

COMO INCREMENTAR LAS VENTAS EN LAS PYMES



LUIS FERNANDO ESCOBAR O.
director@escuelanacionaldeventas.com
PBX (054) 444-29-09

MEDELLÍN, AGOSTO 18 DE 2010

EL QUE NO SABE.....



PREGUNTÉMONOS.....

1. ¿Tengo los conocimientos suficientes para exponer una argumentación eficaz sobre: Productos/Servicios, políticas de ventas, mercadeo, competencia, clientes, entre otros?
2. ¿He estudiado bastante a mis clientes, de forma que puedo adaptar mis argumentos a sus necesidades/problemas/deseos?
3. ¿Despierta mi presentación un ambiente positivo que lleva al cliente a aceptar las ideas expresadas?

PREGUNTÉMONOS.....

4. ¿Es mi argumentación interrogativa, es decir, permite al cliente hablar y dar su opinión?
5. ¿Tiene mi presentación una estructura determinada?
6. ¿He previsto las posibles objeciones y se como administrarlas?
7. ¿Se cuales son las mejores técnicas de cierre de acuerdo a mi producto/servicio y su desempeño?
8. ¿Llevo registro de mis actividades y las evalúo?
9. ¿Tengo Plan de ventas?
10. ¿Tengo Manual de ventas?

EN QUE NEGOCIO ESTOY?

VENDO:

¿PRODUCTOS/SERVICIOS

ó

BENEFICIOS?



PREGUNTA.....

**¿SOY UN BUEN NEGOCIO PARA MIS
CLIENTES DIRECTOS Y PARA LOS
CANALES? CINCO RAZONES!**



PREGUNTA.....

¿EN QUE ME DIFERENCIO Y SOY MEJOR QUE MIS COMPETIDORES? CINCO ARGUMENTOS.



MÁS PREGUNTAS.....

- ¿Tengo un programa de búsqueda de clientes?
- ¿Tengo un programa de mantenimiento de clientes?
- ¿Tengo un programa de recuperación de clientes?
- ¿Sé por qué se fueron?



PLAN DE MERCADEO

- ¿Que es?
- Son 4 P'S: Producto, Precio, Plaza, Publicidad y Promoción.
- Tan sencillo ó complejo como uno quiera.
- Es el **QUE** hacer!

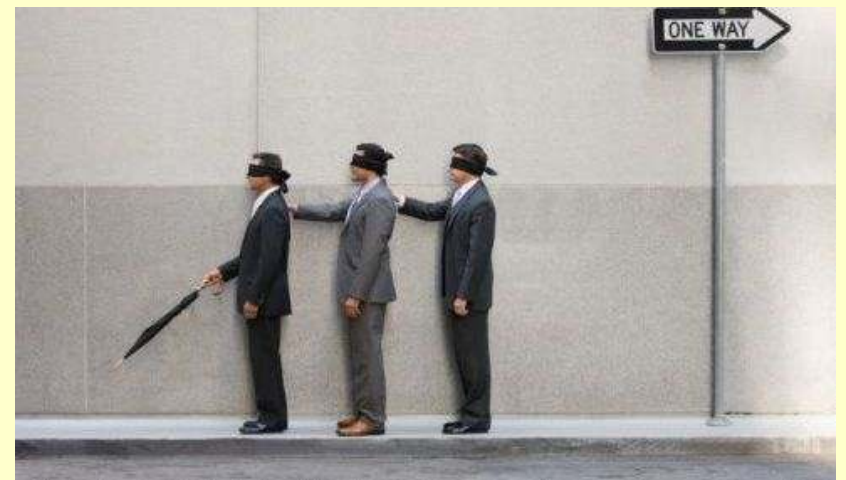


PLAN DE VENTAS

- ¿Que es?
- Es un programa de acción que precise los objetivos y los medios para poner en marcha la estrategia de desarrollo elegida, el Plan de Mercadeo.
- Plan de acción a corto, mediano y largo plazo.
- Es el análisis, planeación, implementación y control de programas diseñados para crear, construir y mantener beneficios mutuos entre las empresas y su mercado objetivo.
- Tan sencillo ó complejo como uno quiera.
- Es el **COMO** hacerlo!

