



---

# Salud Digital en las Organizaciones Comerciales

ACTITUDPRO  
Attitude for growth

# 1. Objetivos y Metodología

## OBJETIVO

- **Presentación de los resultados obtenidos del estudio de mercado de Salud Digital en las organizaciones comerciales hecho a nivel nacional a un total de 150 empresas.**
- **Concienciar a los departamentos comerciales sobre cuál es la situación actual y comentar tanto los aspectos favorables como los puntos de mejora del tejido empresarial en el ámbito comercial.**

## METODOLOGIA

- **Realización de encuestas telefónicas y digitales a directivos comerciales con cargos de responsabilidad.**
- **Análisis de los resultados obtenidos con el acompañamiento gráfico de resultados y posterior diagnóstico de los temas más relevantes de Salud Digital Comercial.**

# 1. Descripción de la muestra



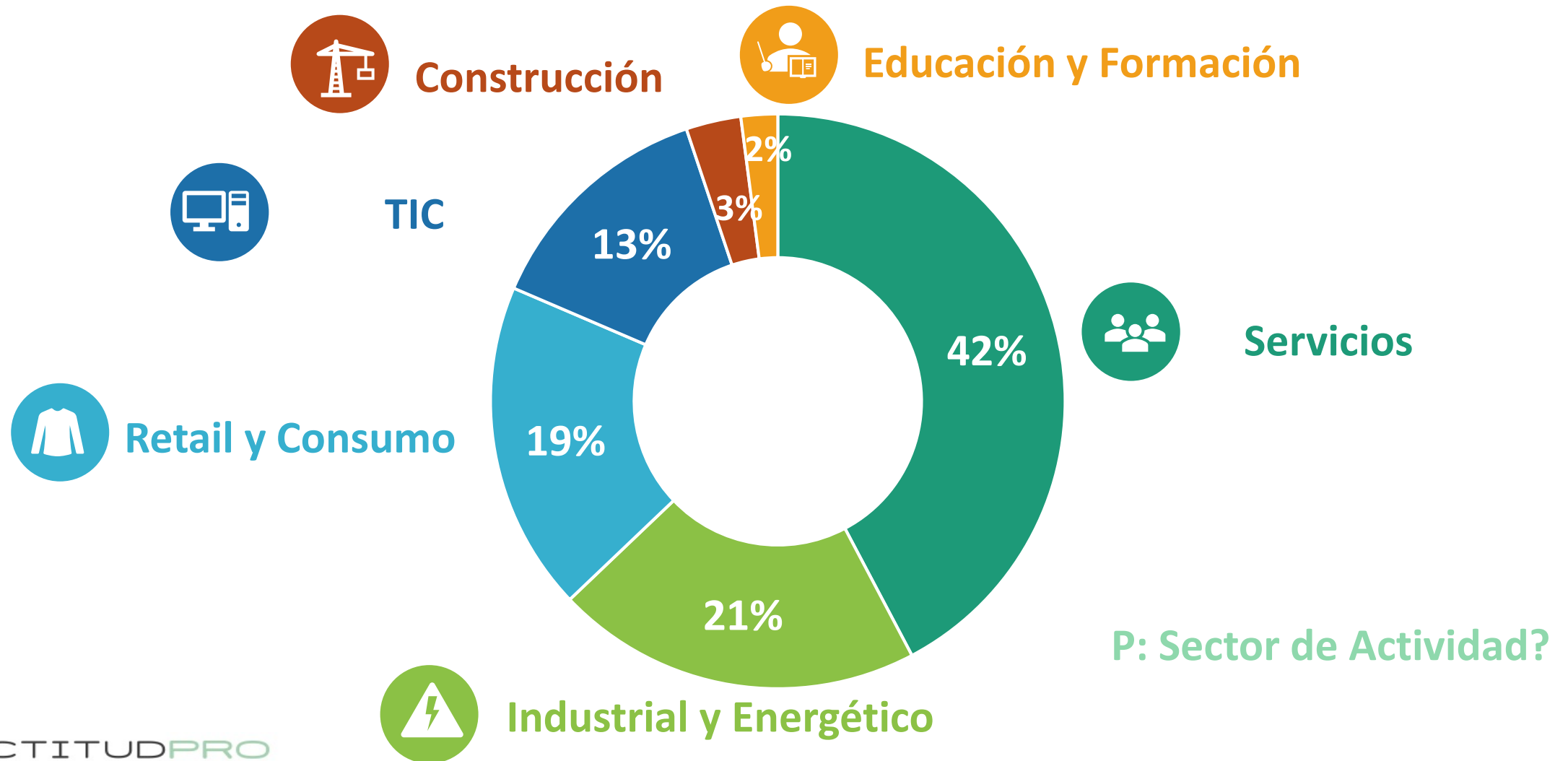
**150 empresas con sede en España**

**Directivos con responsabilidad en equipos comerciales**

**Encuesta telefónica/digital**

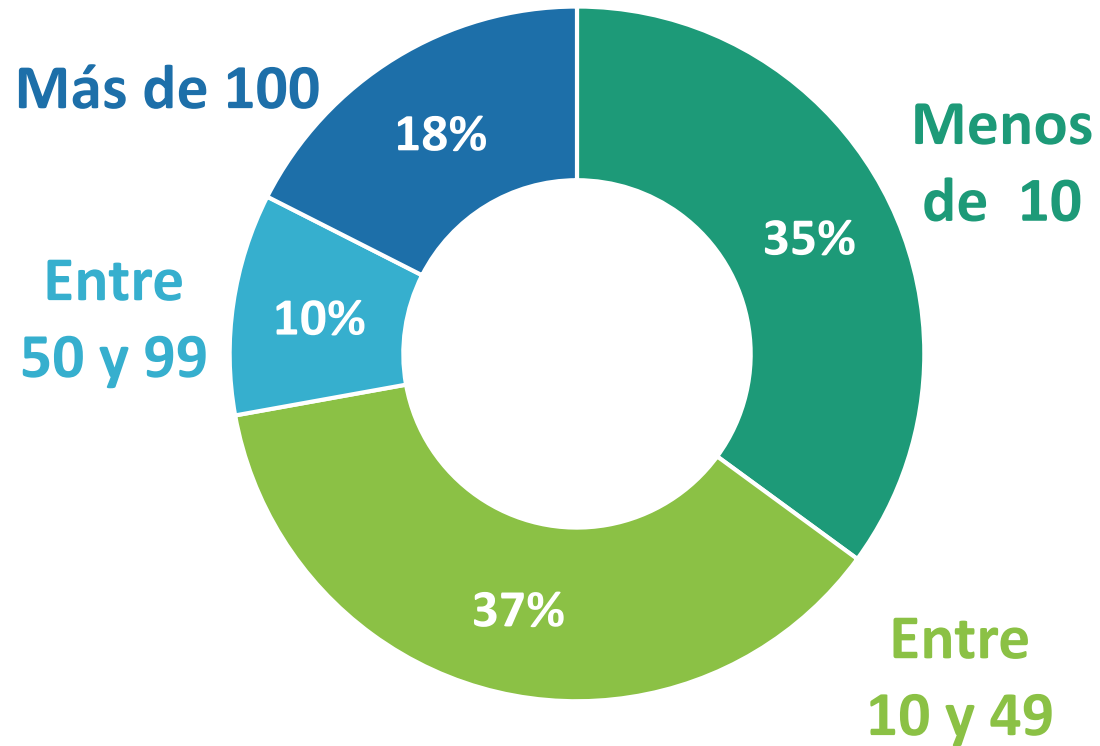
# 1. Descripción de la muestra: Sectores analizados

