

CRM

Libro Blanco

COMPARACIÓN

Odoo vs Salesforce

odoo

salesforce



2024

Tabla de Contenido

Descripción general

Introducción	4
Descripción general de CRM.....	5
Beneficios de utilizar el Software CRM.....	5
Análisis de Mercado de Software CRM.....	9

Odoo frente a Salesforce

Antecedentes	12
Comparación de precios.....	14

Características

Almacenamiento de información.....	18
Gestión de tareas	19
Gestión de equipos	19
Comunicación con el cliente.....	20
Generación de leads.....	21
Ventas	21
Informes.....	22
Configuración.....	23
Integraciones	24
Usabilidad.....	24

Interfaz de usuario

Embudo Kanban	26
Página de oportunidades	27
Informe de embudo de ventas.....	28
Google Trends	29

Conclusión	31
-------------------------	----

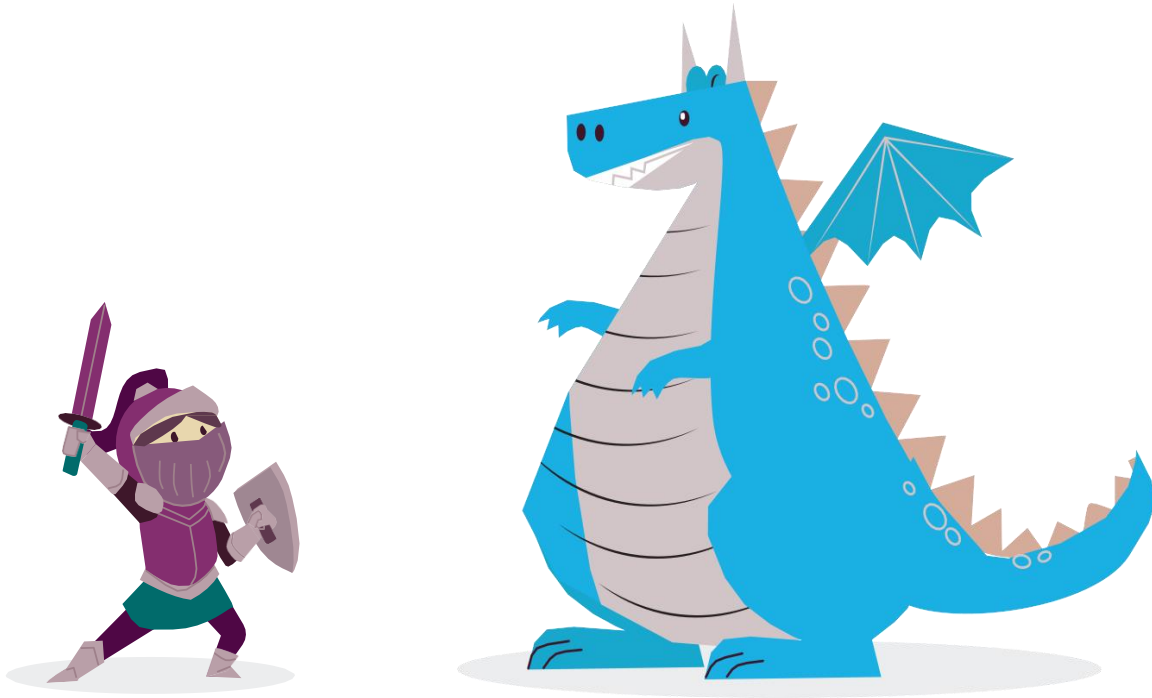
Referencias	32
--------------------------	----



Descripción General

Introducción

En el amplio mundo de gestión de relaciones con el cliente (CRM), cómo se compara Odoo con el gigante de CRM, Salesforce?



Ambas empresas de software han experimentado un aumento constante de usuarios desde sus inicios, a medida que cada vez más empresas se han dado cuenta de los beneficios de gestionar sus operaciones relacionadas con los clientes utilizando plataformas de software. Si bien Salesforce es una empresa más antigua y más grande en general, con un crecimiento de ingresos anual promedio de alrededor del 27 % desde 2013 [1], Odoo, al ser una empresa más nueva y menos conocida, ha mantenido un crecimiento constante de ingresos superior al 50 % en los últimos diez años [2]. El rápido crecimiento de ambas empresas puede atribuirse a la creciente popularidad del software SaaS, que incluye el uso de CRM.

El software CRM proporciona una base de datos centralizada para la información del cliente, lo que facilita la colaboración de los equipos y garantiza que los datos y la información de los informes sean precisos. También proporciona herramientas especializadas para la automatización de tareas, la generación y el fomento de clientes potenciales para ayudar a los vendedores a encontrar y retener clientes, lo que contribuye a que los equipos de ventas sean más productivos en general.

Disponer de un software de gestión de clientes eficaz también es clave para ofrecer un excelente servicio al cliente. Hoy en día, los clientes se preocupan más que nunca por la capacidad de una empresa para brindar una experiencia de ventas positiva y satisfacer todas sus necesidades de manera oportuna.

Dado que el servicio al cliente es cada vez más importante y el software CRM se vuelve cada vez más relevante para que las empresas organicen eficazmente los datos de sus clientes y los flujos de trabajo de ventas, surge la pregunta: ¿qué software CRM debería elegir para su negocio?

Dos opciones, Odoo y Salesforce, comparten muchas de las mismas capacidades de CRM, incluido alojamiento y almacenamiento en la nube, gestión de tareas y equipos, canales de comunicación de equipos y clientes (incluidas integraciones de correo electrónico), integración de software de ventas, herramientas de generación de leads y datos automatizados, y análisis.

Todas las capacidades de CRM de Odoo están incluidas en la edición Standard, mientras que algunas de las capacidades correspondientes de Salesforce requieren una actualización (de la edición Professional a Enterprise) u otros complementos. En general, si bien ambas empresas ofrecen potentes soluciones CRM, la estructura de precios de Odoo es más asequible, lo que la hace más accesible para las PYMES.

Además, Odoo es un planificador de recursos empresariales (ERP), lo que significa que ofrece capacidades integradas más allá del alcance de una aplicación de un-solo-uso, como un CRM.

CRM Descripción General

Definición de CRM

La gestión de relaciones con los clientes (CRM o Customer Relationship Management) se refiere a las prácticas que utilizan las empresas para gestionar los datos de los clientes y manejar las interacciones con los clientes actuales y potenciales. "CRM" se usa comúnmente en referencia a *CRM software*—tecnología que ayuda a las empresas a organizar y analizar la información de los clientes, comunicarse con colegas y clientes, y gestionar flujos de trabajo de ventas, todo con el fin de fomentar mejores relaciones con los clientes.

El software CRM rastrea cada interacción que una empresa tiene con un cliente (desde clics en anuncios y visitas al sitio web hasta llamadas telefónicas con vendedores) y pone esta información a disposición de los empleados, brindando a las empresas una información completa con una vista de 360-grados de la historia del cliente y permitiéndole brindar un servicio informado, personalizado e integral. El software CRM también sirve como plataforma para colaborar eficazmente con colegas utilizando información compartida e incluso proporciona herramientas de automatización para ayudar a los vendedores a realizar el trabajo más rápido.

Beneficios de utilizar el software CRM

Información Centralizada

El software CRM proporciona una base de datos centralizada para la información del cliente. Todos los miembros de la empresa que tratan con clientes pueden acceder a la misma base de datos y actualizar la información en la base de datos según sea necesario. Los datos se organizan en el CRM para que a los usuarios les resulte más fácil encontrar, agregar o editar información.

