

5 claves para una dirección comercial avanzada en tiempos de Covid-19



Financiado por:



0. Consideraciones previas y objetivo.

0. Para situarnos .. 3 bloques.

0. Dirigir para maximizar la probabilidad de ..

0. Necesitamos medir No contar

0. ¿Qué medir?

0. Depende ...

0. Grado de madurez comercial de la empresa

1.1.- Básico: No tienen procesos, venden porque sí. No existe un seguimiento como tal, muy esporádico y atiende a criterio personal de quien dirige.

1.2.- Intermedio: Miden algo, aunque no saben las razones por las que venden, no analizan, se dejan llevar. Normalmente no son constantes en sus seguimientos. Este y el anterior se escudan en "es que lo mío es muy específico".

1.3.- Alto estratégico: Están muy centrados en la parte estratégica, dominan todo a nivel teórico, y hacen aguas a nivel operativo.

1.4.- Alto Estratégico y operativo: Idem al anterior, tan sólo que a nivel operativo tienen bien identificados los momentos de la verdad y miden los resultados que obtienen de las acciones operativas que llevan a cabo.

0. ¿Qué es recomendable?

Del grado de madurez comercial de la empresa:

1.1.- Básico: Comenzar por lo más básico. Crear sistema de trabajo donde nos fijemos en lo que hay que hacer sí o sí. Los resultados llegarán. Por ejemplo: nº de llamadas, nº de visitas, etc.

1.2.- Intermedio: Además de medir lo básico como hace referencia el punto 1 es necesario medir aspectos que nos den cierta certeza de que el trabajo se hace con cierta intensidad. Por ejemplo: Cumplimiento con los tiempos de seguimiento tras la propuesta, % de llamadas a tipología A, B y C de clientes. Como veis se trata de ir un poco más allá en el análisis.

1.3.- Alto estratégico: En este caso está muy indicado observar el cómo hacen lo que dicen que van a hacer. Por ejemplo: ¿Cierran las ventas a las que se enfrentan? ¿Cómo rebaten objeciones? ¿Saben qué venden?

1.4.- Alto Estratégico y operativo: Seguir en esta línea e incorporar trimestralmente, semestralmente, anualmente nuevos indicadores que vayan en consonancia con los cambios del sector y necesidad específica de la empresa. Por ejemplo: Venta cruzada nueva línea de negocio x.

0. Especial Atención a: TODOS VENDEMOS IMPAGOS.

0. Lo que exige lo anterior ...

0. Decide el contenido de un día comercial ...

0. ¿Qué vas a hacer el lunes
a las 09 H comercialmente
hablado?

0. ¿Cómo de claro lo tienes tú como directiv@?

0. ¿Cómo de claro lo tiene tu equipo?

0. Porque a > claridad en tu equipo ...Mayor felicidad.

0. Porque a $>$ claridad en tu equipo ... $>$ probabilidad de llegar.

0. 2 asuntos que resolver: Cambiar la inercia Cambiar hábitos

0. Porque tu objetivo como directivo comercial es mostrar el camino por el que transitar

1. Construir un método comercial

1. Todos tenemos un método

1. Foco de mi método está en el qué. Saber el qué es importante

1. El cómo, el porqué y el para qué es DETERMINANTE.

1. De 0 a 10 ¿en qué nivel estás?

1. De 0 a 10 ¿en qué nivel
está tu equipo?

1. Trabajar con un método probado y adaptado a tu realidad es lo que hará que avances, subas de nivel. Aquí está el valor.

1. No te limites a copiar.
Construye.

Porque construir implica:

- Considerar tu realidad.

1. Orden.

1. Colocación de las cosas en el lugar que les corresponde.

1. Orden = Subjetivo.

1. El resultado final está, en parte, basado en el orden de las cosas que hacemos.

2. Foco en el sistema Vs cifra total de ventas.

2. Pídele a un principiante de cocina que te elabore un plato sofisticado.

2. Enséñale los pasos para elaborararlo y pídele a un principiante de cocina que te elabore un plato sofisticado.

3. Hacerlo simple.

3. Hacerlo simple es la máxima expresión de la inteligencia (A. Einstein).

3. El mal hábito de hacerlo complejo ...

4. Las tareas ingratas esconden el tesoro.

4. También esconden la trampa... ¿QEL+IEOA?

4. Entender que las personas ponemos freno en aquellas acciones que menos se ajustan a nuestro concepto de orden e importancia.

5. Control y coordinación justos.

5. No los procrastines.

5. Concedemos importancia a lo que nos repiten.

SERENIDAD.

ACTITUD. Basada en un método.

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Gracias



Financiado por:



Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Gracias



Financiado por:



Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Financiado por:



Coraboran:

