

¡Detonando Ventas!

Efectividad Comercial

POR: BC & IQ Carlos Alberto Ortiz Anzo

Director Comercial de Enfocando Resultados SC

DETONANDO VENTAS, ¿QUÉ TAN EFECTIVO ERES?

El evaluar tu efectividad a lo largo del proceso de la Venta, te permite detectar puntos ciegos y resolver áreas de oportunidad en tu trabajo comercial, dice un viejo adagio que “Para el que no quiere ver, basta con cerrar los ojos”.

Entre muchas cosas los grandes vendedores desarrollan ese gran valor llamado humildad, humildad para escuchar, aprender, mejorar y finalmente Desarrollarse y alcanzar el Éxito en su profesión.

Para poder obtener una solución que en verdad sea útil, el diagnostico debe ser en verdad certero, típicamente los vendedores dan por un hecho que lo que más se dificulta en las ventas es el cierre de ventas, pero ¿será así?, o , ¿es solo un mito más en nuestra jerga comercial? o es una salida fácil cuando las cosas no se dan y los resultados no se alcanzan.

En mi experiencia hay comerciales con tremenda habilidad para la venta telefónica, pero que en la venta personal “face to face” son como peces fuera del agua, de igual forma hay vendedores que en el teléfono dan pena pero que en la venta “face to face” son brillantes, hay también vendedores que son muy hábiles para prospectar pero pierden ritmo al dar seguimiento o al presentar la oferta de valor, finalmente hay quienes prospectan y presentan bien pero les cuesta el manejo de objeciones y dudan al momento de efectuar el cierre.

Esto cobra capital importancia pues este conocimiento es esencial para elegir el programa de capacitación y desarrollo de nuestro personal, es decir ¿qué requerimos desarrollar específicamente para que nuestro vendedor sea exitoso en su profesión? ¿Qué le falta? ¿Cómo le podemos apoyar en su desarrollo? ¿Cómo lo podemos apoyar y “Coachear”?

¿Has evaluado tu Efectividad en el Proceso de la Venta? ¿De qué pie cojeas en el Proceso? ¿Cuáles son Puntos Fuertes y cuáles son tus Débiles? La respuesta a estas preguntas es muy importante para mejorar tus resultados individuales, los resultados de tus agentes y los resultados como equipo de una fuerza de ventas.



“Digamos una vez más que, sencillamente no se puede pensar en términos de eficiencia cuando se trata de personas
Se piensa en términos de efectividad con la gente y de eficiencia con las cosas”

Stephen R. Covey

ESCENARIOS:

1 Quizá lo más práctico y funcional en el corto plazo es seleccionar dependiendo del tipo o "perfil" del cliente al vendedor "adecuado".

Para esto es preciso conocer bien al cliente y conocer mejor a tus agentes, Sin embargo pierdes flexibilidad y limitas el desarrollo de tu equipo de ventas. No se ataca ni resuelve la limitante, pero funciona.

2 Una segunda opción podría ser conjuntar "células de trabajo", en donde cada miembro de la célula aporta su especialidad en el proceso de la venta.

De esta forma los indicadores serán superiores, se manejan especialistas por etapa (abridores, presentadores, cerradores, etc.). Esta opción funciona realmente bien, el nivel de efectividad puede ser realmente extraordinario, pero te quita flexibilidad, crea dependencia y limita el desarrollo de tu equipo comercial.

3 Para mí la mejor solución a mediano y largo plazo es desarrollar al vendedor para que se pueda conducir profesionalmente a lo largo del proceso de la venta y ante todo tipo de cliente, si bien es inobjetable que todos tenemos puntos fuertes, un profesional de las ventas debe conocer y manejar con excelencia "El Proceso de la Venta", mejorando en consecuencia sus indicadores y resultados.

PARADIGMAS...

Mucho muy importante es evaluar y no anticiparse a los hechos, si te conoces realmente bien ya sabes en qué áreas del proceso de la venta eres débil, pero la pregunta es ¿Qué has hecho para mejorar? No basta con saber y detectar, pues sin corregir de poco vale, o quizá al momento de evaluar fríamente tu desempeño los datos "duros" te sorprendan, pues las áreas de oportunidad no son las que esperabas, la métrica es más sencilla y fácil de lo que te imaginas.

¡VAMOS A VER!

ETAPA/AGENTE	José	Pedro	Arturo
Prospección (Número de Prospectos Iniciales)	120	70	180
Conversión	95%	80%	80%
Gestión Telefónica	114	56	144
Conversión	50%	90%	60%
Contacto Inicial	57	50.4	86
Conversión	70%	90%	70%
Oferta de Valor	40	45.36	60
Conversión	70%	30%	95%
Cierre	27.93	13.6	57
Conversión Final del Proceso de Ventas	23.27%	19.44%	31.9%

¿Quién te parece que es Mejor Vendedor?
¿A qué conclusiones podemos llegar?
¿En dónde tú te caes?
¿Qué áreas precisas desarrollar?

CONCLUSIÓN

La pregunta en ventas no es ¿cuánto me pagan?, sino ¿cuánto quiero ganar? Y ¿Qué tan dispuesto y comprometido estoy con mi desarrollo profesional?

Por supuesto que hay políticas e indicadores, pero conociendo tus indicadores, enfocándote en tus fortalezas y trabajando en tus debilidades sin duda tus números mejorarán.

LE INVITAMOS A CONOCER NUESTROS PROGRAMAS DE ENTRENAMIENTO PROFESIONAL PARA DESARROLLO DE EQUIPOS COMERCIALES Y NUESTROS PROGRAMAS DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA EN ÁREAS COMERCIALES, AMBOS ESTÁN RESPALDADOS POR NUESTRA EXPERIENCIA Y POR NUESTRA GARANTÍA MONEY BACK.



ENFOCANDO RESULTADOS CONSULTORES

SOLUCIONES TOTALES EN VENTAS

Acerca del autor

BC & IQ Carlos Alberto Ortiz Anzo

Director Comercial para Enfocando Resultados SC

"Professional Trainings For Professionals"

Soluciones Totales en Ventas

contacto@enfocandoresultados.com

01 800 839 07 51

www.enfocandoresultados.com