Cada empleado que utiliza una base de datos con registros de clientes sincronizados hace que la empresa sea menos propensa a discrepancias entre una interacción con el cliente y otra. Las empresas pueden evitar costosos despidos como, por ejemplo, que varios vendedores contacten al mismo cliente potencial.

“Los CRM automáticamente organizan datos, comparten interacciones del cliente, y minimizan el riesgo de duplicación de trabajo”

Cuando varios empleados trabajan con un solo cliente, los empleados comparten un registro unificado de cada interacción entre el cliente y la empresa, incluidos correos electrónicos y seguimientos automatizados. Esto permite que cada empleado brinde un servicio informado sin depender de clientes o colegas para explicar o repetir información. Además, el trabajo puede continuar incluso si un empleado está ausente.

Debido a que los datos se organizan automáticamente, las interacciones con los clientes se comparten y el riesgo de duplicación de trabajo se minimiza mediante el uso de un CRM, es posible obtener un mejor servicio al cliente. Esto contribuye directamente a más ventas (en volumen general), mayores valores promedio de los pedidos (a través de ventas adicionales y compras repetidas de los clientes) y un mayor valor de vida del cliente (CLV o Customer Lifetime Value).

Además, la mayoría del software CRM también organiza la información en informes para ayudar a las empresas a analizar el desempeño de las ventas y el marketing. Las herramientas de informes de CRM recopilan automáticamente datos de ventas, clientes potenciales y progresión de oportunidades a través de la variedad de experiencias de clientes que una empresa puede ofrecer. Los CRM pueden organizar instantáneamente estos datos en tablas dinámicas, gráficos y hojas de cálculo, y organizar los datos por fecha, ubicación y mucho más. Dado que los datos provienen directamente de la propia base de datos de CRM, se garantiza que serán completos y precisos, y que cada equipo tendrá los mismos datos con los que trabajar. La recopilación y la generación de informes de datos precisos son especialmente útiles en el panorama digital actual, donde la publicidad y los datos de privacidad del usuario se han vuelto cada vez más complejos de rastrear, y la atribución de clientes potenciales a menudo es mixta o falta por completo.

Flujo de trabajo optimizado

Otro gran beneficio de utilizar el software CRM es que automatiza las tareas administrativas, desde el seguimiento de los clientes y la programación de reuniones con colegas hasta el envío de correos electrónicos de confirmación y el registro de correspondencia. Automatizar estas tareas, o hacerlas muy fáciles de realizar, libera tiempo a los empleados para concentrarse en otras tareas y elimina los costos y la burocracia asociados con el trabajo administrativo.

Además, los CRM ahora utilizan inteligencia artificial (IA) para automatizar tareas como la puntuación de clientes potenciales, lo que ayuda a los vendedores a decidir qué clientes potenciales priorizar en función de puntuaciones de probabilidad que se basan en una variedad de factores. Este tipo de automatización inteligente ayuda a las personas a trabajar de forma más rápida e inteligente, ya que las oportunidades que tienen mayores posibilidades de éxito se identifican y aprovechan primero.

"La automatización inteligente ayuda a las personas a trabajar de forma más rápida e informada".

Mejores relaciones con los clientes

El software CRM proporciona herramientas integradas que ayudan a las empresas a encontrar nuevos clientes y fomentar las relaciones existentes. La tecnología de generación de leads encuentra y registra la información de contacto de clientes potenciales para que las empresas puedan convertir esos prospectos en nuevas oportunidades comerciales. Por ejemplo, Odoo genera clientes potenciales a partir de visitas al sitio web de una empresa. A menudo, los CRM también se integran con la tecnología de marketing para realizar un seguimiento de los clientes potenciales de las campañas de marketing e identificar rápidamente prospectos de calidad.

Además de la generación de leads, las plataformas CRM también se crean con herramientas de nutrición de leads - como respuestas automáticas para condiciones específicas que hacen un seguimiento inmediato de los clientes y prospectos si cumplen con ciertos criterios de calificación, o programación de actividades para recordar a los equipos que deben realizar un seguimiento de los clientes potenciales activos. Dependiendo del software en particular, los CRM también pueden proporcionar herramientas para que los vendedores creen y envíen rápidamente cotizaciones, facturas y otros documentos esenciales a los clientes, como plantillas de cotizaciones, borradores de facturas y planes de suscripción.

Al nutrir eficazmente las relaciones con los clientes, las empresas aumentan la satisfacción, la lealtad y el valor de por vida de sus clientes para la empresa.

*“Los CRM se construyen
con herramientas de
generación y nutrición de
leads”.*

Mejores resultados financieros

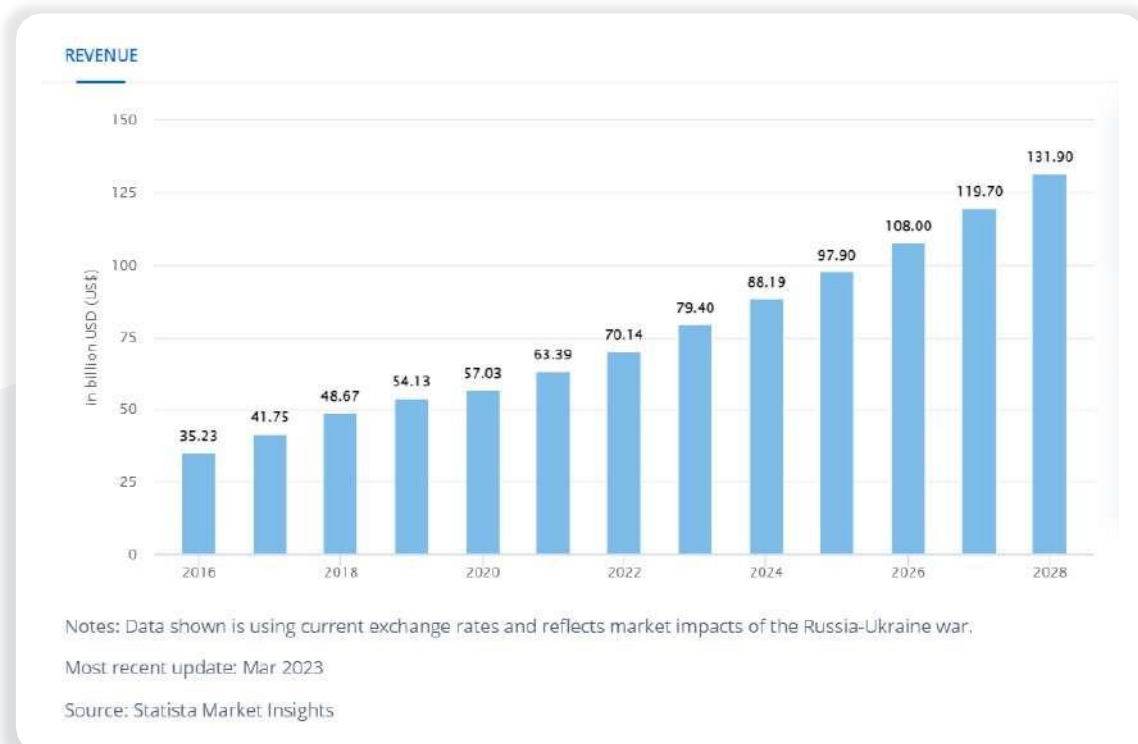
Está estadísticamente demostrado que el software CRM beneficia financieramente a las empresas. En 2014, el retorno de la inversión (ROI) promedio en tecnología CRM fue de \$8,71 por cada dólar gastado [3]. Y este número ciertamente ha aumentado desde entonces con los continuos desarrollos en la tecnología CRM que han hecho que el software sea más robusto y capaz, como análisis integrados y funciones impulsadas por IA [3].

