

PROPUESTA COMERCIAL

Nuevos Negocios

Un plan para desarrollar soluciones digitales en el Canal de PYMES: conocer al cliente, hacer propuestas y dar continuidad comercial a Nuevos Negocios.

Propuesta inicial para trabajar con el equipo territorial y los distribuidores.

DEL POTENCIAL A LA PROPUESTA

01 **Cuentas
con motivo**

02 **Necesidades
contrastadas**

03 **Propuestas
con encaje**

Qué queremos conseguir con NN

Queremos aumentar las ventas y la contribución de Nuevos Negocios en el Canal de PYMES. Desarrollaremos distintas familias de soluciones desde las necesidades del cliente, con una figura que mantenga el foco y acompañe al canal.

Foco propio, cercanía al canal y continuidad comercial para desarrollar NN.

01 Una responsabilidad comercial propia



Seleccionar oportunidades con los distribuidores, preparar propuestas, facilitar apoyo especializado y seguir cada operación hasta su puesta en marcha. Su cometido es desarrollar NN.

02 Coordinación con Core



Core y NN comparten canal y relación con el cliente. Coordinar agendas y acompañamientos permitirá dar atención a ambos negocios, con objetivos diferenciados y sin duplicar esfuerzos.

03 Resultados que compensen el esfuerzo



Valoraremos las oportunidades que avanza, los servicios contratados y activados y su contribución al canal y a Vodafone. El posible impulso sobre Core y la permanencia del cliente se medirán por separado.

Qué negocios comprende NN

NN abarca mucho más que ciberseguridad. Agrupamos la oferta digital pública en seis ámbitos para relacionar tecnología y necesidades empresariales; no es una clasificación interna de Vodafone.

Una conversación de
negocio

NN

Distintas
soluciones para
necesidades
concretas.

01 Ciberseguridad y dato



Auditorías, protección de redes y dispositivos, control del acceso a la información y detección y respuesta mediante un SOC: conocer y reducir riesgos para la actividad.

02 Inteligencia artificial



Agentes de voz o chat y asistentes como Copilot para mejorar la atención y el trabajo diario. Concretaremos la tarea, la integración y la supervisión necesarias.

03 Puesto de trabajo



Microsoft 365, Google Workspace y servicios del puesto digital para facilitar colaboración y movilidad, adaptados a los usuarios y a su organización.

04 Gestión del negocio



Fichaje, facturación, firma digital, gestión de clientes y marketing. Partiremos del proceso cotidiano que la empresa necesita simplificar.

05 IoT y soluciones sectoriales



Flotas, seguimiento de equipos y teleasistencia: conectar activos y servicios para resolver necesidades operativas propias de cada sector.

06 Nube y redes avanzadas



Infraestructura para aplicaciones, datos y sedes. Confirmaremos qué soluciones corresponden a NN y cuáles a Core antes de asignar responsabilidades.

Fuentes públicas · 23 SEP 2026: [Oferta digital para pymes](#) [Ciberseguridad](#) [Agentes IA](#)

De dónde partimos y dónde crecer

Partimos de las relaciones del canal con las pymes y de sus recursos de formación, apoyo y selección de cuentas. Proponemos tres vías de crecimiento cuyo potencial contrastaremos con el equipo y con clientes reales.

01

Desarrollar la cartera actual



Combinar cartera inteligente y experiencia del distribuidor. La conversación confirmará necesidades, soluciones actuales, decisores y momento de compra; registrar ese conocimiento permitirá preparar propuestas y apoyo comercial.

02

Captar desde el valor



Abrir la conversación con una mejora concreta: reducir riesgos, ahorrar tiempo o atender mejor al cliente. La propuesta de NN deberá justificar la inversión por su utilidad, no por el descuento.

03

Recuperar oportunidades



Si la decisión se aplaza, conocer el motivo, qué permitiría retomarla y cuándo volver. Una renovación, una nueva prioridad o una ayuda compatible pueden abrir otra oportunidad.