**Empresas representando a diversos sectores de actividad...**



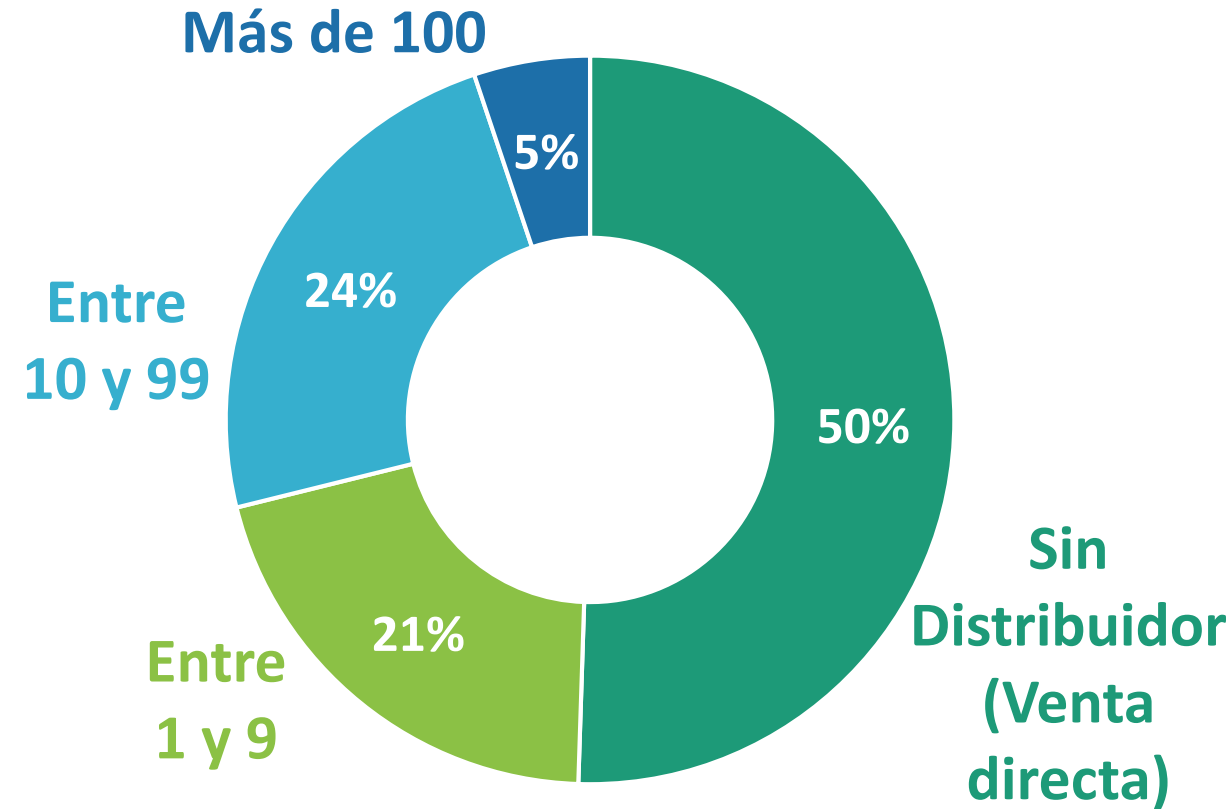
# 1. Descripción de la muestra

**...con equipos comerciales grandes y pequeños...**



**P: Numero de comerciales**

**...y tanto de venta directa como indirecta (a través de distribuidor)**



**P: Numero de distribuidores**

## 2. Áreas de Análisis



### EQUIPOS COMERCIALES

Evolución del equipo comercial

¿Tienen formación nuestros comerciales?

Canales de captación de talento



### FORMACIÓN DEL EQUIPO

Canales de formación

Implementación de técnicas de gamificación

¿Disponen de plataforma digital?



