

Administración de Ventas

Relaciones con la Fuerza de Ventas y Sociedades con el cliente

Gestión de Ventas

MSc. David Ulloa Soto

Marketing & Sales

My Blog: jdavidulloa.wordpress.com

¿Qué es la Administración de Ventas?

Administración de Ventas

Planificación



Organización



Dirección

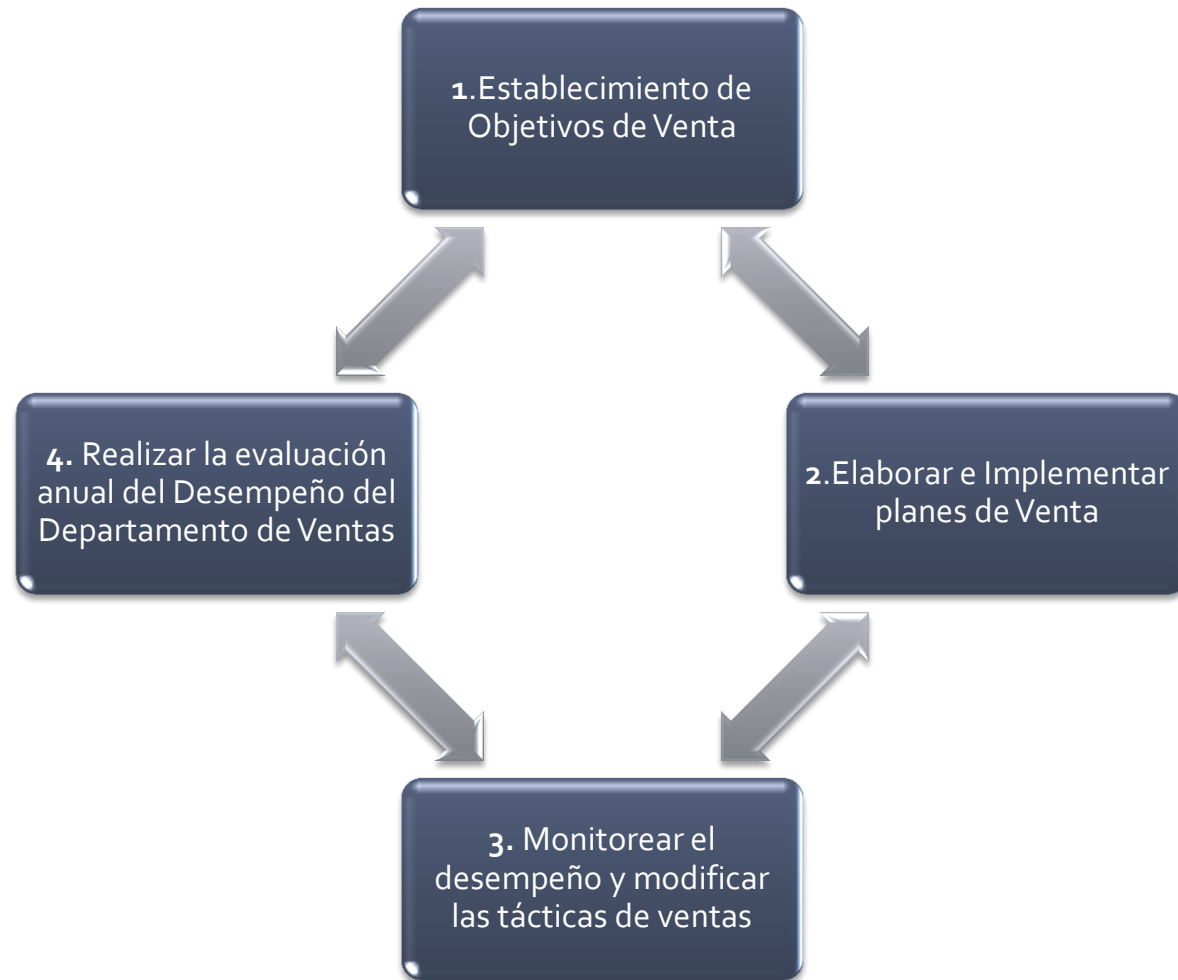


Control

Integración de la Administración de Ventas y la Gerencia de Marketing



El Ciclo de la APO de la Fuerza de Ventas



¿Qué tan bien se desempeña el gerente de ventas?