Nuestra hipótesis: conocer mejor la necesidad y el momento del cliente permite elegir mejor dónde actuar. Primero revisaremos la información que ya existe.

Qué priorizamos ahora y por qué

Proponemos un foco inicial destacado en ciberseguridad dentro de un plan para todo NN. Lo contrastaremos con los objetivos del territorio y el potencial de las cuentas, sin excluir otras familias.

01



Ciberseguridad: diagnosticar y resolver

La auditoría permite ordenar prioridades y tiene valor por sí misma. Según la necesidad, puede dar paso a conectividad segura, protección de dispositivos y datos o SOC; no todos los clientes necesitan la misma combinación.

02



IA y otras familias: abrir más conversaciones

Atención mediante IA, productividad y soluciones sectoriales cuando exista una necesidad y una respuesta adecuada. Antes de ofertar, confirmaremos alcance, integraciones, soporte y puesta en marcha.

03



Priorizar con criterio comercial

Elegir cuentas por necesidad confirmada, momento de decisión, encaje, esfuerzo y contribución esperada. Las ayudas pueden facilitar la inversión, pero no sustituyen la necesidad ni garantizan la venta.

Empezar con cuentas y operaciones concretas, aportar apoyo desde el primer día y ajustar el foco con los resultados.

Tres líneas de trabajo para desarrollar NN

Combinaremos conocimiento, señales técnicas e información del mercado para generar oportunidades mejor fundamentadas. Partiremos de la experiencia y los recursos existentes, probando cada línea antes de ampliar su alcance.

01



Formación para conectar necesidades y soluciones

Reforzar fundamentos que ayuden a entender el negocio del cliente y a formular preguntas útiles. Esa base facilita asimilar los productos de NN, con apoyo adaptado a la experiencia de cada persona.

02

Telemetría para abrir conversaciones de valor



Explorar señales de la red y los medios técnicos. Antes de usarlas, validar con los equipos técnicos y Legal la finalidad, los permisos, la calidad y el esfuerzo; separar ruido, indicios e incidentes.

03

Información para escuchar al mercado



Conservar de forma sencilla lo que aprendemos sobre necesidades, soluciones y condiciones para avanzar. Aunque no haya venta inmediata, debe servir para preparar propuestas, campañas y apoyo útil al comercial.

En cada línea: una hipótesis, una prueba acotada, un responsable y un resultado verificable.

Cualificar y medir para saber dónde actuar

La selección de cuentas indica dónde conversar; la cualificación permite comprender qué necesita cada empresa. En captación habrá que abrir la relación y en fidelización partiremos de una existente. En ambos casos, proponemos desde necesidades contrastadas.

01



Comprender antes de proponer

Conocer cómo trabaja la empresa, qué utiliza, qué quiere mejorar, quién decide y cuándo podría actuar. Relacionar esa necesidad con una solución de NN permite preparar una oferta con sentido.



02



Dar visibilidad a lo que ocurre

Registrar cuentas contactadas y cualificadas, necesidades, propuestas y motivos de avance o aplazamiento. Separaremos actividad, conocimiento y resultado: una visita no equivale a un cliente nuevo ni a una oportunidad.



03



Convertir la información en apoyo

Distribuidor y equipos autorizados de Vodafone podrán decidir dónde aportar un especialista, mejorar la propuesta o ayudar a avanzar. Compartiremos lo relevante mediante los sistemas acordados, sin duplicar el trabajo.

Medir para saber dónde estamos y qué apoyo puede cambiar el resultado, no para acumular registros.

El conocimiento del cliente, un recurso compartido

Los comerciales ya generan conocimiento valioso en su relación con las empresas. Queremos facilitar que ese conocimiento llegue también a quienes apoyan al canal y vuelva convertido en mejores propuestas y oportunidades.

