GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

SDRs a remoto para un Saas

Actualidad Empresarial | 16/11/2023 | 00:00

Los SDRs son una pieza fundamental en el equipo de ventas para generar oportunidades, pero ¿qué necesidad tienen de estar presencialmente en oficina?

Conociendo las bases del SaaS, es suficiente para que puedan prospectar e identificar oportunidades que terminarán siendo derivadas a un Account Executive que desarrollará una conversación más avanzada.

SDR, ¿a remoto o presencial?

La única ventaja de tener un SDR presencial en oficina es que se respirará más el producto que si se encuentra a remoto. Aun así, es una de las posiciones que menos necesidad tiene de hacer una inmersión completa en las complejidades del funcionamiento del software en sí, dado que por la naturaleza del puesto, las oportunidades las desarrollará un Account Executive. Lo único relevante, termina siendo la actividad que ofrece el SDR, ya sea medido en oportunidades o contactos generados.

Externalizar el equipo de SDRs

Se elige a Otomatico como solución ejemplar porque garantizan una actividad mes a mes y evitan los dolores de cabeza principales: procesos de selección de SDRs, semanas de formaciones sin garantía de éxito y cero dedicación al management de SDR. El único foco es ofrecer un flujo continuo de oportunidades B2B.

Cuánto cuesta externalizar un SDR para un SaaS

En resumidas cuentas, tomando como ejemplo la empresa Otomatico el precio de externalizar es de 30 % – 40 % inferior al de contratar en interno, y si a esto se le suma el coste de las horas dedicadas a encontrar al candidato adecuado, supervisión del SDR y trainings, el ahorro es superior al 50 %.

Actividad garantizada

Se obtiene una actividad garantizada mes a mes al externalizar el servicio con una empresa externa, ese es el servicio que el cliente paga por lo que tiene la oportunidad de exigir la

actividad contratada. Teóricamente, los SDRs contratados en interno con sus objetivos cumplen con una actividad mensual, pero en la práctica es bien conocido que la disciplina y constancia de cada SDR es distinta mes a mes y el resultado final es insuficiente pipeline generado para los objetivos que el Head of Sales había planificado.

Pipeline constante, sin excusas.

Prepararse para la siguiente excusa de un SDR para no alcanzar los objetivos, un mes más en el que no se ha alcanzado la actividad calculada necesaria para que el equipo de ventas llegue a su objetivo. Por supuesto, que 1 de cada 6 SDRs contratados ofrece la constancia necesaria para alcanzar objetivos, pero la cruda realidad es que son excepciones las que ofrecen un pipeline constante, sin excusas y con altos niveles de motivación. Al externalizar un SDR a remoto se está contratando un servicio para obtener constancia y, por tanto, nuevo pipeline sin pausa y sin excusas.

Antes de externalizar la prospección a remoto

Si bien, al contratar una solución externa de SDR obtienes flexibilidad, siempre se recomienda prestar atención a ciertos aspectos relacionados con la externalización. En primer lugar, se le debe entregar información clara y precisa respecto al Ideal Customer Profile, cabe recordar que al externalizar una persona buscará e identificará clientes potenciales ideales según las instrucciones indicadas. El perfil de cliente o su segmentación no debe ser ni tan pequeño ni tan amplio para que se pueda generar nuevas oportunidades mes a mes durante años.

Si ya se han realizado tareas de prospección anteriormente, es necesario explicar qué canales se han utilizado para obtener los datos, cuáles han funcionado y cuáles no y la experiencia obtenida al realizar el primer contacto con dichas empresas. ¿Cuál es la fórmula para generar interés a nuestro cliente ideal?

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/222852-sdrs-a-remoto-para-un-saas.htm