En la mayoría de los casos
los nuevos gerentes de ventas
son elegidos bajo
“El principio de Peter”

El gerente de ventas de hoy debe...

- Monitorear tendencias en los mercados.
- Analizar rentabilidad por clientes, productos y vendedores.
- Desarrollar habilidades de marketing y financieras.
- Buscar formas de valor agregado.
- Utilizar sistemas de gestión gerencial.
- Ejercer liderazgo efectivo sobre su fuerza de ventas.
- Motivar y capacitar constantemente a su personal.

Ética en el entorno de Ventas

¿Engañar a clientes pasando por alto hechos importantes?



¿Hacer que el producto parezca más complejo de lo que en realidad es?

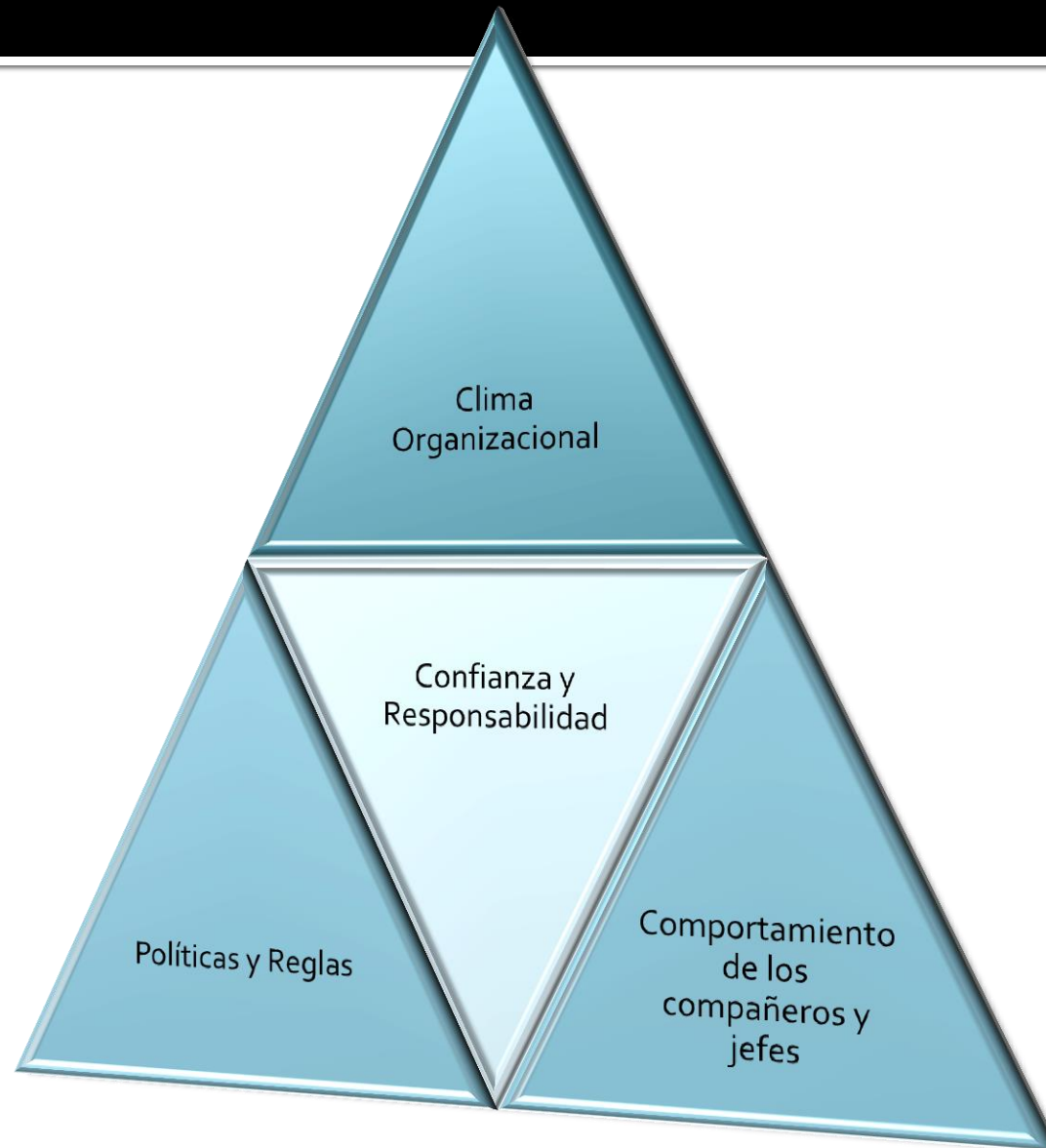


¿Utilizar tácticas de culpabilidad?