### PROCEDIMIENTOS

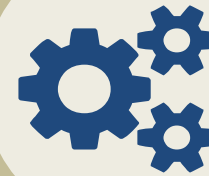
Captación de clientes y oportunidades

Concertación de visitas

Contratación del servicio/producto

Reuniones comerciales

Dispositivos de acceso al CRM



### PREOCUPACIONES

Preocupaciones de los directivos comerciales



### SALUD DIGITAL

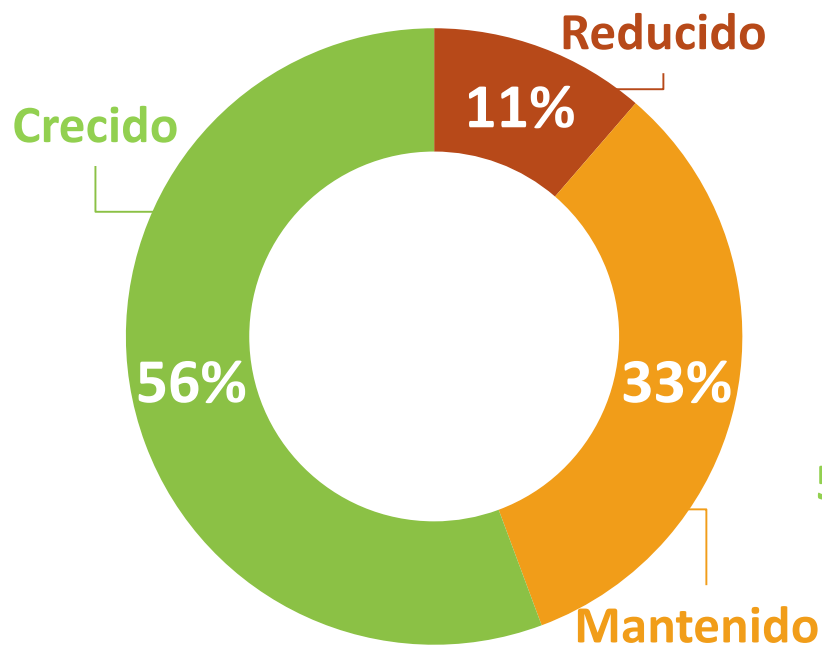
Grado de digitalización sectorial

Avance en las actuaciones

Mapa situacional

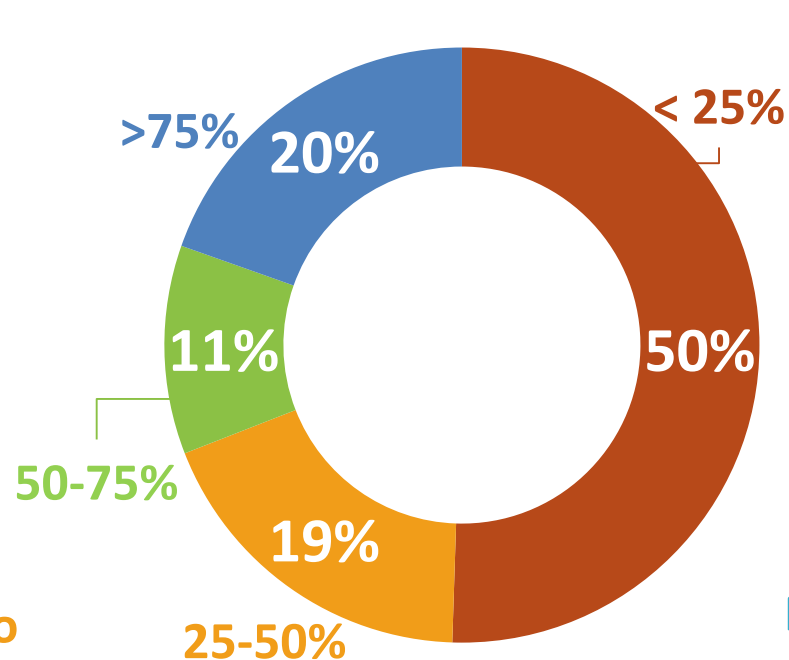
# Como son los Equipos Comerciales ?

**A pesar de la digitalización los equipos comerciales crecen**



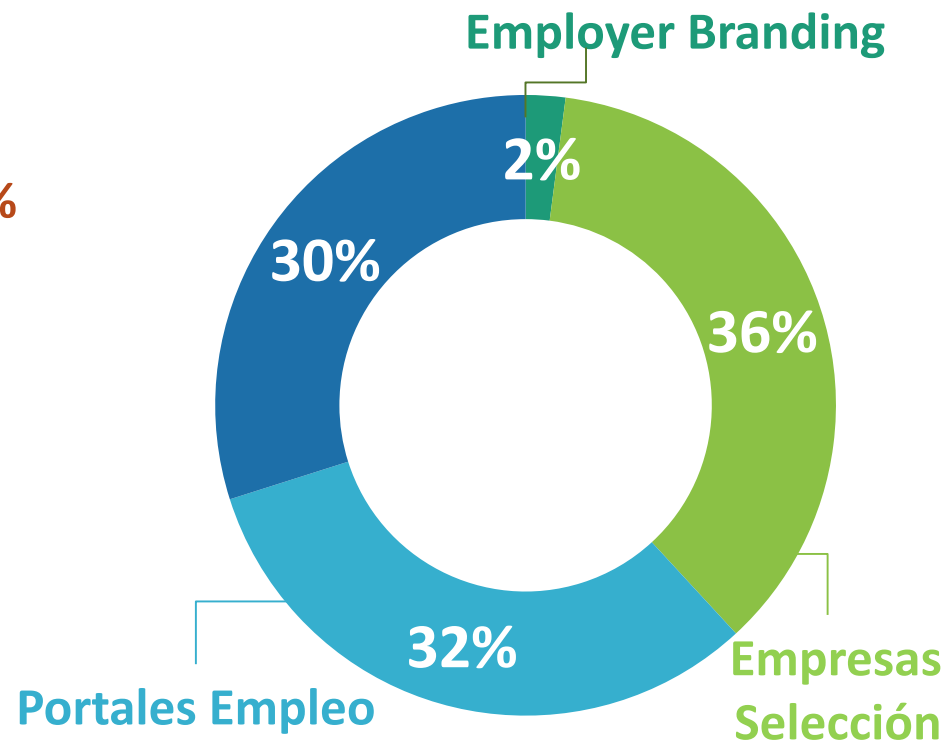
P: ¿ha incrementado su red comercial en los últimos años?

**...pero sus equipos muestran % bajos de formación digital**



P: % de comerciales con formación digital

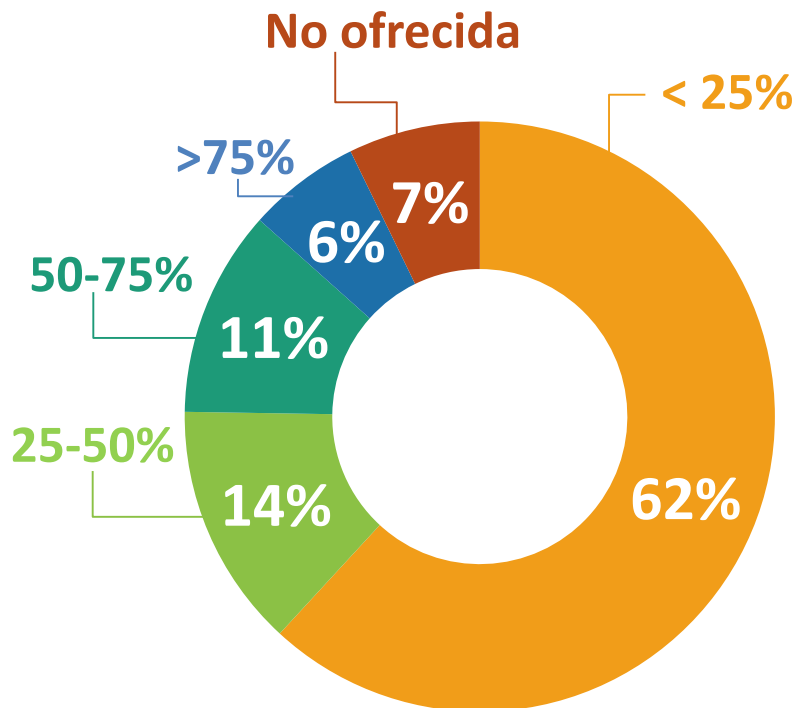
**...externalización y portales de empleo como fuentes de captación. Employer branding residual**