Además, se ha demostrado que las aplicaciones CRM ayudan a las empresas a aumentar las ventas hasta un 29 % y aumentar la productividad de las ventas hasta un 34 % [4]. Con un CRM, los vendedores pueden realizar un seguimiento de cada cliente potencial, llamada programada y personalización del cliente, y las empresas que utilizan sistemas CRM se han beneficiado de un aumento del 17 % en las conversiones de clientes potenciales y un aumento del 16 % en la retención de clientes [5]. Estas empresas también han experimentado una mejora del 21% en la productividad de los empleados individuales [5]. El software CRM a menudo se integra con el correo electrónico, VoIP, aplicaciones de mensajería y otros sistemas de comunicación, y ofrece numerosas funciones de automatización, todas las cuales mejoran la productividad. Por último, el software CRM proporciona una base de datos centralizada y accesible para la información de la empresa, y se ha demostrado que la accesibilidad a los datos acorta el ciclo de ventas en una media del 8 al 14 % [6].

Análisis del mercado de software CRM

Desempeño y pronóstico del mercado

El software CRM es una industria popular y de rápido crecimiento en todo el mundo. El tamaño del mercado global de CRM ha crecido una media del 11,6% anual entre 2017 y 2022 [7]. Se prevé que crezca de 79.400 millones de dólares en 2023 a 131.900 millones de dólares en 2028, a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 10,7% durante el período previsto [8].



Statista: software de gestión de relaciones con el cliente: mundial
<https://www.statista.com/outlook/tmo/software/enterprise-software/customer-relationship-management->

En 2021, se estimó que más del 91% de las empresas con más de 11 empleados utilizaban sistemas CRM [9].

Catalizadores del mercado

Un factor principal que impulsa el aumento constante en la adopción de software CRM es la creciente importancia de la satisfacción del cliente. En 2021, se estimó que más del 65% de los compradores tenían mayores expectativas de servicio al cliente que hace 3 a 5 años [10]. Por ejemplo, el 71% de los clientes espera que una empresa comparta información entre los empleados para que el cliente no tenga que repetirlo [11]. El 78% de los consumidores dijo que un buen servicio al cliente es fundamental para ganarse su negocio y su lealtad, y el 90% dijo que está dispuesto a gastar más dinero en empresas que brinden servicios personalizados al cliente [11]. Dado el aumento de las expectativas de los clientes y los claros beneficios financieros de brindar un buen servicio al cliente, las empresas están priorizando e invirtiendo en su servicio al cliente para crecer y tener éxito a largo plazo. El software CRM es la herramienta clave que ayuda a las empresas a brindar servicios informados y personalizados a sus clientes.

Otro catalizador del mercado de CRM es que las empresas ganan clientes [12]. A medida que las empresas crecen, tienen cada vez más clientes que gestionar y un CRM se vuelve cada vez más vital para almacenar grandes cantidades de información y brindar un servicio al cliente de calidad. El software CRM facilita que las empresas escalen a medida que aumentan su base de clientes.

"El software CRM es la herramienta clave que ayuda a las empresas a brindar servicios informados y personalizados a sus clientes".

Odoo

vs.

Salesforce

Antecedentes

Salesforce es un software CRM de larga historia y el actual líder mundial (por participación de mercado) en el mercado de aplicaciones CRM. Fundada en 1999 en San Francisco, California, con el objetivo de ser "una empresa de Internet de clase mundial para la automatización de la fuerza de ventas", Salesforce rápidamente creció hasta convertirse en una de las empresas líderes del mundo en software de gestión de ventas. La empresa ofrece una serie de aplicaciones integradas denominadas "Nubes" (por ejemplo, Sales Cloud, Marketing Cloud) que ofrecen ciertas funciones según las necesidades de una empresa, así como aplicaciones específicas para integraciones de IA (por ejemplo, Mulesoft, Einstein) y aplicaciones adicionales que funcionan fuera de la plataforma Salesforce (por ejemplo, Slack, Tableau). Salesforce es conocido por su almacenamiento de datos basado en la nube y sus funciones impulsadas por IA.

Comparativamente, Odoo es más pequeño, más nuevo y menos reconocido que Salesforce. Pero Odoo suele ser la opción para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) que desean las ventajas del software de gestión empresarial a un costo asequible. Fundada en 2005 en Valonia, Bélgica, con el objetivo de "liderar el mercado de gestión empresarial con un software de código abierto", Odoo hace que su código de software esté disponible en línea de forma gratuita, lo que facilita a los desarrolladores de software de todo el mundo personalizar su propia plataforma de Odoo y desarrollar aplicaciones de mercado que amplíen las capacidades de Odoo.

“Si bien Salesforce es específicamente un CRM, Odoo es un ERP para gestionar una gama más amplia de necesidades comerciales”.

Odoo también pretende satisfacer una amplia gama de necesidades operativas, no sólo CRM para equipos de ventas. De hecho, Odoo es un software de planificación de recursos empresariales (ERP o Enterprise Resourcing Planning), lo que significa que respalda las necesidades de un negocio *completo*, de modo que todos los departamentos de la empresa puedan utilizar la misma plataforma integrada y extraer de la misma base de datos a través de una variedad de aplicaciones interconectadas. Odoo ofrece más de 50 aplicaciones internas, que incluyen CRM, Ventas, Marketing, Fabricación, Inventario, Contabilidad, Sitio web, Recursos Humanos y mucho más. De esta manera, Odoo va más allá de la vista de 360-grados que brindan los CRM tradicionales para ofrecer una visión aún más completa de todas las operaciones de una empresa.

Entonces, si bien Salesforce específicamente es un CRM, con un enfoque en la gestión de las relaciones con los clientes, las ventas y el marketing en particular, Odoo es un ERP para gestionar una gama más amplia de necesidades comerciales, que incluye un CRM integrado y con todas las funciones. Si bien Salesforce ofrece complementos de CRM populares, como marketing y comercio electrónico, por costos adicionales, Odoo ofrece esas aplicaciones y más (incluso aquellas que no están relacionadas con CRM, como Inventario y Contabilidad) sin costo adicional. En última instancia, Odoo y Salesforce comparten funciones de CRM y opciones de interfaz de usuario similares (con algunas diferencias clave), pero Odoo ofrece capacidades más allá de CRM.

Además, el modelo de negocio de código abierto de Odoo y su estructura de precios accesible lo hacen más asequible que Salesforce.



Comparación de precios

La aplicación Sales Cloud de Salesforce, que es una comparación directa con las aplicaciones CRM y Sales de Odoo, está disponible en 4 ediciones: Starter, Professional, Enterprise y Unlimited.