¿Cómo manejo la asimetría de la información?

Creación de un clima de trabajo ético



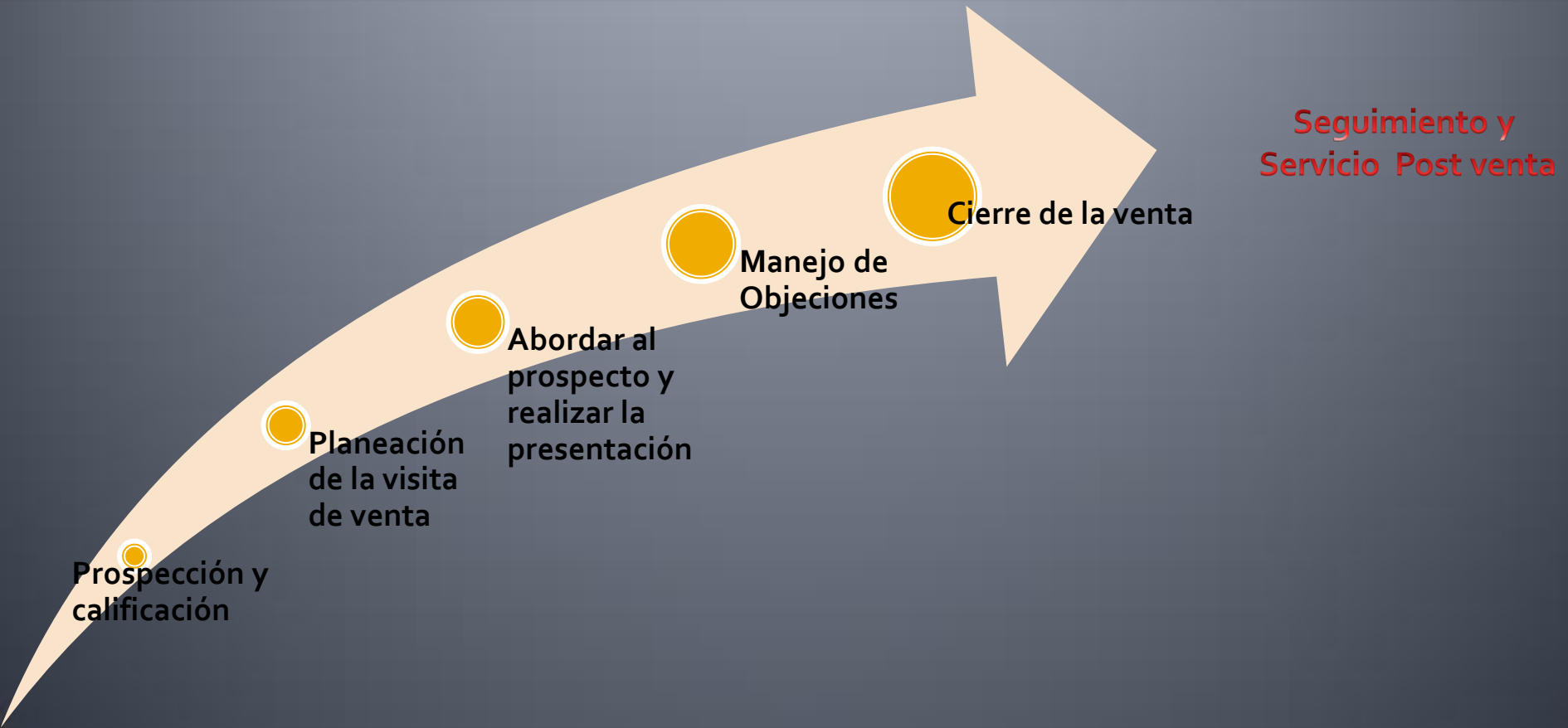
La profesión del vendedor

¿Cuáles son las habilidades y destrezas que requiere su fuerza de ventas?