P: ¿Qué canales de captación de talento comercial utiliza?

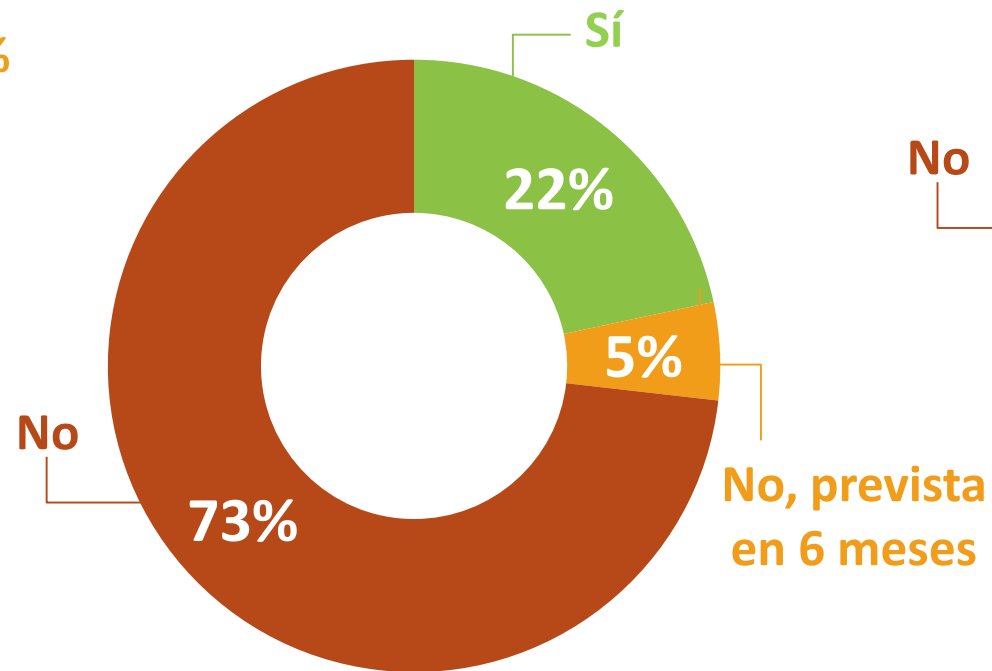
### 3. Resultados: Formación del Equipo

Se hace poco uso de los canales digitales para realizar formaciones



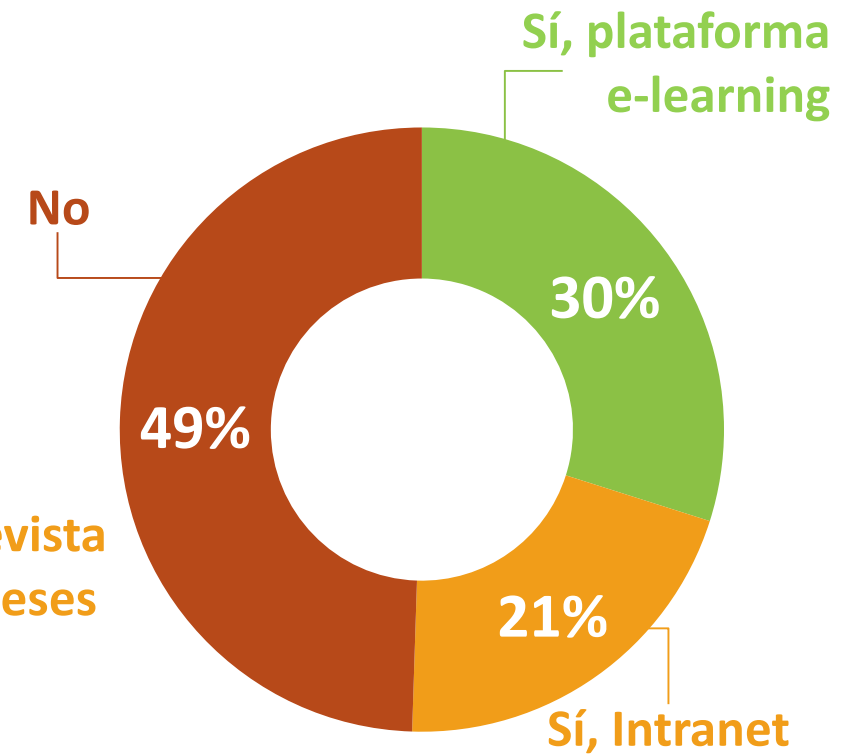
P: % de formación a través de canales digitales

La gamificación aún no está extendida en el mercado laboral



P: ¿han incluido acciones de gamificación?

falta de confianza en que la formación digital sea un elemento diferenciador...



P: ¿disponen de formación en canales digitales?

