si el cliente potencial se niega a participar en nuestro proceso de “acompañamiento”?

-