

¿Tu equipo está vendiendo... o solo está ocupado?

Diagnóstico rápido para evaluar si el esfuerzo comercial en tu empresa B2B está bien asignado.

Muchas empresas no tienen un problema de actividad comercial.
Tienen un problema de foco, prioridad y distribución del esfuerzo.

El problema no siempre es la falta de ventas

En muchos equipos comerciales B2B, el problema no es que falte trabajo.

Hay llamadas, reuniones, seguimientos, visitas y cotizaciones.

Pero aun así:

- las metas no se alcanzan
- el equipo se siente disperso
- las oportunidades clave no avanzan al ritmo esperado

Con frecuencia, la causa no es la capacidad comercial.
Es la forma en que se distribuye el esfuerzo del equipo.

**Cuando todos los clientes reciben atención parecida,
los clientes que más valor generan no reciben el foco que
necesitan.**

En la mayoría de empresas, el 20-30% de los clientes genera más del 70% del revenue. Pero el tiempo del equipo NO refleja eso.

Diagnóstico rápido: responde sí o no

Instrucción breve

Marca cuántas veces respondes "sí".

Preguntas

1. ¿Sabes cuáles clientes generan hoy el mayor valor para tu empresa?
2. ¿Tu equipo invierte más tiempo en esos clientes que en el resto?
3. ¿Tienes criterios claros para definir qué clientes desarrollar, mantener o atender de forma reactiva?
4. ¿Existen objetivos comerciales diferentes según el tipo de cliente?
5. ¿Tu empresa ha definido explícitamente qué clientes no deberían consumir esfuerzo comercial intensivo?
6. ¿Tu liderazgo comercial revisa la asignación del esfuerzo, no solo los resultados?
7. ¿La estrategia comercial está guiando el trabajo diario del equipo?
8. ¿Tu CRM o sistema comercial refleja prioridades reales, no solo actividad?

Scoring

- **6 a 8 "sí"** → Hay una base clara, aunque puede afinarse.
- **3 a 5 "sí"** → Hay oportunidades importantes de mejora.
- **0 a 2 "sí"** → El problema probablemente no es el equipo, sino la asignación del esfuerzo comercial.

La verdad incómoda

No alcanzar las metas rara vez es solo un problema de capacidad.

Muchas veces, el problema real es que la organización no ha tomado decisiones suficientemente claras sobre:

- a quién priorizar
- a quién desarrollar
- a quién mantener
- y a quién dejar de perseguir activamente

No todos los clientes merecen el mismo esfuerzo.

Si todo parece prioridad, el equipo termina reaccionando.
Y cuando el equipo reacciona, el crecimiento pierde dirección.

La pregunta correcta

Si tu equipo comercial está ocupado, pero los resultados siguen por debajo del potencial, la pregunta no es si hace falta más actividad.

La pregunta es:

¿Estás asignando bien el esfuerzo que ya tienes?

Si quieres aterrizar este análisis con datos reales de tu empresa, puedo ayudarte a identificar dónde está el mayor impacto comercial y cómo traducirlo en acciones concretas.



Inteligencia comercial para empresas B2B