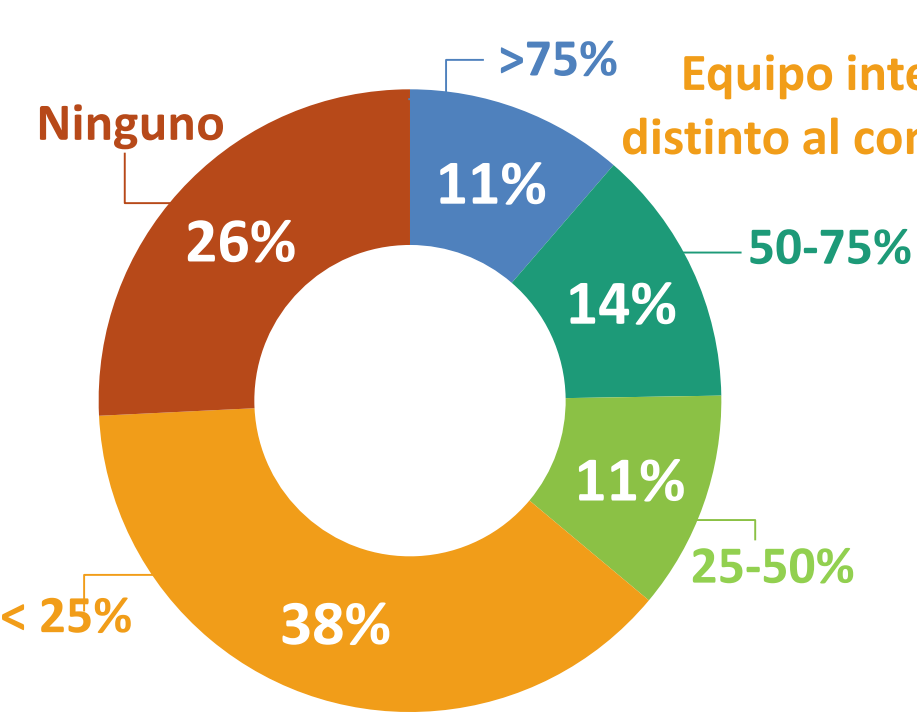


### 3. Resultados: Procedimientos

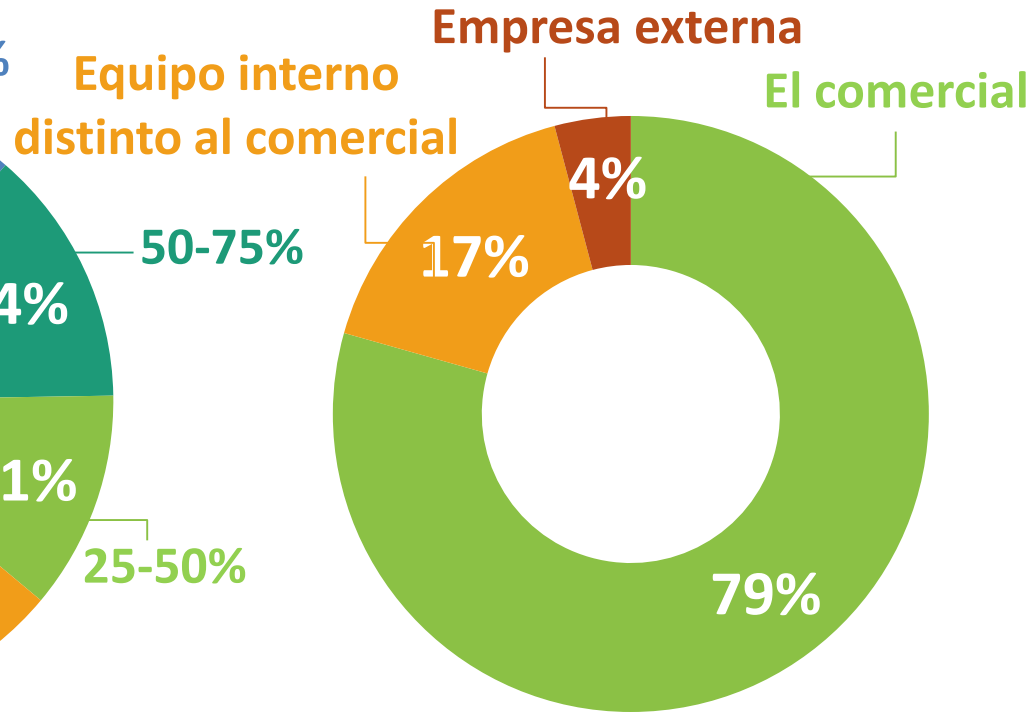
**El entorno digital sirve para captar oportunidades**

**Confianza con el comercial como fuente de oportunidades**

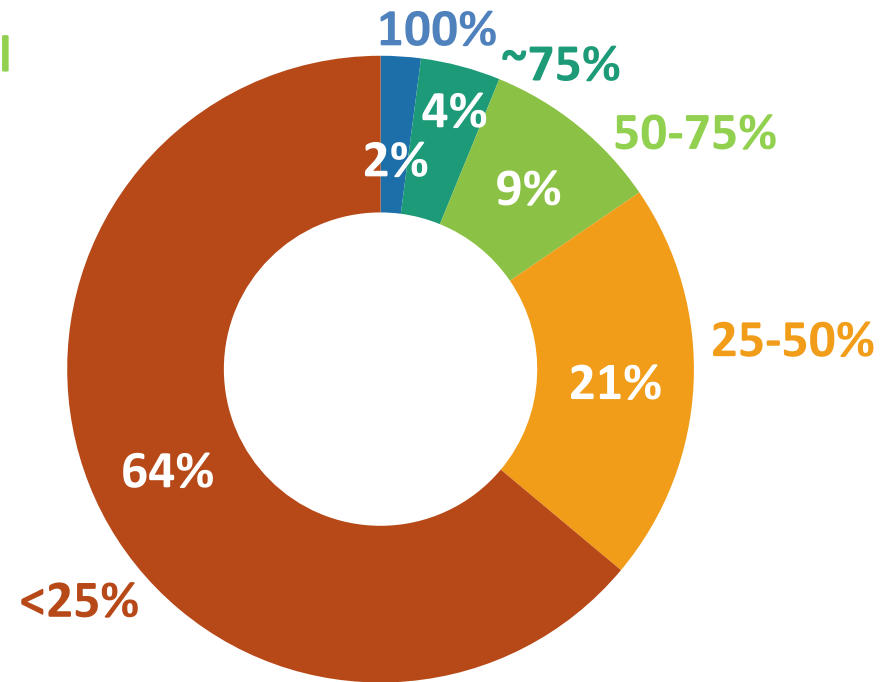
**las nuevas tecnologías no son un recurso suficiente... continúa siendo necesario salir de la oficina para captar**