01



Qué merece recogerse

Definir los datos que ayudan a decidir qué ofrecer, a quién y cuándo. Una base común y detalles por familia, con fecha y origen, distinguiendo lo confirmado de lo pendiente.

02



Cómo facilitar el registro

Revisar lo que ya existe y completar solo lo relevante dentro del trabajo habitual. Reutilizar datos, evitar duplicidades y acordar quién los mantiene actualizados y quién puede consultarlos.

03



Qué recibe el comercial

Ayuda especializada, ofertas mejor preparadas, prioridades claras y campañas sobre necesidades conocidas. Probaremos tanto la utilidad del circuito como el esfuerzo de mantenerlo.

El reporting es el medio; el objetivo es un conocimiento compartido que facilite la siguiente actuación comercial.

Reactivar oportunidades con un motivo concreto

Una propuesta que no prospera puede dejar una necesidad conocida y una condición para volver a hablar. Conservar esa información permite actuar cuando cambien las circunstancias, con un motivo nuevo y una propuesta pertinente.

Necesidad conocida + motivo para volver: una base útil para trabajar ayudas sin esperar a ellas para vender.

01

Comprender la decisión



Identificar si el freno es presupuesto, calendario, alcance, una solución vigente u otra prioridad. Si procede continuar, acordar qué tendría que cambiar y cuándo retomar el contacto.

02

Confirmar una razón para volver



Una renovación, una nueva necesidad, presupuesto o una ayuda compatible pueden reabrir la conversación. Comprobaremos que el interés sigue vigente, sin mantener artificialmente abierta una operación perdida.

03

Activar una campaña concreta



Cuando aparezca una convocatoria, seleccionar clientes con necesidades conocidas, comprobar requisitos y actualizar alcance y coste. La información recogida permite personalizar la propuesta y preparar la documentación.

Cinco líneas de NN para orientar la actividad

Una referencia anual por comercial con cartera, abierta a la especialización y a las necesidades de sus clientes. Ajusta las cantidades para explorar cómo cambia el valor conjunto y la actividad necesaria.

Solución NN		Contratos / año	Valor del primer año
01	Auditorías 1.600 € por auditoría · supuesto de trabajo	4	6.400 €
02	Conectividad aumentada 100 €/mes por sede × 12 · supuesto de configuración	4	4.800 €
03	SOC 34 €/mes por sede + 20 dispositivos × 5 €/mes; sin protección base	2	3.216 €
04	IAgente 565 € de alta + 169 €/mes × 12 · referencia pública	2	5.186 €
05	Otras soluciones de ciber Protección de dispositivos, datos y otras necesidades de ciber. Configuración según cada proyecto.	—	3.000 €

REFERENCIA ANUAL

12

contrataciones en las líneas 01–04

1

de media al mes en las líneas 01–04

22.602 €

valor estimado conjunto de las cinco líneas · primeros 12 meses por contrato

Referencias de configuración sin IVA, no tarifas acordadas con el canal. El valor del primer año no equivale a margen ni al cobro en el año natural. SOC requiere protección base compatible, no incluida en su línea.

Referencias públicas · 23 SEP 2026: [IAgente](#) [SOC](#) Comprobar alcance y condiciones al ofertar.

Escenario de trabajo, no previsión aprobada. Las líneas 01–04 suman contrataciones; la 05 se dimensiona en euros hasta concretar sus productos. Una empresa puede contratar varias soluciones.

Trabajar la cartera para sostener ese objetivo

Partimos del objetivo de productos y calculamos hacia atrás los proyectos y propuestas necesarios. La cartera inteligente orienta la selección; la conversación confirma qué necesita el cliente y cuándo puede avanzar.

Cientes en cartera	Cobertura anual (%)	Cierre de propuestas (%)	Líneas 01-04 / proyecto ganado
90	50	20	1

45

clientes únicos a trabajar al año

La cobertura orienta la selección y la cualificación. No convierte automáticamente cada visita en una oferta ni limita el número de seguimientos.



Equivale a 5 propuestas al mes de media.