PLAN DE VENTAS

- ¿QUÉ HACER?
- ¿QUIEN LO HACE?
- ¿A QUIEN(ES) VENDEMOS?
- ¿DONDE VENDEMOS?
- ¿CUANDO VENDEMOS?
- ¿CUANTO DEBEMOS VENDER Y DE QUE?
- ¿POR QUÉ?
- ¿**COMO** HACERLO?



PREGUNTAS.....

..

- ¿COMPRARIA USTED SU PROPIO PRODUCTO/SERVICIO?
- ¿Y SE LOS COMPRARÍA A SU EMPRESA?
CINCO RAZONES PARA CADA PREGUNTA!



MANUAL DE VENTAS

EN LA PYMES, EL GERENTE/PROPIETARIO TIENE EL CONOCIMIENTO, PERO ¿LO SABE TRANSMITIR A SU EQUIPO DE TRABAJO?

- REUNIONES.
- CAPACITACIONES.
- ENTRENAMIENTOS.
- ACOMPAÑAMIENTOS.
- SUPERVISION.
- MANUAL DE PROCESOS.
- MANUAL DE FUNCIONES.
- MANUAL DE MEJORAMIENTO.



QUE ES EL MANUAL DE VENTAS!

Es un documento de estudio y trabajo que contiene la información comercial y corporativa que requiere el personal de ventas para un óptimo desempeño de su cargo, alineado a la visión y misión de la empresa.



TODO ESTO MUY BONITO PERO, COMO INCREMENTAR LAS VENTAS EN LAS PYMES?

- Pensar como una empresa, no como un negocio: **Orden y disciplina.**
- Prepararnos con anticipación para crecer, planear: A quien debo llegar, como le presento mis beneficios, administrar las **objeciones, cierre y seguimiento.**
- **Registrar** la información: Que se debe hacer y que no se debe hacer.

TODO ESTO MUY BONITO PERO, ¿COMO INCREMENTAR LAS VENTAS EN LAS PYMES?

- Rodearme bien.
- Preparar a mi equipo: Capacitar, entrenar, tener el **conocimiento** técnico y comercial.
- Políticas comerciales **claras y éticas**, nada de S.M.
- Objetivos **SMART**.
- Seguimiento.

TRES CARACTERÍSTICAS SIMILARES DE ORGANIZACIONES EXCELENTES



Una estrategia del servicio bien concebida.



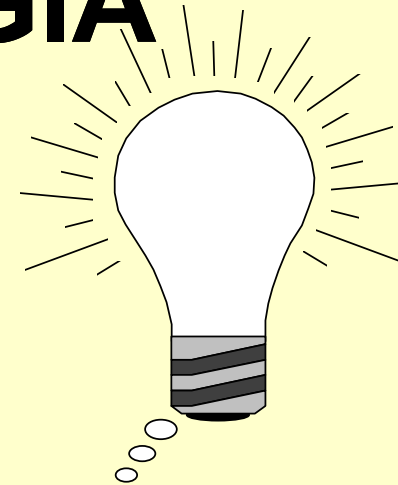
Excelente educación en servicio del personal.



Tener sistemas amables para el cliente.

LA ESTRATEGIA

- **Idea unificadora.**
- **Concreta.**
- **Valiosa para el cliente.**
- **Es el evangelio de la empresa:**



Lo que nos diferencia, lo que nos posiciona.

**La mejor estrategia será aquella
que constantemente se está
cuestionando, poniendo a prueba y
refinando.**

PREGUNTAS POR RESOLVER



- ¿En qué negocio estamos?
- ¿Qué es lo que cuenta para el cliente?
- ¿Qué contará mañana?
- ¿Dónde está nuestra oportunidad?
- ¿Qué podemos hacer para que el cliente pague por nuestro producto/servicio?

COMO INCREMENTAR LAS VENTAS EN LAS PYMES



LUIS FERNANDO ESCOBAR O.
director@escuelanacionaldeventas.com
PBX (054) 444-29-09

MEDELLÍN, AGOSTO 18 DE 2010