P: % de comerciales que captan sin salir de la oficina



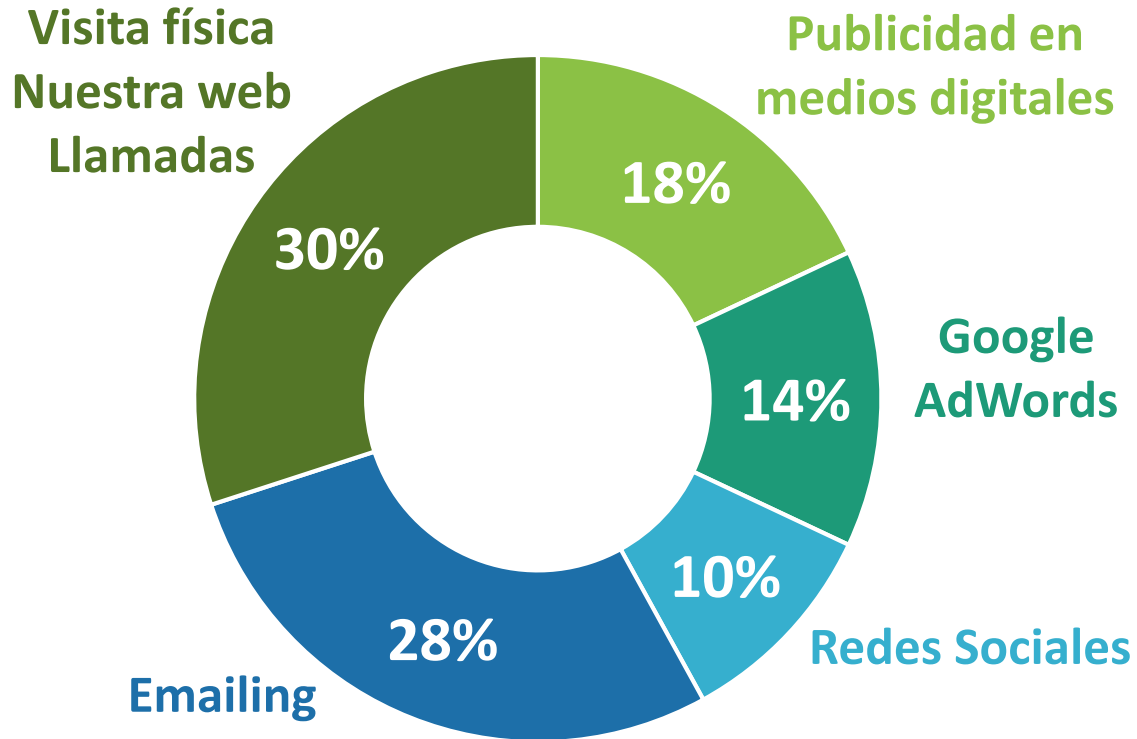
P: Quién realiza la concertación de visitas



P: % Oportunidades mediante canales digitales

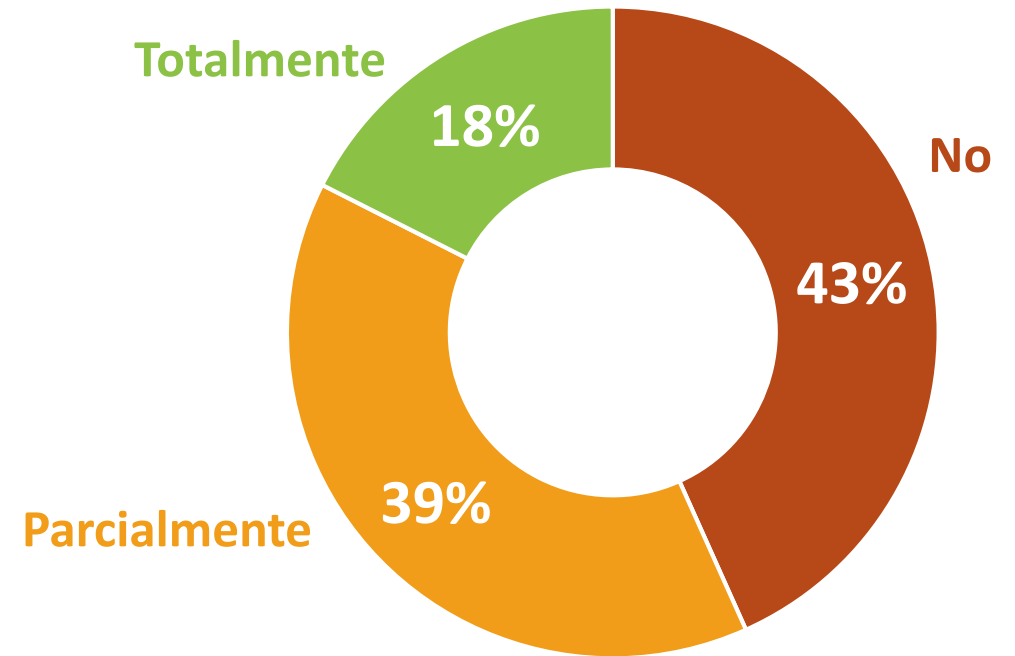
### 3. Resultados: Procedimientos

las campañas emailing es uno de los mejores canales



P: Canales de captación de oportunidades

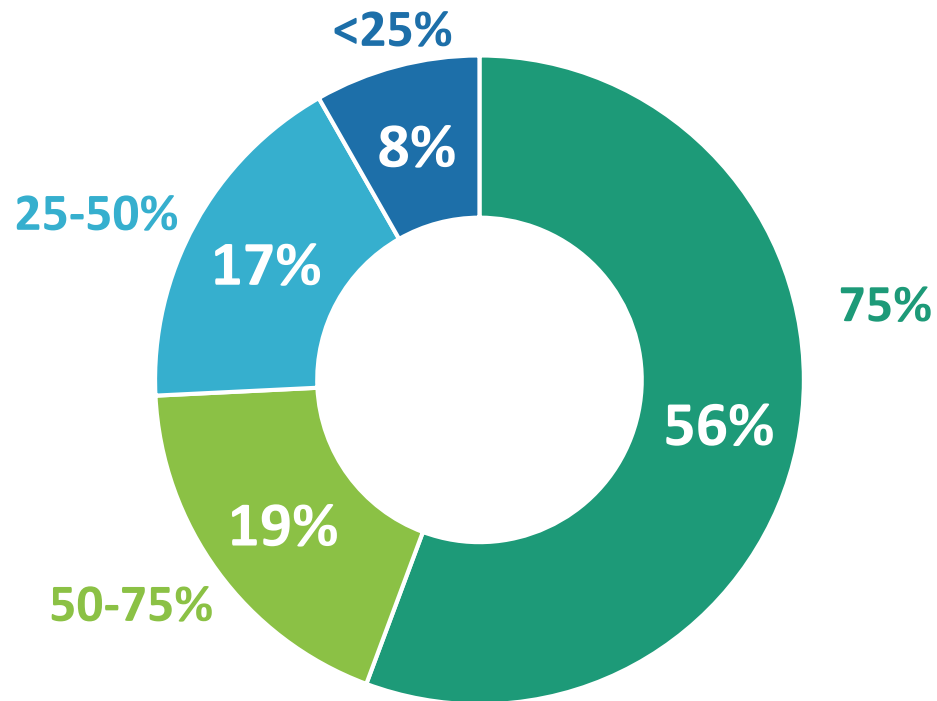
El 43% de las empresas no ha integrado sus procesos digitales...



P: ¿Tienes el proceso de contratación del producto/servicio digitalizado?

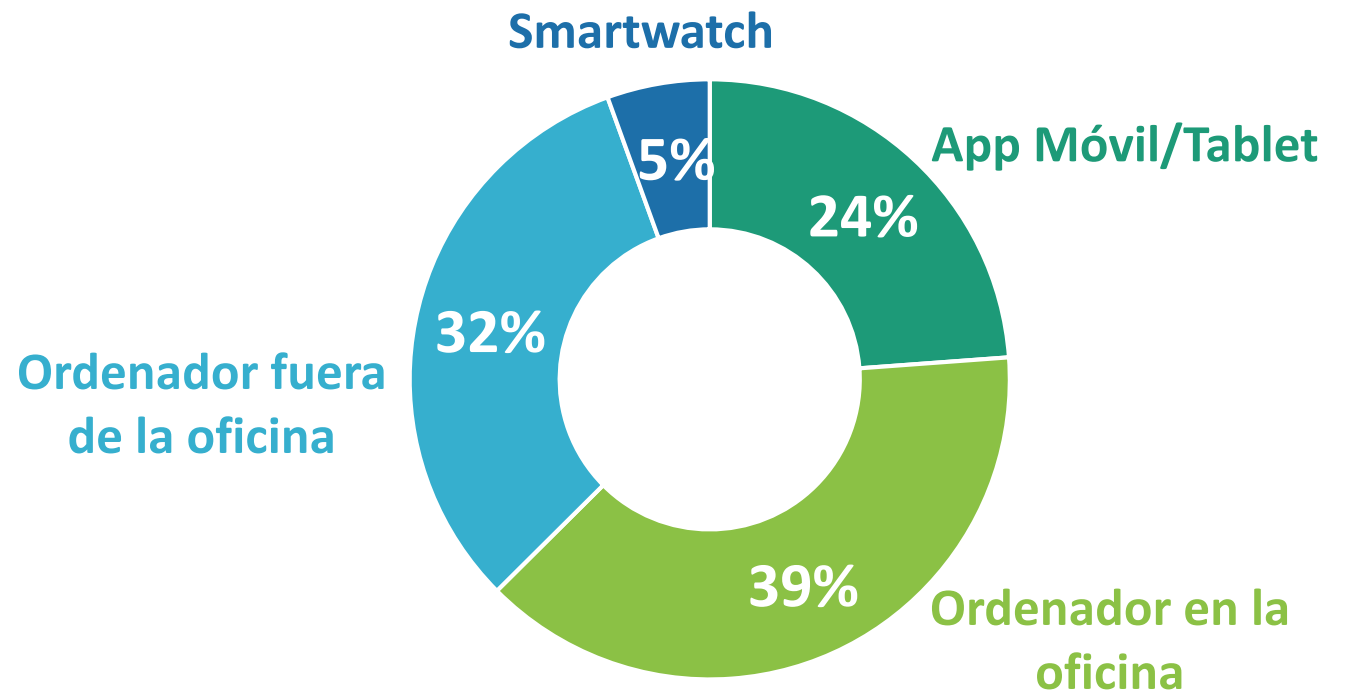
### 3. Resultados: Procedimientos

**A día de hoy, se sigue valorando que la primera reunión con el cliente sea presencial**



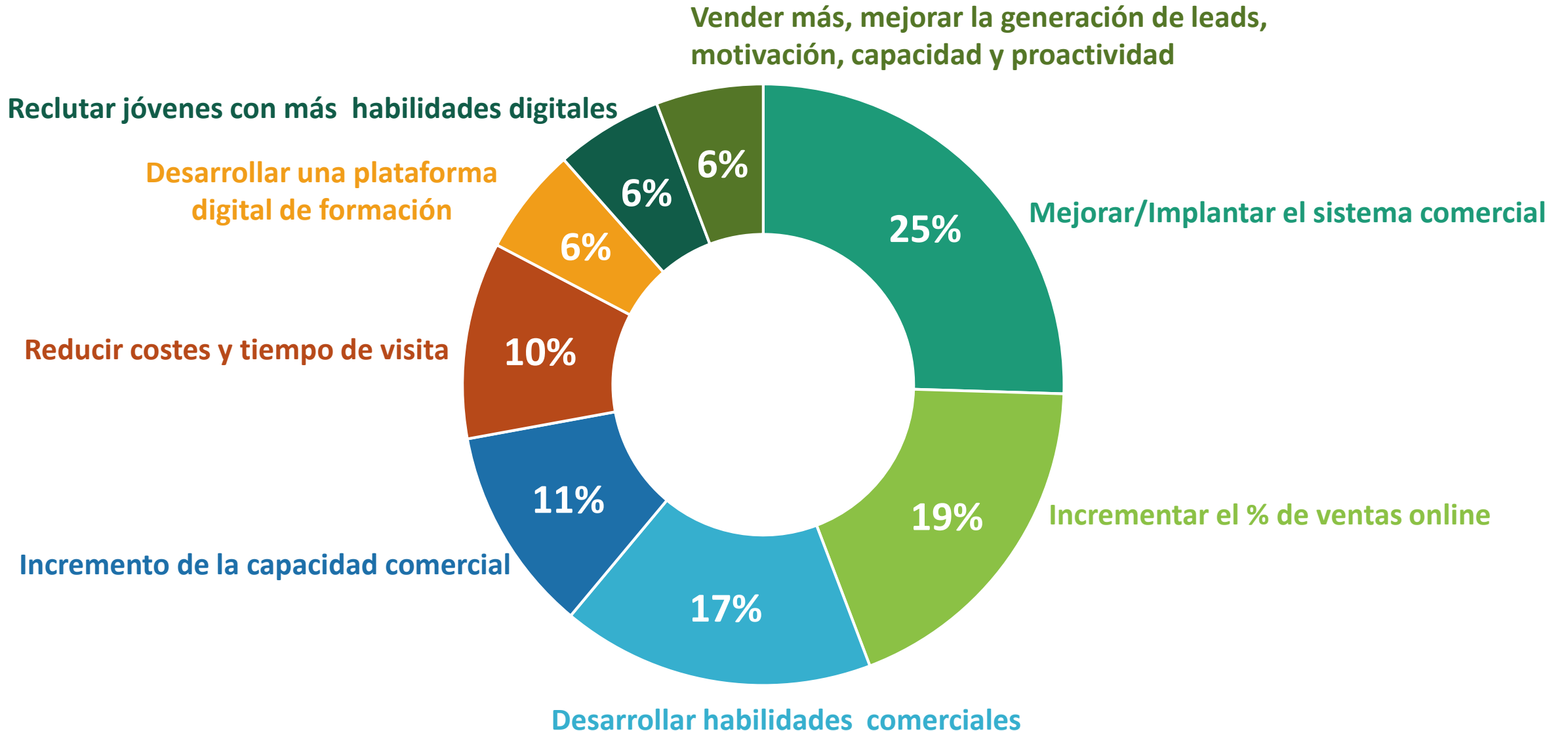
P: % Nuevas reuniones hechas de forma presencial