Una empresa puede tener varios proyectos y un proyecto varias soluciones. Calculamos propuestas desde las contrataciones de las líneas 01-04. La línea 05 puede integrarse en esos proyectos, sin duplicar componentes ni contar dos propuestas por incluir dos soluciones.

Este escenario requiere varios proyectos en algunas cuentas. Contrastaremos esas necesidades al cualificar; la revisión de una oferta mantiene el mismo proyecto.

Cálculo inverso, no previsión de demanda. Cierre = proyectos ganados / propuestas de proyecto de una cohorte comparable, tras observar su maduración. Cierres directos y reactivados se cuentan una sola vez.

Una ayuda puede desbloquear una inversión preparada

Ejemplo: una industria de Euskadi, con una sede y veinte usuarios, necesita diagnosticar su situación y reforzar protección y respuesta. El proyecto se prepara por su utilidad; una ayuda compatible puede facilitar la inversión.

Proyecto ilustrativo · primer año

Auditoría	1.600,00 €
Protección base SDP · 20 usuarios	2.174,40 €
SOC · 1 sede y 20 dispositivos	1.608,00 €
Total sin IVA	5.382,40 €

La protección base se incluye aquí porque el SOC la necesita. No se presupone que todo el paquete sea subvencionable.

Gasto aceptado como elegible (€)

5382,4

Intensidad de la ayuda (%)

60

Ayuda que recibiría el cliente

3.229,44 €

Coste neto tras la ayuda · sin IVA

2.152,96 €

Sobre 5.382,4 € aceptados como elegibles. La aportación incluye la parte no subvencionada y los gastos no admitidos, sin IVA.

El cliente tramita la ayuda y recibe el importe concedido; nosotros aportamos la solución y su documentación técnica. El coste neto no es un descuento en factura: la financiación y el calendario de cobro deben comprobarse. Validar gastos elegibles y requisitos de consultoría de las bases. SOC: condiciones públicas de 24 meses; esta simulación cubre solo el primer año.

[SPRI · programa ↗](#) [Bases BOPV ↗](#) [Protección SDP ↗](#)

SPRI · Ciberseguridad Industrial 2026: hasta el 60 % del gasto elegible, con sus límites y requisitos. Solicitud hasta 23 NOV 2026. La ayuda no está concedida.

Un mapa territorial para activar cartera

Las convocatorias permiten preparar campañas sobre necesidades conocidas. Antes de contactar, confirmaremos empresa, proyecto, gastos y calendario. Las líneas cerradas sirven para planificar, no como financiación disponible.

TERRITORIO	LÍNEA QUE ORIENTA LA CAMPAÑA	SOLICITUD / LECTURA COMERCIAL
Euskadi	SPRI · Ciberseguridad Industrial	Hasta 23 NOV 2026 60 % · máx. 100.000 €
Navarra	Fomento de la Empresa Digital	Hasta 06 NOV 2026 Proyecto ejecutado y pagado
La Rioja	ADER · Cheque de digitalización	Hasta 12 FEB 2027 70 % en ciber · gastos hasta DIC 2026
Castilla y León	Cámara León · Pyme Cibersegura	Plazo hasta 30 SEP 2026 60 % · confirmar disponibilidad
Galicia	Pyme Cibersegura · A Coruña / Tui	15 OCT / 30 NOV 2026 Confirmar plazas y condiciones
Asturias	SEKUENS · Cheques de innovación	Cerrada · 30 ABR 2026 Consultoría ciber · preparar cartera
Cantabria	SODERCAN · CIBERREG, 2.ª edición	Hasta 02 OCT 2026 50 % · máx. 20.000 € · pagado

También en el detalle: las tres diputaciones vascas, línea regional de Castilla y León e IGAPE.

[Consultar inventario y fuentes ↗](#)

Revisión: 23 SEP 2026. Plazo vigente no equivale a fondos disponibles ni a concesión. Confirmar antes de ofertar.

IA aplicada: otra vía para preparar proyectos

Las necesidades de atención y productividad abren proyectos de IA. Distinguiremos ayudas específicas, programas de digitalización y acompañamiento público: no ofrecen la misma cobertura ni admiten cualquier solución.

Euskadi IA 2026 · SPRI 60 % · máximo 100.000 €. Proyectos de IA en industria y servicios conexos; validar alcance y gasto. Fuente oficial ↗ Hasta 02 NOV 2026	Navarra Fomento de la Empresa Digital Vía de digitalización para proyectos compatibles. No todos los gastos recurrentes o licencias son elegibles. Fuente oficial ↗ Hasta 06 NOV 2026
La Rioja Cheque de digitalización · ADER Línea TIC, no ayuda específica a IAgente. Comprobar categoría, gastos y encaje de la aplicación de IA. Fuente oficial ↗ Hasta 12 FEB 2027	Castilla y León Industria 4.0 · 2026 Digitalización industrial que contempla IA. Ruta para proyectos industriales, no para toda compra de software. Fuente oficial ↗ Revisar plazo y encaje
Galicia IA360 · línea B Adopción e implantación de IA en el ámbito previsto por las bases. Referencia para preparar proyectos, sin prometer reedición. Fuente oficial ↗ Convocatoria 2026 cerrada	Asturias Transformación Digital · SEKUENS Transformación industrial y tecnologías habilitadoras. Analizar el caso de uso; no equivale a subvencionar cualquier agente. Fuente oficial ↗ Cerrada · 05 MAY 2026
Cantabria Cantabria Digital · IA Aplicación de IA a la internacionalización. Servicio de apoyo: no lo contabilizamos como subvención para comprar IAgente. Fuente oficial ↗ Acompañamiento especializado	

Cómo proponemos conseguirlo

El escenario se apoya en un trabajo continuo: elegir cuentas, desarrollar capacidades y preparar propuestas con sentido. Esa actividad puede generar ventas directas y proyectos que se reactiven con una ayuda compatible.

01



Trabajar la cartera con criterio

Combinar selección de cuentas y experiencia del comercial. Confirmar una necesidad, explicar qué mejora la solución, qué incluye y qué inversión requiere, tanto en ciber como en IA y otras familias.



02



Facilitar la venta

Conocer a cada equipo para orientar formación, demostraciones y especialistas. Aprovechar herramientas y circuitos existentes para que compartir información facilite preparar ofertas y documentación.



03



Preparar campañas y aprender

Concentrar esfuerzos en proyectos compatibles con cada convocatoria. Aportar propuesta y documentación técnica; el cliente tramita la ayuda. Revisar actividad, servicios contratados y esfuerzo para orientar el siguiente paso.

Valor para el cliente, apoyo útil al comercial y una contribución que compense el esfuerzo del canal y de Vodafone.

Vender valor desde una relación de confianza

La tecnología se entiende mejor desde el negocio del cliente: qué riesgo reduce, qué tarea simplifica o qué atención mejora. La cercanía abre la conversación; comprender la necesidad permite proponer con criterio.

01 Preguntar desde su realidad



En ciber: «¿Qué actividad se vería afectada si no pudierais acceder a vuestros sistemas?». En IA: «¿Qué ocurre con las llamadas cuando estáis ocupados?». Son entradas a la conversación, no diagnósticos.

02 Explicar un beneficio concreto



Una auditoría ordena prioridades; un SOC aporta detección y respuesta en su cobertura; un agente de IA atiende tareas definidas y deriva a personas cuando corresponde. La demostración debe mostrar valor y límites.

03 Acordar el siguiente paso



Concretar qué información falta, quién participa y cuándo revisar la propuesta. Si se aplaza, conservar el motivo y la condición para retomarla, sin presión ni promesas fuera del alcance del servicio.

Venta consultiva y relacional: escuchar, comprender, demostrar y acompañar. El precio importa; el valor da sentido a la inversión.