¿Cuáles son sus impresiones
del vendedor que necesita
en su equipo de trabajo?

El proceso de Ventas

Los pasos adecuados para llevar al cliente a la toma de decisión



Prospección y Calificación

El primer paso en el cual el personal de ventas encuentra pistas y las califica con base en tres criterios:

- Autoridad para Comprar
- Necesidad
- Poder Adquisitivo

Planeación de la visita de Venta

Recolectar y analizar la información acerca del prospecto.

Identificar características, ventajas y beneficios del producto.

Ensayar la presentación.

Evaluar problemas y necesidades del prospecto.

Seleccionar la estrategia de presentación.



Estrategias para Abordar al prospecto

Conocido de referencia

Presentarse uno mismo

Obsequio o muestra

Acto espectacular

Beneficio para el cliente

Curiosidad

Cumplido o elogio

Encuesta

Pregunta

Demostración del producto

Presentación

Método AIDA

Existen 2 opciones para realizar la presentación de ventas:

- Presentación Adaptable
- Presentación Estereotipada

Manejo de Objeciones

¿Cómo respondo a las objeciones típicas del cliente?

Al producto

Al precio

A la promoción

A la distribución

A las necesidades y deseos del cliente

Para rehuir

Del tiempo limitado

Por la competencia o industria

Entre otras...

Algunas técnicas para el manejo de objeciones....

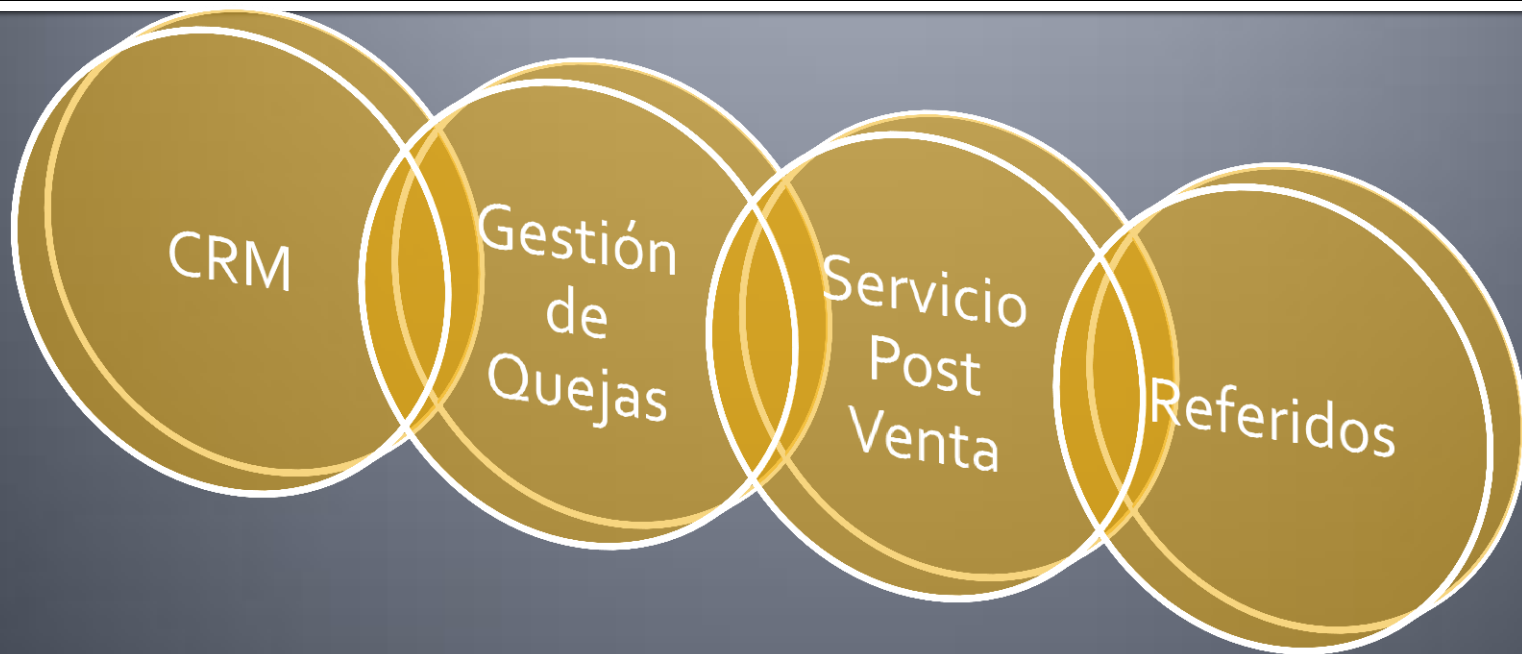
1. “Sentir, sentí y descubrí...”
2. “Si hubiera...”
3. “¿Este es el único motivo?” (Boomerang)
4. Ahora llegaré a ese punto...
5. Dejar pasar