**El ordenador continúa siendo la herramienta de soporte...**



P: Qué dispositivos usa para registrar/consultar la información del

### 3. Resultados: Preocupaciones y Retos



# 3. Resultados: Grado de Digitalización Sectorial

## Sectores más preparados...

Educación y Formación



8,88%



Informático



7,78%



## Sectores en desarrollo

Construcción



7,22%



Servicios



6,11%



## Sectores en el furgón de cola

Industrial y Energético



5,00%



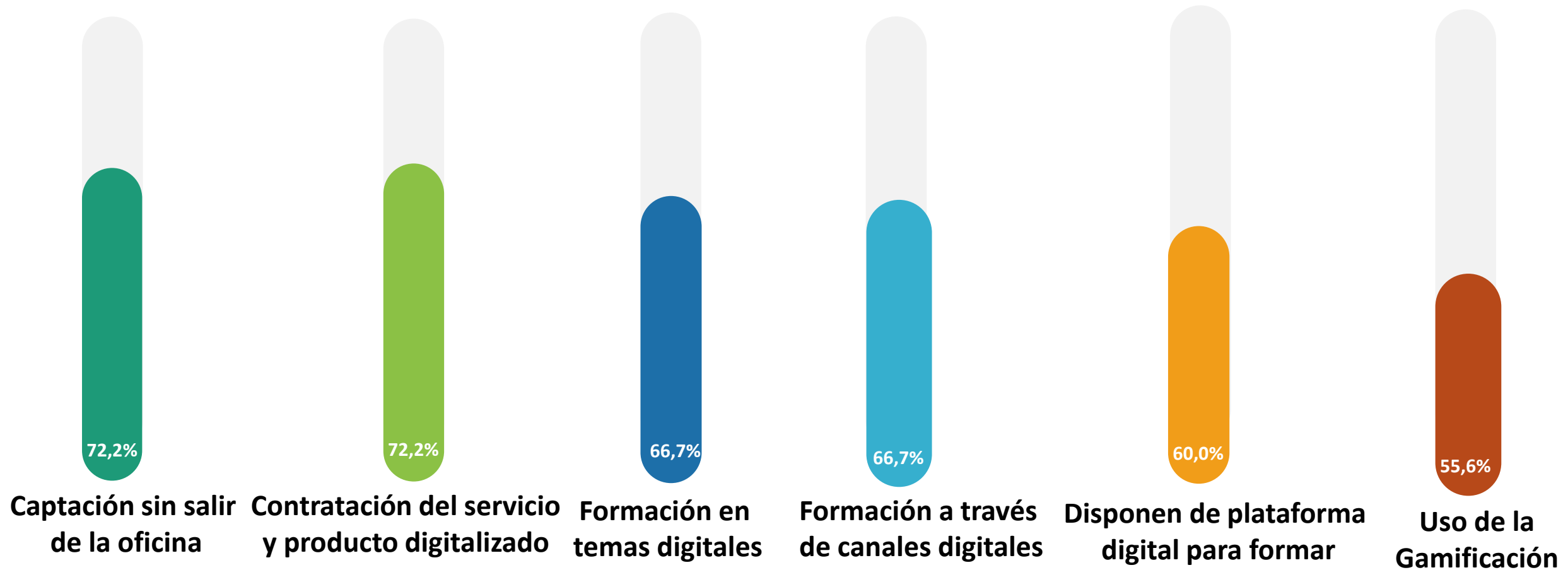
Retail y Consumo



4,44%



### 3. Resultados: Avances en las Actuaciones



# 3. Resultados: Mapa de la Situación

	Educación y Formación	Informático	Construcción	Servicios	Industrial y Energético	Retail y Consumo
Formación en temas digitales						
Uso de la Gamificación						
Captación sin salir de la oficina						
Formación a través de canales digitales						
Contratación servicio o producto digitalizado						
Tienen plataforma Digital para formar						

## 4. Conclusiones



### EQUIPOS COMERCIALES

Contratar perfiles comerciales con habilidades digitales



### FORMACIÓN DEL EQUIPO

Mejorar la formación digital del equipo

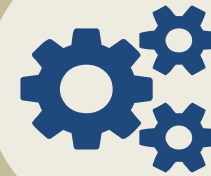
Evolucionar hacia las plataformas digitales e-learning



### PROCEDIMIENTOS

Aprovecharse de las oportunidades de los canales digitales

Mejorar la digitalización de los procesos



### PREOCUPACIONES

Diseñar estrategias para la transformación de las organizaciones

Velar por el desarrollo interno de los equipos



### SALUD DIGITAL

Analizar la situación específica de tu empresa

Diseñar un Plan de Acción Digital