

ESTUDIO

Estrategia y transformación digital, generación de leads, captación de clientes y tecnología, retos para ventas

- Cyberclick publica un estudio gratuito sobre transformación digital para analizar los puntos de dolor de los equipos de ventas
- El informe demuestra que la digitalización es una asignatura pendiente



Barcelona, 15 de julio de 2020. El 83% de las empresas demanda nuevas estrategias digitales. El 59% necesita una transformación digital de su fuerza de ventas. Estos son los puntos de dolor más comunes que se desprenden del estudio cuantitativo que Cyberclick realizó en plena pandemia para averiguar cuáles eran los retos de los equipos de venta en materia digital.

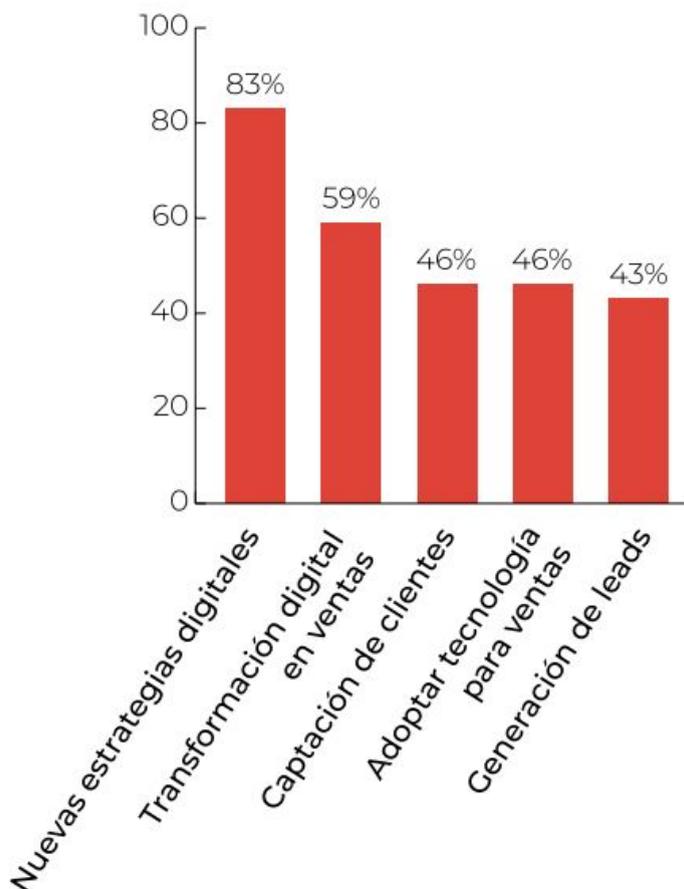
La necesidad de transformación y dar el salto al digital se hacen evidentes en la muestra analizada. La fuerza de ventas tiene una asignatura pendiente con la digitalización y el dominio de ciertas habilidades y aptitudes comerciales para desenvolverse con éxito en el entorno online.

El estudio [Transformación digital de la fuerza de ventas](#) identifica áreas de mejora y apunta el rumbo que deben tomar los equipos comerciales para mejorar su estrategia digital en ventas. El estudio comparte, además, recomendaciones para automatizar procesos.

Top 5 retos digitales de los equipos de ventas

El estudio de Cyberclick apunta que los cinco retos digitales de los equipos comerciales son:

- 1. Nuevas estrategias digitales:** el 83% de las empresas encuestadas demanda nuevas estrategias en ventas. Este es el punto de dolor más común.
- 2. Transformación digital en ventas:** un 59% necesita digitalizar su fuerza de ventas, mantienen que ahora mismo todo lo hacen de forma offline.
- 3. Captación de clientes:** un 46% declara que no sabe captar clientes de forma online.
- 4. Adoptar tecnología:** un 46% también apunta que necesita adoptar tecnología digital para ventas.
- 5. Generación de leads:** un 43% sostiene que no genera suficientes leads.



Estos cinco retos son comunes en todas las industrias analizadas, aunque el informe también detalla algunas **peculiaridades por sectores**. Por ejemplo:



Ecommerce: el orden de prioridades difiere de la media. Para el comercio electrónico el mayor reto es encontrar nuevas estrategias digitales que les ayuden a captar clientes. Adoptar tecnología, en cambio, es su última preocupación.

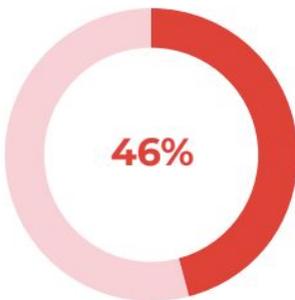


Sector banca y seguros: El mayor punto de dolor para este sector es la transformación digital en ventas, más que encontrar nuevas estrategias digitales, como manifiesta la media de empresas encuestadas.



Sector software y SAAS: contrariamente que la media, para este sector adoptar tecnología no es el reto que más les preocupa (ocupa el 6º lugar). Además, su Top 5 puntos de dolor incluye un proceso de ventas demasiado largo.

Otros datos interesantes del estudio:



De las empresas afirman que necesitan tecnología digital para ventas.



De las empresas encuestadas no trabajan con CRM.



De las empresas españolas encuestadas no trabajan con CRM.

Conclusiones del estudio

El estudio *Transformación digital de la fuerza de ventas* pone de manifiesto que:

- Las **empresas demandan nuevas estrategias digitales en ventas** y manifiestan su necesidad en iniciar una transformación digital en ventas. Los datos muestran, además, que les cuesta captar clientes de forma digital.
- Las empresas **desconocen cómo pueden utilizar la tecnología para automatizar** la captación de leads y digitalizar todo su proceso de venta. De hecho más de la mitad de los encuestados (58%) no trabajan con un CRM.
- Las compañías **necesitan formación** para transformar la fuerza de ventas y emprender el camino hacia la digitalización, adoptando la mejor tecnología para aprovechar todo su potencial en automatizar procesos.

Sobre el estudio

El estudio *Transformación digital de la fuerza de ventas* nace con el objetivo de descubrir cuáles son los puntos de dolor más comunes de los equipos de ventas en materia digital. Los datos y las conclusiones de este estudio son el resultado de una encuesta realizada por Cyberclick de forma online a más de 2000 empresas de España y LATAM durante el mes de abril de 2020. Se diseñó un cuestionario con preguntas cerradas de elección múltiple con el fin de obtener datos que dieran respuesta al objetivo del estudio.

Puedes descargar el estudio completo [aquí](#).

Sobre Cyberclick

Cyberclick es una empresa especializada en marketing digital con más de 20 años de experiencia.

Acompañamos a nuestros clientes en la creación de su estrategia y la optimización de campañas de publicidad online, desde una perspectiva innovadora, analítica y científica y con compromiso en los resultados. Contamos con equipos especializados para cada área del marketing digital: SEM, Video, Email Marketing, Social Ads, Inbound Marketing, Branded Content, Publicidad Nativa, Data Science, Auditoría de Publicidad y Formación In-Company.

Además, queremos demostrar que la excelencia solo es posible con un equipo de personas felices. Cyberclick fue considerada, durante dos años consecutivos, como la mejor pyme para trabajar en España, según Great Place to Work. Es la única empresa española premiada en los WorldBlu awards por su cultura empresarial.

Contacto de prensa

Tanit de Pouplana / tpouplana@cyberclick.net
(+34) 93 508 82 34 / 619 65 44 44