Starter	Professional	Enterprise	Unlimited
The simple CRM suite with marketing, sales, and service for small teams	Complete CRM for any size team	Deeply customizable sales CRM for your business	The ultimate platform for growth
\$25	\$80	\$165	\$330
USD/user/month* (billed annually)	USD/user/month* (billed annually)	USD/user/month* (billed annually)	USD/user/month* (billed annually)
TRY FOR FREE	TRY FOR FREE	TRY FOR FREE	TRY FOR FREE

Salesforce: Precios de Sales Cloud (a partir del 14/9/2023) <https://www.salesforce.com/editions-pricing/sales-cloud/>



Starter:

- Incluye servicios básicos de CRM, ventas y marketing por correo electrónico.
- Solo para equipos pequeños
- \$25 por usuario, por mes

Professional:

- Incluye una suite CRM más avanzada
- Para equipos de cualquier tamaño
- \$80 por usuario, por mes



Empresa:

- Incluye una versión personalizable del CRM con funciones más automatizadas
- \$165 por usuario, por mes

Unlimited:

- Incluye la suite CRM avanzada con automatización, IA integrada y soporte para desarrolladores
- \$330 por usuario, por mes

Dependiendo de la edición, hay varios complementos internos disponibles para aumentar Sales Cloud por costos mensuales adicionales. Estas incluyen herramientas específicas para CPQ (configuración, precio, cotización), facturación y marketing, así como funciones de inteligencia artificial como Einstein. El precio de estos complementos varía desde unos pocos dólares por usuario al mes hasta miles de dólares al mes.

Por el contrario, Odoo está disponible en 3 ediciones: One App Free, Standard y Custom.

One App Free	Standard	Custom
\$0	\$24.90 US\$ 31.10 *	\$37.40 US\$ 46.70 *
/ user / month	/ user / month	/ user / month
For one app only , unlimited users Odoo Online	All apps Odoo Online	All apps Odoo Online / Odoo.sh** / On-premise Odoo Studio Multi-Company External API

Odoo: Precios (a partir del 14/9/2023) <https://www.odoo.com/pricing-plan>



Una aplicación gratuita:

- Incluye 1 aplicación Odoo gratis, para siempre
- Para usuarios ilimitados
- \$0 por usuario, por mes

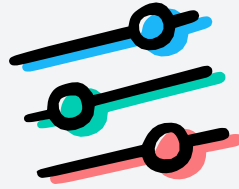
Estándar:

- Incluye todas las aplicaciones internas de Odoo (incluidos CRM y Ventas)
- \$24,90 por usuario, por mes

Custom:

- Incluye todas las aplicaciones internas de Odoo más personalizaciones, múltiples empresas, y API externa
- \$37,40 por usuario, por mes

Odoo incluye cada aplicación con toda su gama de funciones e integraciones en la versión Estándar. Esto incluye todas las integraciones integradas con proveedores externos, como WhatsApp para clientes de mensajería, Stripe para aceptar pagos y FedEx para realizar entregas, así como todas las funciones de automatización e inteligencia artificial o IA.



Comparacion

de características

La siguiente sección compara las características clave de CRM de la edición Odoo Standard (\$24,90/usuario/mes) y la edición Salesforce Professional (\$80/usuario/mes). Esto solo incluye las características de la aplicación CRM de Odoo y las aplicaciones directamente relacionadas con CRM, no aquellas que cubren otras necesidades comerciales que también se incluyen en la edición Estándar de Odoo.

Si bien Odoo y Salesforce comparten muchas de las mismas capacidades de CRM, a Salesforce le faltan una serie de características específicas que Odoo ya ha integrado. A menudo hay opciones para integraciones de terceros que brindan a Salesforce esas capacidades; sin embargo, cada complemento de terceros normalmente viene con un costo separado.

	Odoo	Salesforce
Almacenamiento de información		
Almacenamiento de datos basado en la nube	✓	✓
Base de datos de contactos	✓	✓
Contactos vinculados	✓	✓
Enriquecimiento de contactos	✓*	✗
Lista de clientes	✓	✗
Catálogo de productos	✓	✓
Notas internas	✓	✓
Campos de formulario personalizables	✓	✓

* Se requieren compras dentro de la aplicación

Compras dentro de la aplicación son pequeños costos adicionales asociados con el uso de una característica particular. En el caso del enriquecimiento de contactos en Odoo, al usuario se le cobra una pequeña tarifa (alrededor de \$0,20) por cada enriquecimiento de contactos.

Odoo

Salesforce

Gestión de Tareas

Embudo personalizable	✓	✓
Embudo Kanban	✓	✓
Oportunidades de arrastrar y soltar en Embudo Kanban	✓	✓
Programación de actividades	✓	✓
Activación de actividades	✓	✗
Recordatorios de actividades	✓	✓
Calendario de actividades	✓	✗
Lista de clientes potenciales	✓	✓
Etiquetas de categoría	✓	✗
Etiquetas de prioridad	✓	✗
Puntuación predictiva de clientes potenciales	✓	✓*
Puntuación manual de clientes potenciales	✓	✓

* Se requiere la edición Salesforce Enterprise

Activación de actividades se refiere a la programación automatizada de otra actividad una vez finalizada la inicial. Por ejemplo, después de que una reunión con un cliente se haya marcado como "finalizada", Odoo puede programar automáticamente una actividad en el calendario de un vendedor para enviar una cotización al cliente.

Odoo

Salesforce

Gestión de equipos

Perfiles de vendedores	✓	✓
Equipos de ventas	✓	✓

Odoo**Salesforce**

Gestión de equipos

Pipelines de equipo	✓	✓*
Calendarios de equipo	✓	✗
Disponibilidad para compartir	✓	✗
Asignación de clientes potenciales (automática)	✓	✓
Asignación de clientes potenciales (manual)	✓	✓
Gamificación	✓	✓*

* Se requiere la edición Salesforce Enterprise

Odoo**Salesforce**

Comunicación con el cliente

Historial de conversaciones (charla)	✓	✓
Mensajería directa/chat en vivo	✓	✓* *
Correo electrónico desde la página de oportunidades	✓	✓
Correos electrónicos de confirmación	✓	✓*
Entregar documentos por correo electrónico	✓	✓* *
Plantillas de correo electrónico	✓	✓
Vista previa del documento	✓	✓*
Portal del cliente en línea	✓	✓* *
VoIP	✓	✗
Integración de WhatsApp	✓	✓* *

* Se requiere la edición Salesforce Enterprise

** Se requieren servicios adicionales de Salesforce

Odoo

Salesforce

Generación de leads

Cientes potenciales a partir de visitas al sitio web	✓	✓
Cientes potenciales desde formularios de contacto	✓	✓
Cientes potenciales de anuncios de campaña	✓	✓
Cientes potenciales de correos electrónicos entrantes	✓	✗
Cientes potenciales de registros de eventos	✓	✗
Cientes potenciales desde la cita Reservas	✓	✓* *
Minería de plomo	✓*	✓* *
Enriquecimiento de clientes potenciales	✓	✓

* Se requiere la edición Salesforce Enterprise

** Se requieren servicios adicionales de Salesforce

Compras dentro de la aplicación son pequeños costos adicionales asociados con el uso de una característica particular. En el caso de la minería y enriquecimiento de contactos en Odoo, al usuario se le cobra una pequeña tarifa (alrededor de \$0,20) por cada cliente potencial generado con la minería y cada enriquecimiento de contactos.

