# Glosario de términos Technodomus

Candidato, prospecto o *Lead*

El candidato es una persona que tiene características por las que podría convertirse en nuestro cliente, pero aún no esta listo para comprar. Puede ser una persona que trabaja en el sector, y por lo mismo tienen necesidades similares a nuestro cliente, pero estas necesidades aún no se han concretado.

El convertirse en cliente depende de multiples factores, pero principalmente del proceso de compra

ScalingUp

Metodología diseñada para potenciar el crecimiento de las empresas generando hábitos de planeación adecuados. Esta metodología se basa en cuatro puntos clave: 1. Crear un equipo con la gente adecuada 2. Contar con una estrategía clara y diferenciadora apoyada en una cultura que permita cumplir nuestra promesa de marca 3. Optimización permanente de todos los procesos para evitar el drama y generar rentabilidad 4. Asegurar las reservas y flujo de efectivo para tener un crecimiento

Proceso de compra del cliente

Conjunto de actividades que un Socio de Negocios debe de realizar para poder adquirir un producto o servicio. Dicho proceso puede tener variaciones dependiendo del tipo de bien o servicio a adquirir, y puede requerir la participación de diferentes contactos dentro de la organización, así como de diferentes tiempos y sistemas de ejecución, por lo que es importante que se identifique dicho proceso en cada oportunidad de venta para poder detectar los obstáculos que se pueden presentar al proceso de venta o mecánismos que lo agilicen.

Nutrición del cliente

KPI (Key Process Indicator, Indicador Clave del Proceso)

Un KPI es rasgo visible y cuantificable de nuestros procesos que permite conocer si se están realizando de forma correcta. Es una señal que nos permite identificar de forma rápida el estado del proceso. Los KPIs generalmente tienen una temporalidad de medición, esto es, el número del indicador depende de la ventana de tiempo por lo que es importante considerarla. También hay KPIs de avance, qur indican que tan cerca se esta de alcanzar un objetivo, los cuales solo dependen del límite de tiempo puesto a ese objetivo.

QQC o Qué, Quién, Cuándo

El QQC o más apropiadamente, los tableros de QQC, son listados donde se anotan las actividades o tareas importantes a desarrollar para la empresa, adicionales a las tareas diarias. Cada tarea que entra al listado (el qué) debe de señalar quién es el responsable de su ejecución y cuando debe de estar lista. Generalmente se incluye un apartado para comentarios y anotaciones sobre el nivel de prioridad de las tareas para ayudar a los responsables a programarlas.

Prioridad

Las prioridades son conjuntos de tareas claves para alcanzar los objetivos de la empresa, y que por lo mismo están alineados a los objetivos de la misma. Sin estas no se realizan o fallan, es probable que no se alcancen los objetivos. Las prioridades generalmente incluyen uno o más KPIs que permiten conocer el estado de avance de la prioridad.

Forecast

Previsión del consumo mensual de un cliente recurrente calculada a partir de los consumos previos y de la información que el representante de ventas recabe con los clientes sobre sus necesidades para los próximos meses. Esta previsión es necesaria para la planeación de compras y distribución de productos.

K Number o número K

Número usado por Kodak y después Carestream, para identificar sus equipos de forma única similar a un número de serie. Cada equipo de Carestream lo tiene impreso e inicia con una letra K. Es fundamental para el proceso se atención técnica ya que con este número se puede identificar el equipo y encontrar con más fácilidad su historial.

Backorder

Pedidos de equipo o material de nuestros clientes, que no están en existencia en almacén y que no se incluyeron en los pedidos programados a nuestros proveedores por lo que generaran costos extra y tiempos de entrega más largos.

El *Backorder* se origina por una *forecast* incorrecto, por errores en el proceso de compras o en algunos casos por solicitudes excepcionales de los clientes.

Socio de negocios

Una empresa o persona física con la que hacemos algún tipo de operación de compra-venta, pudiendo ser nuestros clientes, aquellos que compran nuestros productos y/o servicios, o proveedores, a quienes compramos productos y servicios. En SalesForce los socios de negocios se diferencian de los prospectos en que los primeros tienen oportunidades de negocio y/o ya han realizado una compra. Socio de negocios

Trazadomus

Plataforma para el monitoreo remoto de los equipos de esterilización por plasma de peróxido de hidrógeno Laoken que transmite la información básica de cada ciclo de esterilización que se realiza en el equipo y llevar el registro de su funcionamiento y consumo. La plataforma permite a los usuarios tener un registro del uso del equipo y su productividad. Al mismo tiempo, ayuda al Servicio Técnico de Technodomus a programar actividades de mantenimiento y detectar fallas antes de que el usuario las reporte. Finalmente, el sistema permite llevar un control del uso del equipo y de las necesidades de los clientes, que es útil para el área comercial y de Servicio al Cliente de la empresa.

Oportunidad

Circunstancia en la que hemos detectado una necesidad a un socio de negocios o prospecto y podemos ofrecerle una solución de nuestro portafolio de productos. La detección de una oportunidad es el inicio del proceso de venta. En SalesForce, una oportunidad constituye la unidad de documentación de un proceso de venta, en la que quedan registradas todas las acciones y comunicaciones que se realizan con el cliente. La oportunidad por lo mismo debe contener información básica como; contactos que participan en la toma de decisión y su papel, producto que se están ofreciendo, actividades próximas a realizar y plazos para la realización de esas actividades, así como información sobre los resultados de cada acción realizada y una evaluación de los mismos para reorientar los esfuerzos de la manera más pertinente. Es la únidad básica de información para el proceso de venta.

Prospección

Primera etapa del proceso de venta en Technodomus, en la que se recaba información sobre las necesidades del cliente para poder ofrecerle una solución adecuada y diseñar una estrategía de venta. Se recaba la información básica del cliente para detectar sus necesidades y la existencia o no, de una oportunidad de venta. Entre otros, se debe de recabar los datos de los contactos clave dentro del socio de negocios, el proceso de compra que siguen, el presupuesto estimado y las posibilidades de hacer una demostración al cliente.

Demostración

Etapa posterior a la prospección en la que se presenta a los contactos clave la solución propuesta y se verifica que esta cumpla con sus expectativas evaluando si los beneficios de la solución crean valor para el cliente y alivian sus dolores. Permite evaluar con mayor precisión las necesidades del cliente y ajustar la propuesta de ser necesario.

Aceptación clínica

Etapa que sigue a la demostración y en la que, a partir de la información recabada en la demostración, se convalida con los contactos usuarios y técnicos el valor de nuestra propuesta para solucionar las necesidades detectas en las etapas previas, así como las condiciones para que la propuesta se pueda llevar a cabo. Con esta información se elabora un propuesta técnica detallada que se somete a validación de los contactos.

Aceptación económica

Al contar con una propuesta técnica validad por los contactos usuarios y técnicos, se comienza esta etapa en la que se valida la coherencia del presupuesto propuesto con la disponibilidad del cliente, se solicita una cotización especifica al proveedor para presentar una propuesta y negociar la misma para obtener la aprobación final de la cotización.

Contrato en proceso

Etapa final del proceso de compra, subsecuente de la aceptación económica y en la que se debe validar el cumplimiento de las condiciones propuestas, como tiempos de entrega y pagos. Se confirma la posibilidad de adquisición de equipos y insumos con el área de Finanzas de la empresa y se recaban los documentos necesarios de ambas partes para elaborar el contrato correspondiente.