***Smarketing:* la fórmula que muestra que el éxito de un negocio está en la alineación de sus equipos**

* *Se estima que el 67% de las empresas cuyos equipos están alineados a un mismo objetivo obtienen hasta un 209% de ingresos más altos; la tecnología se ha vuelto crucial para la colaboración.*

Michael Jordan solía decir: "el talento gana partidos, pero el trabajo en equipo y la inteligencia aseguran campeonatos". Es por ello que **la gestión de equipos hoy es crucial para el éxito de cualquier organización**, y el Smarketing (alineación de marketing y ventas), es la mejor prueba de ello: mientras mercadeo se encarga de generar *leads*, los vendedores cierran la mayor cantidad de ventas posible, todo para lograr un mismo objetivo: incrementar el *revenue* de una empresa.

Aunque lograr tales niveles de colaboración no es sencillo: El [75% de estos equipos](https://www.hubspot.es/marketing-statistics) afirma que sus objetivos y prioridades en la empresa no son compatibles. Por tanto, “un buen manager debe asegurarse de potencializar las habilidades de los departamentos de ventas y marketing, coordinando sus funciones y haciéndolos trabajar hacia objetivos compartidos. Para ello es necesario contar con un sistema operativo de trabajo **que permita a los equipos colaborar de manera interfuncional e interdisciplinaria**, y que además facilite la visibilidad de los procesos a cada uno de los involucrados*”*, señala **Carlos Kamimura, director de alianzas en Latinoamérica** en [monday.com](https://monday.com/), la plataforma basada en la nube que permite a todos los equipos crear y conectar las herramientas que necesitan para ejecutar proyectos y procesos en un solo lugar.

El uso de sistemas operativos de trabajo (Work OS) en los equipos puede marcar una enorme diferencia al aplicar esta metodología, pues se [estima](https://lakeonedigital.com/sales-and-marketing-alignment-statistics/) que los equipos perfectamente alineados llegan a cerrar **67% más tratos y obtienen hasta 209% más ingresos**. Con esto en mente, Kamimura destaca 3 claves de esta tecnología que facilitan la colaboración entre los departamentos de ventas y marketing para lograr mejores resultados:

* **Creación y visibilidad de un Acuerdo de Nivel de Servicio (ANS)**

Crear un [Acuerdo de Nivel de Servicios (ANS)](https://blog.hubspot.es/marketing/acuerdo-nivel-de-servicio) es el primer paso hacia una colaboración fluida, transparente y eficaz. Se trata de una guía que define lo que cada equipo se compromete a alcanzar para apoyar el crecimiento del negocio, con lo cual se cristaliza la alineación, funciones, responsabilidades y deberes de cada persona involucrada. Los sistemas operativos de trabajo no solo facilitan la creación de este documentos, sino que lo ponen a la vista de todos.

* **La comunicación y la transparencia como valores principales**

Para muchos especialistas, el mayor desafío del *Smarketing* radica en la colaboración. En este sentido, el uso de tecnología para organizar, planificar y centralizar los flujos de trabajo es fundamental, por lo que el uso de plataformas diseñadas para la colaboración ayudan a las empresas a **personalizar las soluciones que necesitan para almacenar y compartir la información** entre sus equipos, fomentando así una cultura basada en comunicación, transparencia y proactividad en cada célula de la organización.

* **Fomenta la retroalimentación constante**

Por último, la retroalimentación resulta un elemento clave para mejorar de forma continua los procesos y el trabajo alineado, pues permite a los departamentos involucrados compartir y comparar métricas, analíticas y objetivos alcanzados. Por otro lado, las reuniones interdepartamentales de forma habitual, son una buena práctica que ayuda a **fomentar el intercambio de ideas, impresiones, aspectos a mejorar** e incluso el reconocimiento del trabajo bien hecho.

Aunque el futuro del trabajo tiende a ser cada vez más digitalizado, es importante entender que a mayor uso de nuevas herramientas es necesario que las compañías asuman una postura más colaborativa en sus equipos para superar sus objetivos de negocio, y es en este punto donde metodologías como el Smarketing y plataformas como los sistemas operativos de trabajo pueden conjugarse para lograr resultados extraordinarios.