Odoo

Salesforce

Ventas

Generador de cotizaciones	✓	✓
Plantillas de cotización	✓	✗
Órdenes de venta de importación/exportación	✓	✓*
Venta adicional y venta cruzada	✓	✓*
Productos opcionales	✓	✓*
Firma electrónica en cotizaciones	✓	✗

* Se requiere la edición Salesforce Enterprise

Odoo

Salesforce

Ventas

Pagos en línea	✓	✓ ^{**}
Gestión de facturas a partir de pedidos de venta	✓	✗
Estado de entrega visible en pedidos	✓	✓ ^{**}
Fechas de entrega programadas	✓	✗
Tarjetas de regalo	✓	✗
Billetera electrónica (e-Wallet)	✓	✗
Cupones	✓	✗
Programas Promocionales	✓	✗
Redondeo de precios	✓	✗
Listas de precios	✓	✓ ^{**}
Múltiples precios por producto	✓	✓ ^{**}

** Se requieren servicios adicionales de Salesforce

Odoo

Salesforce

Informes

Seguimiento de campañas de marketing	✓	✓
Seguimiento de fuentes de clientes potenciales	✓	✓
Razones de oportunidades perdidas	✓	✓
Informes personalizables	✓	✓
Tableros personalizables	✓	✓

Odoo

Salesforce

Informes

KPIs personalizables	✓	✓
Analítica	✓	✓*
Análisis de pedidos y facturación	✓	✓
Informe de pronóstico	✓	✓
Descargar como archivo de Excel	✓	✓
Importar hojas de cálculo	✓	✓
Hojas de cálculo en vivo	✓	✓*
Múltiples opciones de gráficos	✓	✓
Tabla dinámica en múltiples dimensiones	✓	✗

* Se requiere la edición Salesforce Enterprise

Odoo

Salesforce

Configuración

Multiusuario	✓	✓
Diferentes idiomas	✓	✓
Países admitidos	80+	100+
Múltiples monedas	✓	✓
Múltiples impuestos	✓	✗
Diferentes tipos de derechos de acceso	✓*	✓
Acceso API	✓*	✓**

* Se requiere la edición Salesforce Enterprise

** Se requieren servicios adicionales de Salesforce

Odoo**Salesforce****Integraciones**

Aplicaciones internas	50+	10+
Aplicaciones de terceros	10k+	7k+
Gmail	✓	✓
Perspectiva	✓	✓
Amazonas	✓	✓* *
eBay	✓	✓* *
Mensajeros postales (FedEx, DHL, etc.)	✓	✓*
Adquirentes de pago (Stripe, etc.)	✓	✓

* Se requiere la edición Salesforce Enterprise

** Se requieren servicios adicionales de Salesforce

Odoo**Salesforce****Usabilidad**

Interfaz web completa	✓	✓
Aplicación móvil	✓	✓
Aplicación de Android	✓	✓
Aplicación para iPhone	✓	✓

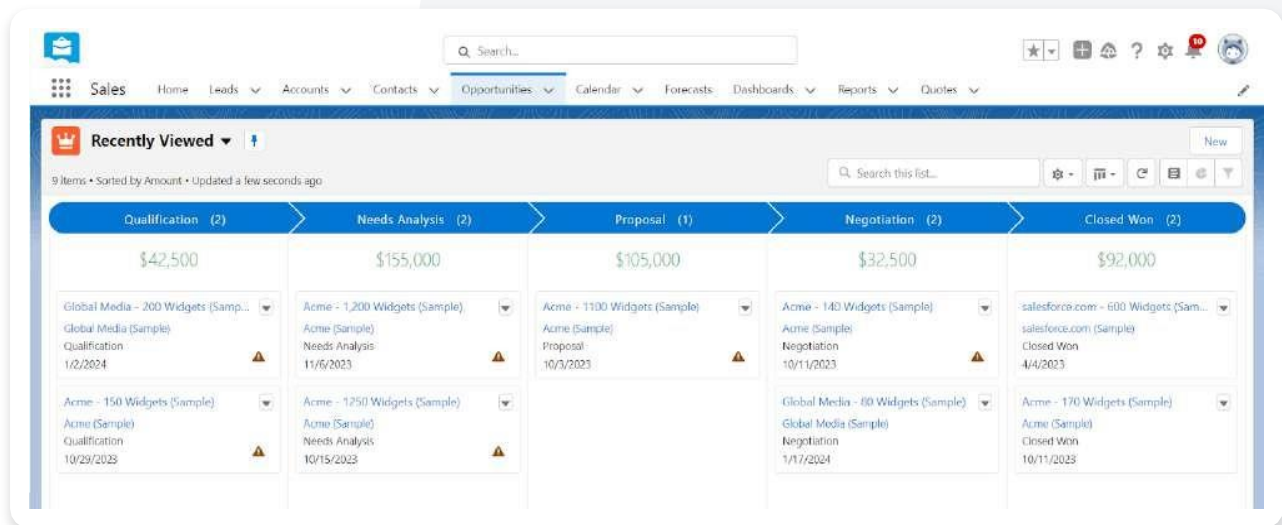


Interfaz de Usuario Usuario

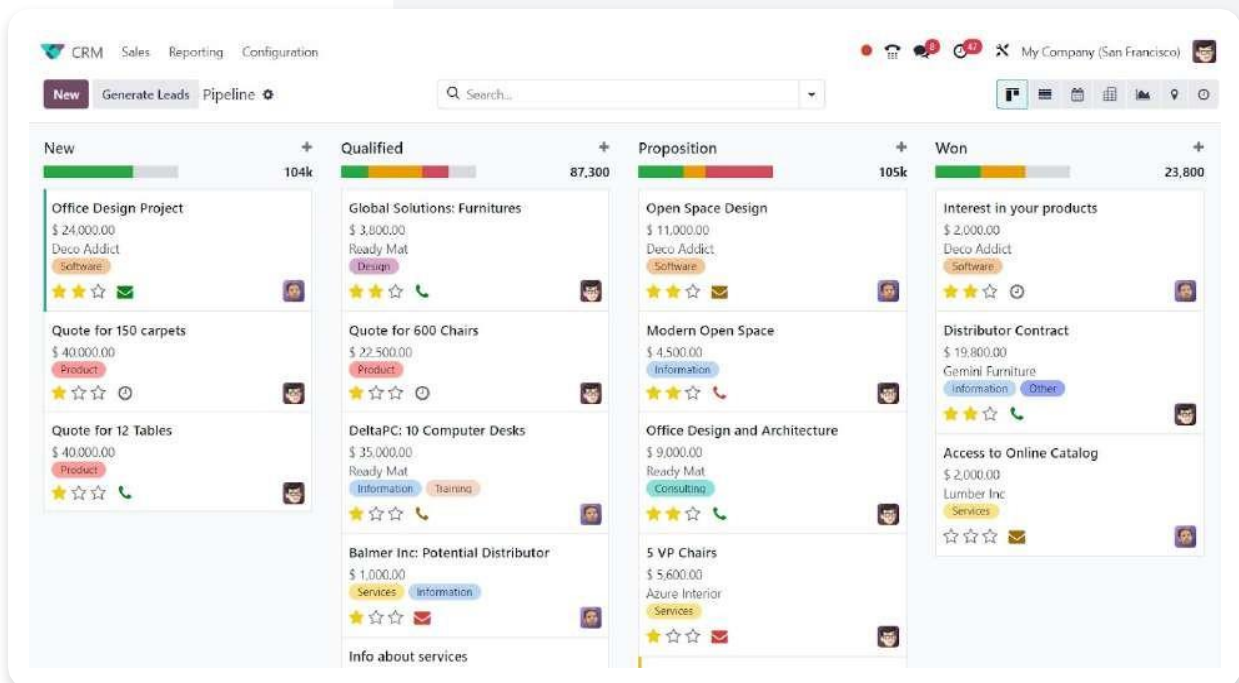
Odoo y Salesforce brindan en gran parte la misma información y opciones en sus respectivas interfaces de usuario (UI o User Interface). Pero mientras Salesforce mantiene un tema predominantemente azul, Odoo usa el color para categorizar y diferenciar la información en la página.

