



“LO QUE NO SE MIDE, NO SE MEJORA” (Pascal)

Estas son algunas de las claves para que nuestro equipo comercial afronte “con éxito”, la actual situación de mercado:

1. Debemos marcar objetivos claros, a corto plazo, cuantificables y controlables, para el vendedor y los responsables. El seguimiento de la evolución de los resultados debe de ser a la semana como mínimo (de no poder ser al día).
2. Es necesario disponer de un sistema simple de control de la evolución de los objetivos, accesible para todos los implicados. Todos participantes tienen que conocer “SUS” ratios de control y saber como se relacionan. El vendedor tiene que ver los ratios como propios “SU” sistema de control profesional y saber muy especialmente los que se mira la alta dirección.
3. Cada nivel de la estructura comercial debe vender, tener objetivos y retribución variable (por volumen, producto, segmento, margen, etc) pero no con el mismo criterio de retribución.
4. La alta dirección debe de ser sensible a los éxitos y fracasos del equipo y de los vendedores. Debe contactarlos personalmente, para hacerselo saber, estimularlos.
5. Toda la acción debe de ser motivante y no coercitiva. Los mandos de los equipos deben apoyar, orientar, formar y dirigir al equipo, aplicando con claridad los puntos anteriores.



Para consultas y ampliación de información, contactar con:

imantona@sellingconsult.com
isidre@sellingconsult.com
sprat@sellingconsult.com

EXCELENCIA EN VENTAS = EFICACIA + EFICIENCIA

*Si deseas modificar, dar de baja tus datos o recibir el boletín informativo en otra dirección, te rogamos que envíes un mensaje a:
mailing@sellingconsult.com