Conocer a las personas para desarrollar capacidades

Aprovecharemos la formación y la experiencia existentes para que el comercial comprenda la tecnología, pueda probarla y se sienta cómodo relacionándola con sus clientes.

01



Una base común para conversar

Trabajar conceptos, ejemplos y demostraciones antes de profundizar en fichas de producto. Comprender continuidad, datos, automatización y atención ayuda a reconocer necesidades y explicar soluciones.

02



Especialización con el distribuidor

Conocer intereses y experiencia para desarrollar referentes por familia. La media de objetivos no exige idéntica mezcla a todos: el apoyo debe ampliar capacidades sin concentrar siempre las operaciones complejas en las mismas personas.

03



Aprender en oportunidades reales

Combinar materiales breves, acompañamientos y revisión de objeciones. Comprobar su aplicación y atender la barrera concreta: un trámite, una configuración o un incentivo no se resuelven solo con otro curso.

Personas que conocen y valoran lo que ofrecen pueden transmitir ese interés con argumentos propios y confianza.

Dar a NN una presencia continuada en el canal

Una agenda coordinada: una semana con foco en Core y la siguiente en NN, dando atención quincenal a los distribuidores priorizados. Cada encuentro dejará cuentas, apoyos y próximos pasos; el seguimiento continúa entre reuniones.

SEMANA 1

Core

Atender y desarrollar el negocio core

SEMANA 2

Nuevos Negocios

Desarrollar necesidades y propuestas

SEMANA 3

Core

Atender y desarrollar el negocio core

SEMANA 4

Nuevos Negocios

Desarrollar necesidades y propuestas

Seguimiento compartido de las oportunidades, sin esperar al siguiente turno

Presencia y continuidad de NN. Acordaremos el formato presencial o digital según el territorio y la capacidad disponible.

Que la información vuelva convertida en ayuda

El conocimiento que comparte el comercial debe volver convertido en una propuesta mejor preparada, una respuesta especializada o una oportunidad. Facilitaremos ese intercambio dentro de la relación y las formas de trabajo del distribuidor.

01



Un espacio cercano de colaboración

Teams u otro entorno disponible puede reunir consultas, oportunidades, materiales y seguimiento. Acordaremos cómo utilizarlo para que cada comercial encuentre el apoyo adecuado.

02



Más tiempo para el cliente

Plantillas, datos disponibles y automatización pueden agilizar propuestas y seguimiento. Empezaremos por tareas concretas, manteniendo la revisión de alcance, precio y condiciones de cada oferta.

03



Continuidad hasta el uso

Nos apoyaremos en los circuitos de contratación y activación existentes. El acompañamiento ayudará al cliente a conocer los pasos y aprovechar la solución, además de recoger su experiencia y nuevas necesidades.

Tecnología al servicio de las personas: compartir conocimiento, preparar mejor las ofertas y dedicar más tiempo a la relación.

Llegar preparados al sprint de ayudas

Una convocatoria puede reactivar un proyecto con necesidad conocida. Llegaremos con la solución y la documentación preparadas, diferenciando nuestro apoyo técnico-comercial de la tramitación que corresponde al cliente.

NN Y CANAL

Preparamos y orientamos

Confirmamos necesidad y encaje, explicamos la oportunidad y aportamos la auditoría, su informe, la oferta y la memoria técnica que correspondan. Resolvemos dudas sobre nuestra solución y su documentación.

CLIENTE O SU ASESORÍA

Tramita y recibe la ayuda

El cliente presenta y gestiona la solicitud, atiende los trámites y la justificación y recibe la ayuda. Le orientamos sobre lo que debe preparar, sin asumir su expediente ni la decisión de concesión.

01 Preparar

Cartera cualificada y necesidades identificadas.

02 Activar

Convocatoria compatible, interés confirmado y propuesta técnica.

03 Acompañar

Seguimiento comercial del proyecto y apoyo sobre nuestra solución.