Embudo Kanban

Salesforce

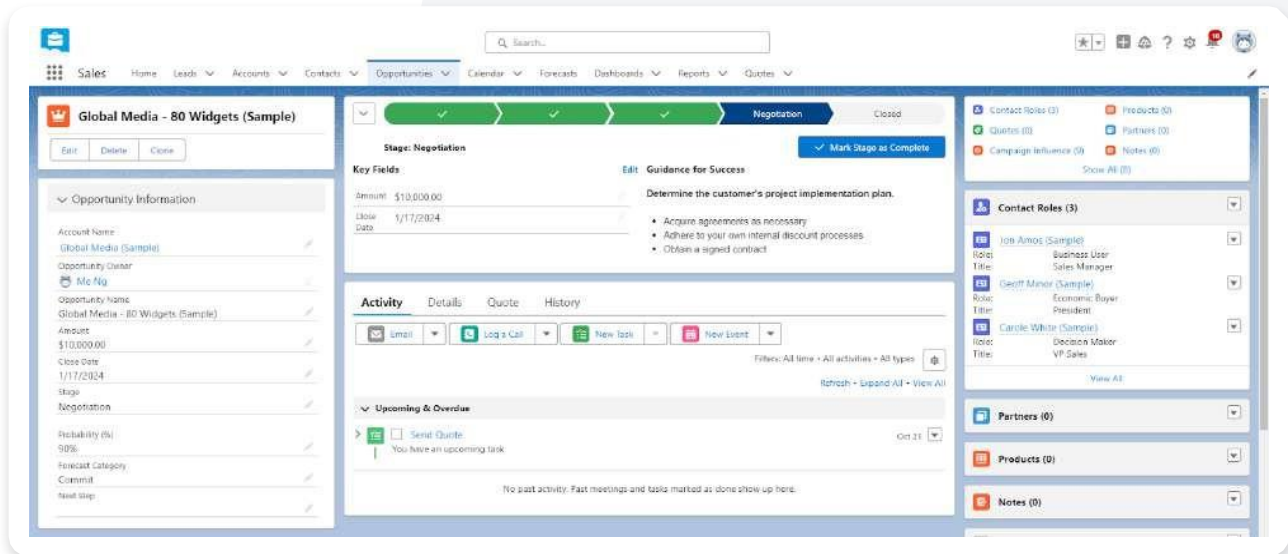


Odoo

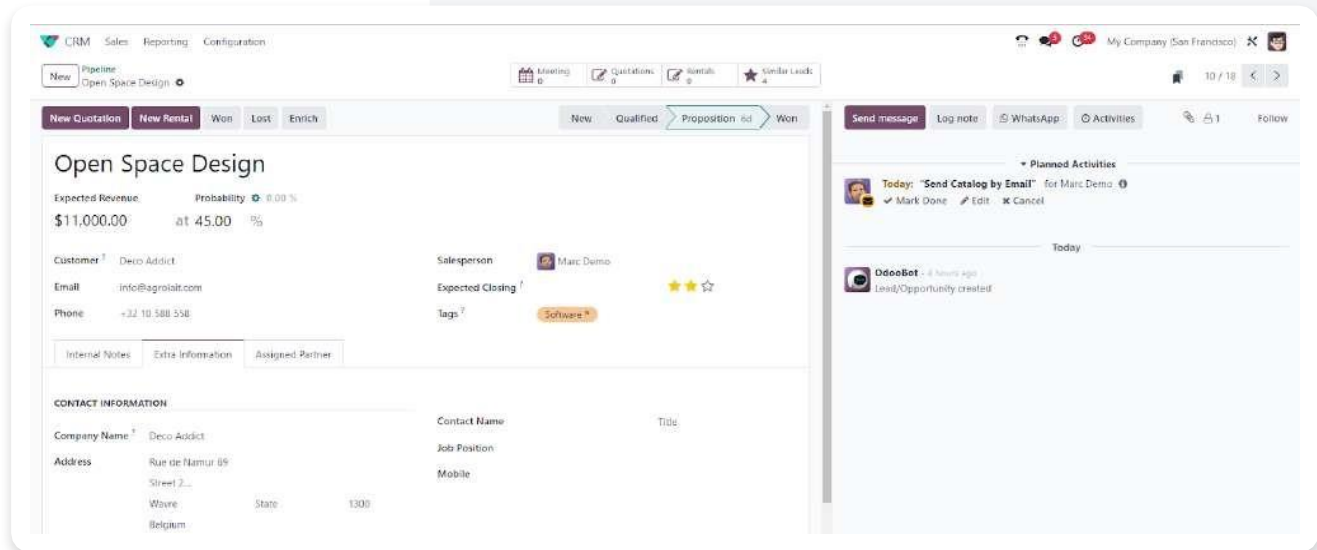


Página de oportunidades

Salesforce

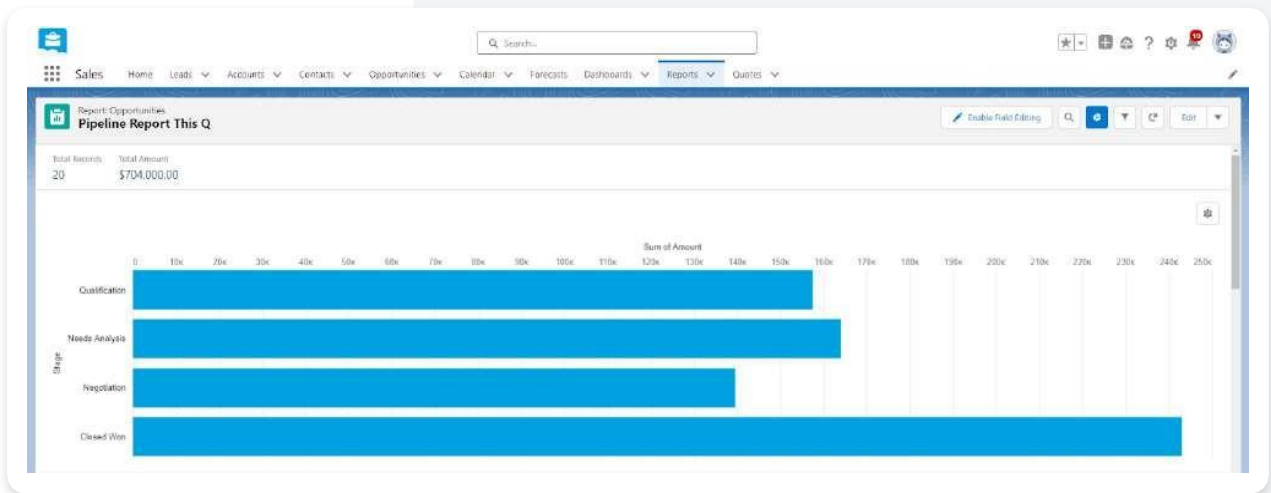


Odoo

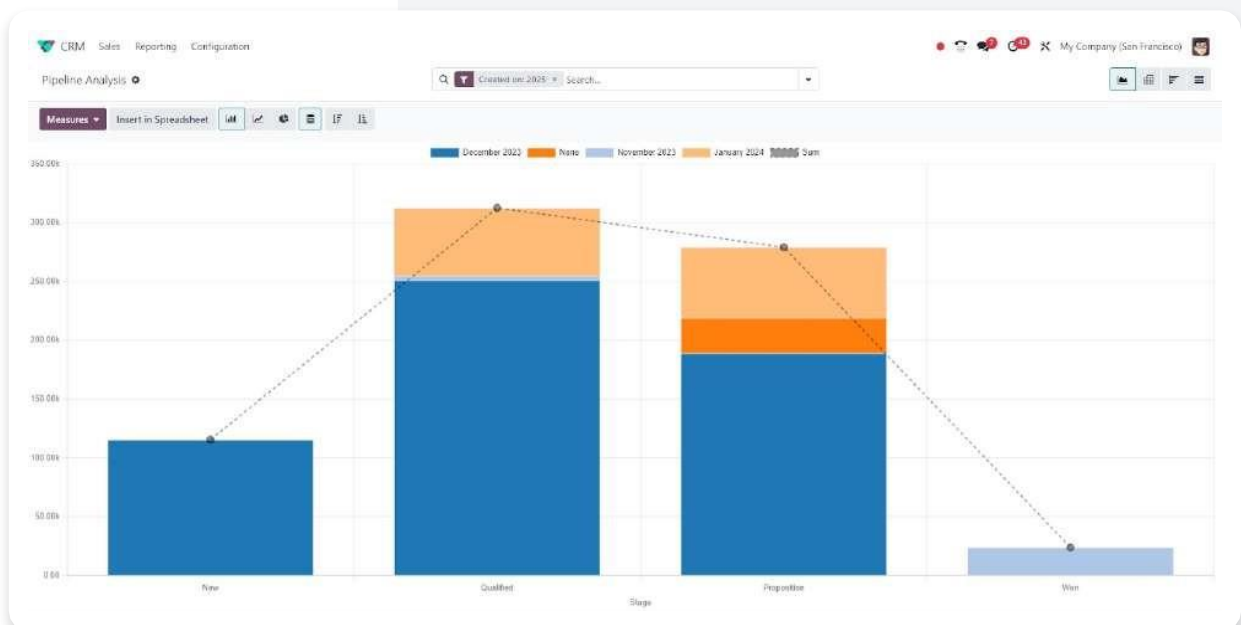


Reporte del embudo de ventas 🌟

Salesforce



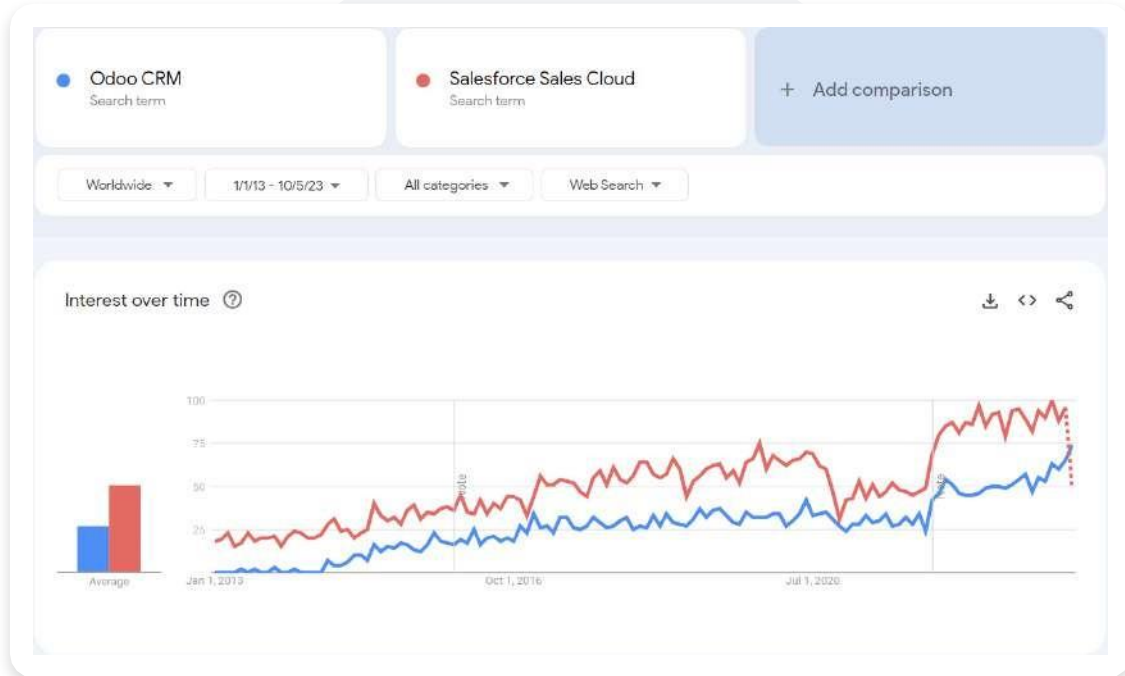
Odoo



Google Trends



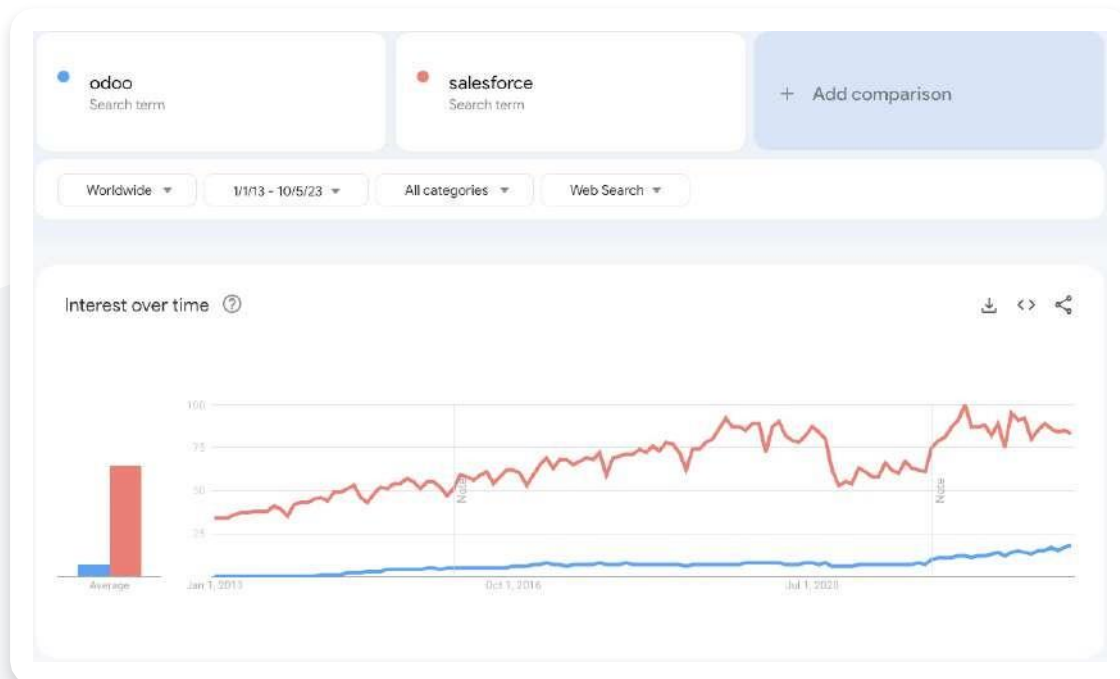
Búsqueda de producto



Google Trends:

<https://trends.google.com/trends/explore?date=2013-01-01%202023-10-05&q=Odoo%20CRM,Salesforce%20Sales%20Cloud>

Búsqueda de Marca



Google Trends:

<https://trends.google.com/trends/explore?date=2013-01-01%202023-10-05&q=odoo,salesforce&hl=en>



Conclusión

Conclusión

El software CRM es una herramienta esencial para cualquier empresa que desee ofrecer una base de datos unificada de ventas y marketing para los equipos de ventas. Está demostrado que ayuda a las empresas a mejorar sus resultados de ventas, como la tasa de conversión de clientes potenciales, junto con otras métricas valiosas que generan ingresos, como la retención de clientes y el valor de vida del cliente. Los sistemas CRM proporcionan una base de datos centralizada para la información, lo que conduce a una mayor retención de clientes porque los equipos más allá del equipo de ventas inicial pueden acceder a información sobre todo el recorrido del cliente, agregarla y beneficiarse de una vista centralizada de todo lo que sucede después de que se haya ganado. Los CRM también impulsan la productividad de los empleados con acciones automatizadas para acelerar el flujo de trabajo, así como herramientas de fomento de clientes potenciales para mantener relaciones personalizadas con los clientes.

A pesar de que Salesforce es el competidor dominante, el espacio para el software CRM sigue siendo un mercado en rápido crecimiento. A medida que el servicio al cliente se vuelve más importante para los compradores, también se vuelve más importante que las empresas prioricen para crecer y retener clientes satisfechos. El software CRM es una herramienta comprobada para ayudar a las empresas a crear flujos de trabajo más fluidos y sencillos para los empleados basados en información compartida de los clientes, lo que da como resultado interacciones positivas con los clientes en cada paso del proceso de ventas. Naturalmente, cada vez más empresas optan por utilizar el software CRM para sus necesidades comerciales diarias.

En cuanto a elegir el CRM adecuado para su empresa, tanto Odoo como Salesforce brindan excelentes herramientas para organizar información, administrar equipos, comunicarse con clientes, encontrar clientes potenciales, realizar ventas y analizar datos. Ambos sistemas de software también tienen un vasto mercado de aplicaciones, complementos e integraciones personalizadas (aunque a menudo conllevan costos adicionales). Desde una perspectiva de CRM, los dos sistemas de software ofrecen capacidades y experiencia de usuario similares, y la estructura de precios de Odoo lo hace más asequible que Salesforce.

Sin embargo, Salesforce es un CRM centrado en las ventas, mientras que Odoo es un ERP. Sin costo adicional, Odoo ofrece capacidades mucho más allá de CRM que funcionan en sincronía con la aplicación CRM. Las empresas pueden realizar un seguimiento al flujo *completo* de sus ventas a través de Odoo, brindando experiencias personalizadas al cliente no solo a través de la venta inicial, sino también a través del pago, soporte, entrega y seguimiento. Las aplicaciones de marketing de Odoo proporcionan métricas sobre qué campañas están impulsando no sólo las ventas sino también relaciones rentables con los clientes, teniendo en cuenta el historial de pagos, las necesidades de soporte y más. Otros departamentos pueden aprovechar esta información, de modo que los equipos de cadena de suministro y desarrollo de productos tomen decisiones basadas en la demanda de los clientes. Odoo CRM también se sincroniza con las aplicaciones de Eventos y Sitio web para generar clientes potenciales a partir de citas en línea, registros de eventos y páginas de contacto del sitio web.

En general, si bien Odoo y Salesforce ofrecen características de CRM similares, las capacidades de Odoo van más allá de CRM para cubrir las operaciones integrales de toda una empresa.

Este documento técnico fue compilado por Odoo Inc. Hicimos todo lo posible para que sea objetivo y justo. Si encuentra un error o falta una característica, infórmelo a growth@mail.odoo.com y actualizaremos este documento. Nuestro objetivo es tener una comparativa continuamente actualizada de los principales competidores para que sea lo más precisa posible

Referencias

- [1] *Ingresos de Salesforce*. Análisis de acciones. <https://stockanalysis.com/stocks/crm/revenue/>.
- [2] (2021, 20 de abril). *Odoo registra un crecimiento imparable*. PRNewswire. <https://www.prnewswire.com/news-releases/odoo-records-unstoppable-growth-301271400.html>.
- [3] (2014, junio). *CRM devuelve \$8,71 por cada dólar gastado*. Nucleus Research. <https://nucleusresearch.com/wp-content/uploads/2018/05/o128-CRM-pays-back-8.71-for-every-dollar-spent.pdf>.
- [4] Howard, Margot. (2023, 21 de agosto). *17 estadísticas de CRM que los profesionales de ventas deben conocer*. Nutshell. <https://www.nutshell.com/blog/crm-stats>.
- [5] Karr, Douglas. (2023, 7 de septiembre). *Estadísticas de CRM: usos, beneficios y desafíos de las plataformas de gestión de relaciones con los clientes*. Martech Zone. [https://martech.zone/crm-statistics/#:~:text=Companies%20that%20use%20CRM%20systems,2027%20\(Fuente%3A%20Adamenfroy\)](https://martech.zone/crm-statistics/#:~:text=Companies%20that%20use%20CRM%20systems,2027%20(Fuente%3A%20Adamenfroy)).
- [6] (2015, 11 de agosto). *La accesibilidad de los datos para los equipos de ventas acorta el ciclo de ventas*. Nucleus Research. <https://nucleusresearch.com/research/single/data-accessibility-for-sales-teams-shortens-the-sales-cycle/>.
- [7] (2023, 15 de noviembre). *Proveedores de sistemas CRM en EE. UU- tamaño del mercado (2005-2029)*. IBIS World. <https://www.ibisworld.com/industry-statistics/market-size/crm-system-providers-united-states/>.
- [8] *Software de gestión de relaciones con el cliente - en todo el mundo*. Statista. <https://www.statista.com/outlook/tmo/software/enterprise-software/customer-relationship-management-software/worldwide>.
- [9] *Tamaño del mercado de gestión de relaciones con el cliente (CRM), participación y análisis de impacto de COVID-19, por componente (software y servicios), por implementación (local y en la nube), por tamaño de empresa (grandes empresas y pymes), por aplicación (marketing y Automatización de ventas, gestión de clientes, generación de leads y retención de clientes, atención al cliente y centro de contacto, análisis de CRM y gestión de redes sociales), por vertical (BFSI, fabricación, TI y telecomunicaciones, venta minorista y bienes de consumo, gobierno, atención sanitaria, transporte y logística, y otros), y Pronósticos Regionales, 2023-2030*. Fortune Business Insights. <https://www.fortunebusinessinsights.com/customer-relationship-management-crm-market-103418>.
- [10] *Informe Netomi Pulse sobre el estado del servicio al cliente en 2021*. Netomi. <https://resources.netomi.com/hubfs/Content%20Library/eBook%20-%20State%20of%20Customer%20Service%20in%202021.pdf>.
- [11] (2023, 30 de mayo). *Estadísticas de Atención al Cliente 2023*. 123 Form Builder. <https://www.123formbuilder.com/blog/customer-service-statistics>.
- [12] (2023, enero). *Informe de mercado global de software CRM 2023*. The Business Research Company. <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/crm-software-global-market-report>.