La administración decide conforme a las bases. Nuestro compromiso es el apoyo técnico-comercial, no tramitar ni garantizar la ayuda.

Explorar señales técnicas con un circuito validado

Los medios técnicos pueden complementar el análisis de cartera y las conversaciones. Primero comprobaremos qué señales existen, qué permiten concluir y bajo qué condiciones pueden utilizarse.

01



Validar uso y viabilidad

Definir con los equipos técnicos y Legal finalidad, permisos, acceso y coste. Distinguir datos disponibles de capacidades que exijan desarrollo o autorización antes de ponerlas en marcha.



02



Interpretar con rigor

Separar ruido, indicios e incidentes con contexto y confianza. Un puerto o una respuesta aislada no demuestran una intrusión; un posible incidente se atiende primero por el circuito de seguridad.



03



Comprobar la utilidad comercial

Solo una señal contrastada debe abrir una conversación proporcionada. Mediremos falsos positivos, esfuerzo y necesidades confirmadas antes de ampliar la iniciativa.

Proactividad sin falsas alarmas. El resto del plan puede avanzar mientras se valida este circuito.

Cómo pondríamos el plan en marcha

Comenzaremos sobre oportunidades reales con el equipo territorial y los distribuidores. Las cinco líneas orientan la ambición; su reparto y ritmo se acordarán según cartera, capacidades y apoyos.

01

Acordar el foco

Revisar prioridades, oportunidades abiertas y potencial de cartera. Concretar con el distribuidor qué familias trabajar, qué referencia de ventas tiene sentido y qué apoyo aportar.

02

Trabajar oportunidades

Seleccionar cuentas, preparar conversaciones y acompañar cualificación y propuestas. Aprovechar recursos existentes e incorporar ayudas cuando proyecto y convocatoria encajen.

03

Aprender y ampliar

Revisar qué propuestas avanzan y dónde hace falta apoyo. Ajustar especialización y campañas antes de extenderlas a más cuentas o equipos.

Una secuencia de trabajo, no un calendario cerrado. Los objetivos y compromisos se concretarán con el equipo.

Medir para ayudar y decidir dónde actuar

Una revisión útil combina actividad, conocimiento y resultados para decidir dónde aportar apoyo. Acordaremos indicadores que lleven a actuaciones, sin añadir reuniones o registros por sí mismos.

01 Qué estamos aprendiendo



Cuentas trabajadas, necesidades identificadas y propuestas por familia. Esa información debe orientar la siguiente demostración, conversación o intervención de un especialista.

02 Qué ayuda necesita cada oportunidad



Propuestas que avanzan, quedan pendientes o se reactivan, con sus motivos. Observaremos conversión tras su maduración y distinguiremos contratación de activación.

03 Dónde compensa reforzar



Contrastar negocio, dedicación, apoyo y contribución para canal y Vodafone. Ajustar cuentas, mezcla de soluciones y campañas para dar continuidad a lo que funciona.

Un cliente puede tener varios proyectos y un proyecto varias soluciones. Mantendremos esas unidades separadas al medir.

Conocer mejor para desarrollar más negocio

Dar continuidad a NN significa conocer mejor al cliente, ayudar al comercial a explicar el valor y estar preparados cuando haya un motivo para avanzar. Las ayudas refuerzan ese trabajo, pero no lo sustituyen.

Foco, cercanía y continuidad para convertir el potencial de la cartera en negocio.

01 Una ambición concreta



Cinco líneas para dimensionar la actividad, con una combinación adaptada a la cartera y a la especialización de las personas.

02 Un método comercial



Seleccionar, cualificar, proponer por valor y aprovechar lo aprendido. Formación, cercanía y apoyo convierten conocimiento en oportunidades.

03 Un plan con el canal



Empezar con cuentas concretas, acompañar y revisar lo que ocurre. Preparar nuevas campañas sobre necesidades que ya conocemos.