Cierre de la Venta

Existen más de 200 técnicas de cierres de ventas.

Veamos algunas...

Seguimiento



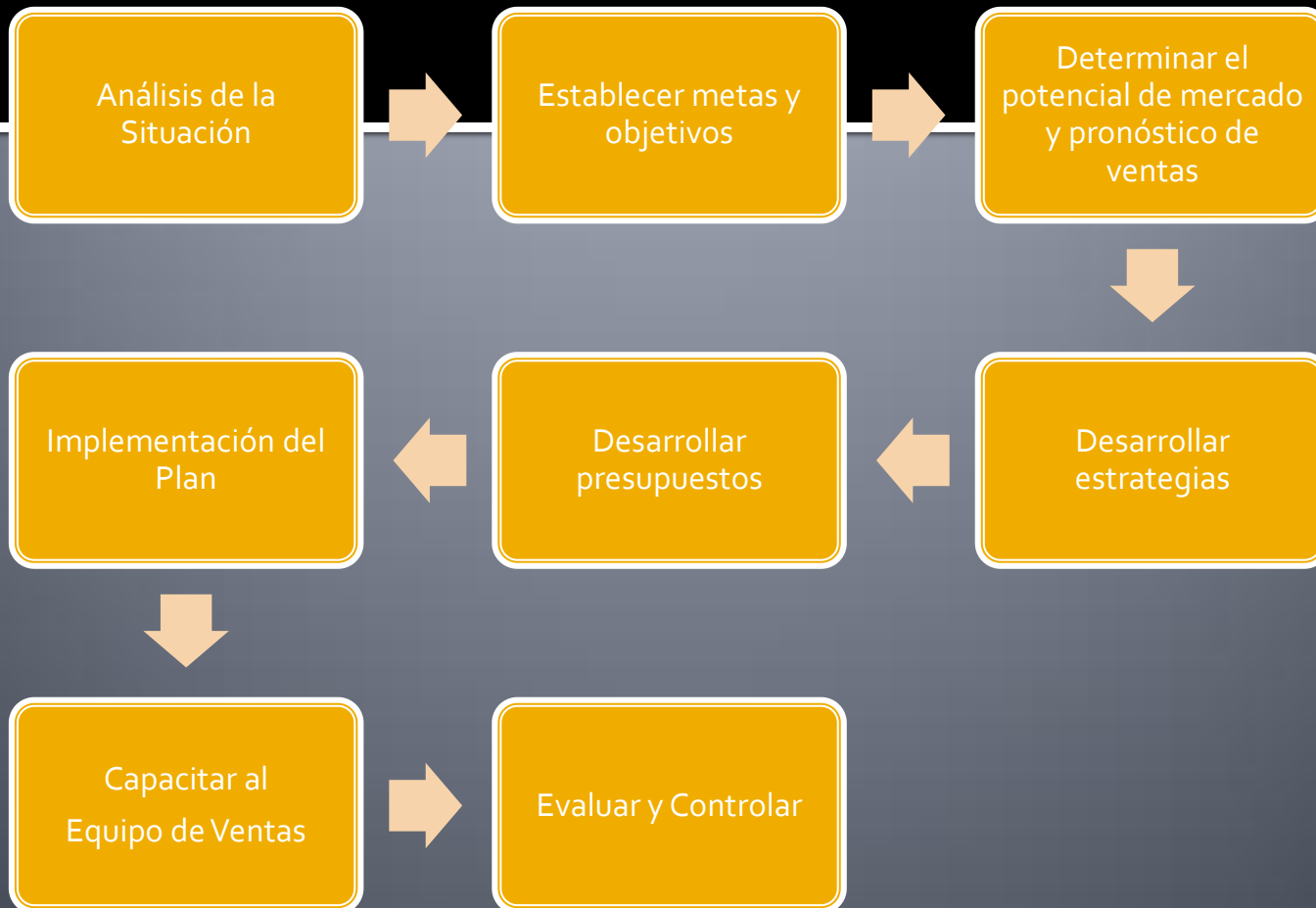
Elaboración de pronósticos de Ventas



El pronóstico puede estar detallado según:

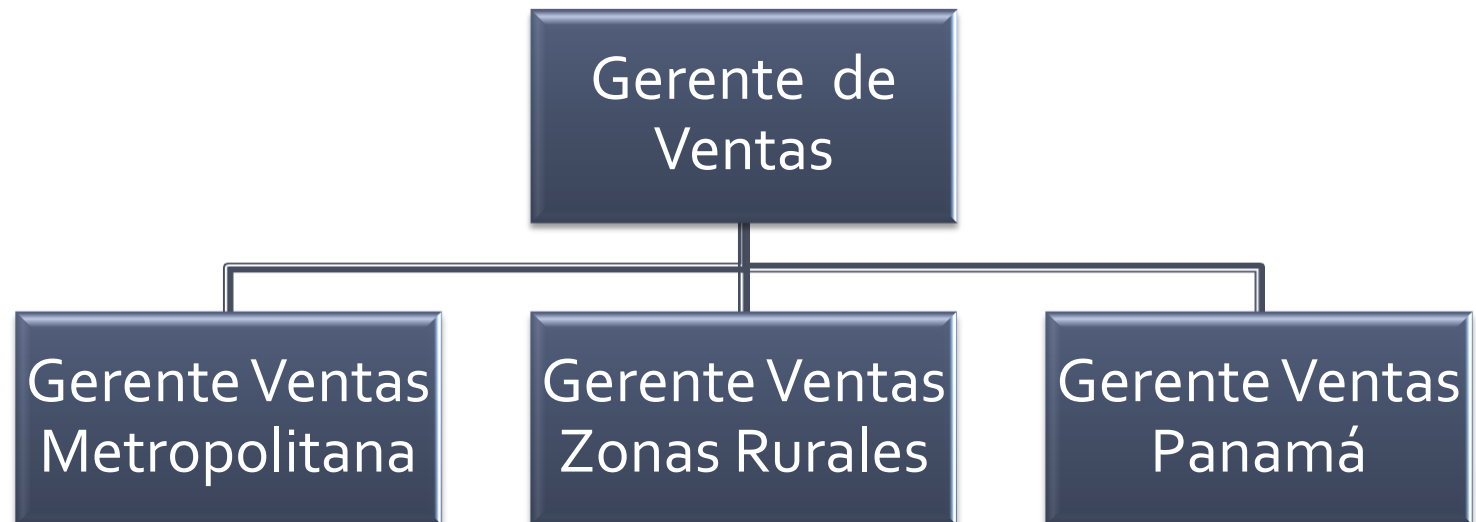
Producto
Territorio
Cliente
Periodo

Proceso de Planeación de la Administración de Ventas



Tipos de Organización de Departamentos de Ventas

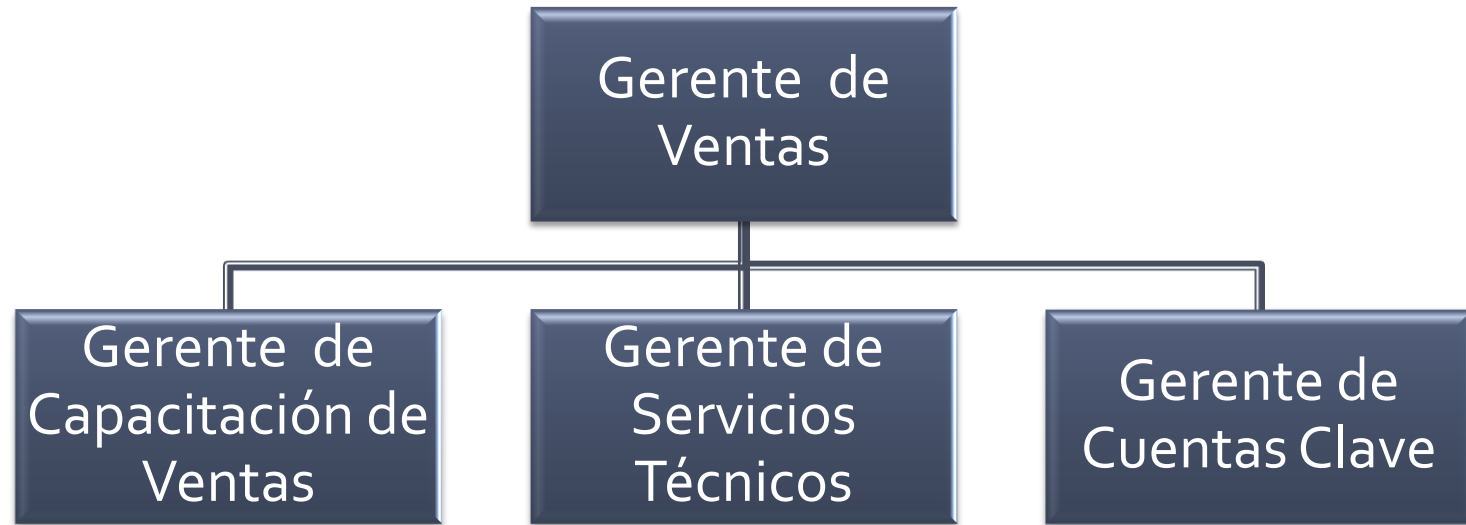
Organización Geográfica



Organización por Producto



Organización Funcional



Reclutamiento y Selección de la Fuerza de Ventas

Proceso de Reclutamiento de Vendedores



Descripción del Puesto de Ventas según el perfil del departamento



Características Fundamentales en el personal de ventas

- Inteligencia
- Entusiasmo y energía
- Orientación hacia los resultados
- Habilidades de Negociación
- Inteligencia Emocional
- Conocimientos de Técnicas de Venta

DIRECCIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS

CAPACITACIÓN
LIDERAZGO
MOTIVACIÓN
COMPENSACIÓN

Capacitación de la Fuerza de Ventas



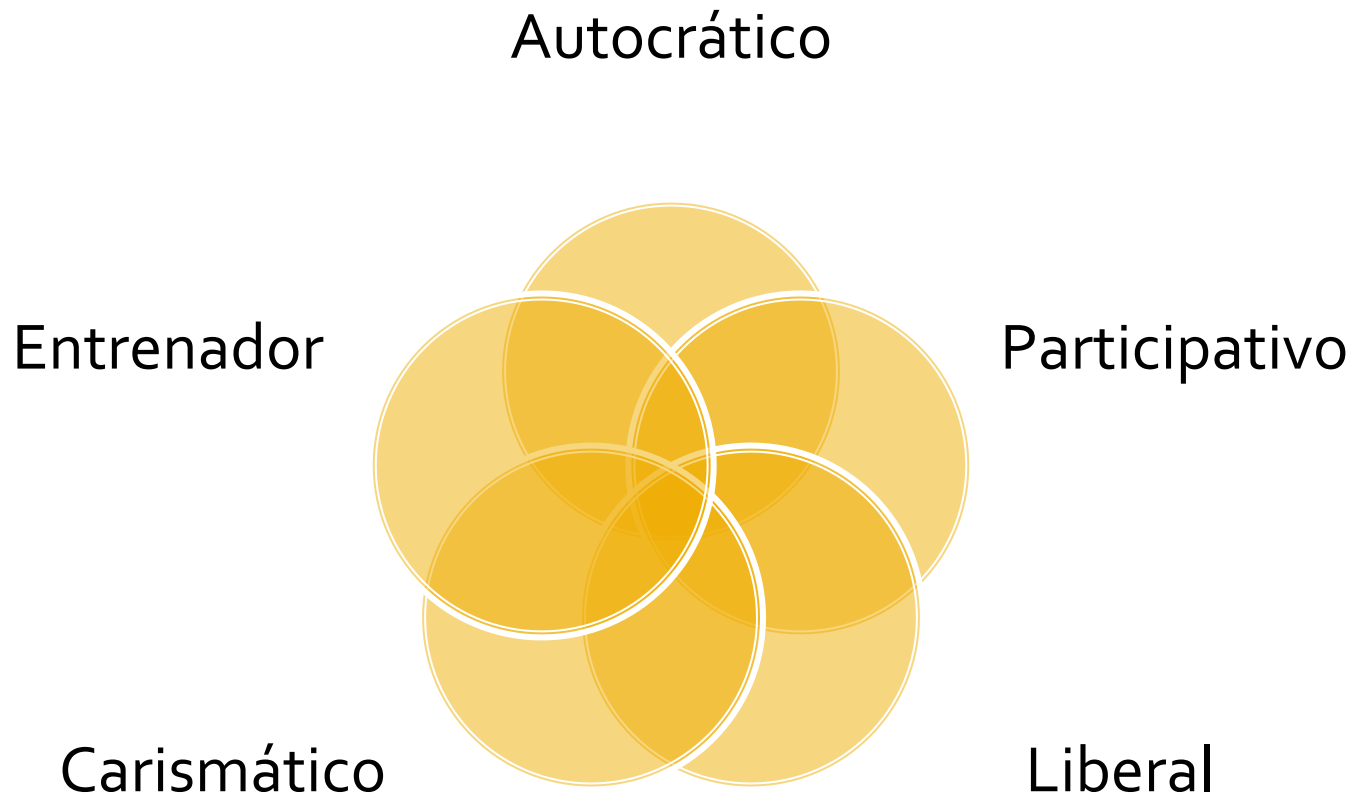
Liderazgo en la Fuerza de Ventas



8 Rasgos de los líderes de ventas altamente efectivos

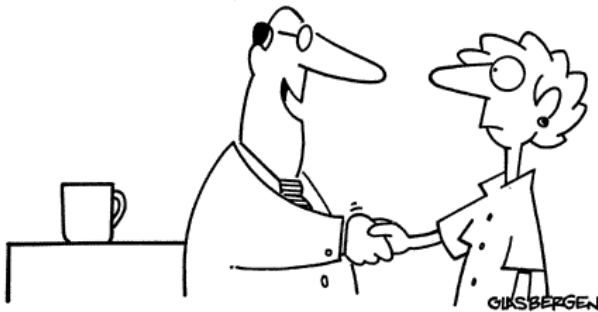
- 1) Valerosos
- 2) Visionarios
- 3) Maestros
- 4) Éticos
- 5) Persistentes y realistas
- 6) Sentido del Humor
- 7) Optimistas
- 8) Utilizan el poder con prudencia

Estilos de Liderazgo



Motivación del Personal de Ventas

Un nuevo incentivo...



Y como Empleada del Mes, tienes derecho a despedir a uno de tus compañeros.



Este proyecto es importantísimo, pero no tiene presupuesto, ni documentación y además es para mañana. Por fin, esta es tu oportunidad para impresionar de verdad a todos.



Te voy a enviar a un seminario para aprender a ser más productivo y trabajar más.



Tienes que aprender la ley de la oferta y la demanda. Tu trabajo es ofrecirme todo tu tiempo, y el mío es demandar más aún.

Teoría de la Motivación de la Fuerza de Ventas

- Teoría de Maslow
- Teoría de Eje X – Y
- Teoría de Skinner
- Teoría de Pavlov
- Teoría de Carnegie
- Efecto Pigmaleón
- Teoría del establecimiento de Metas
- Teoría del Reforzamiento
- Teoría Recompensas Extrínsecas-Intrínsecas

Compensación de la Fuerza de Ventas

Sueldo Directo

Comisión Directa

Plan de compensación combinado

Bonos

Incentivos Fijos, Progresivos y Regresivos

Comisiones Compartidas

Reconocimientos de Gastos de Ventas

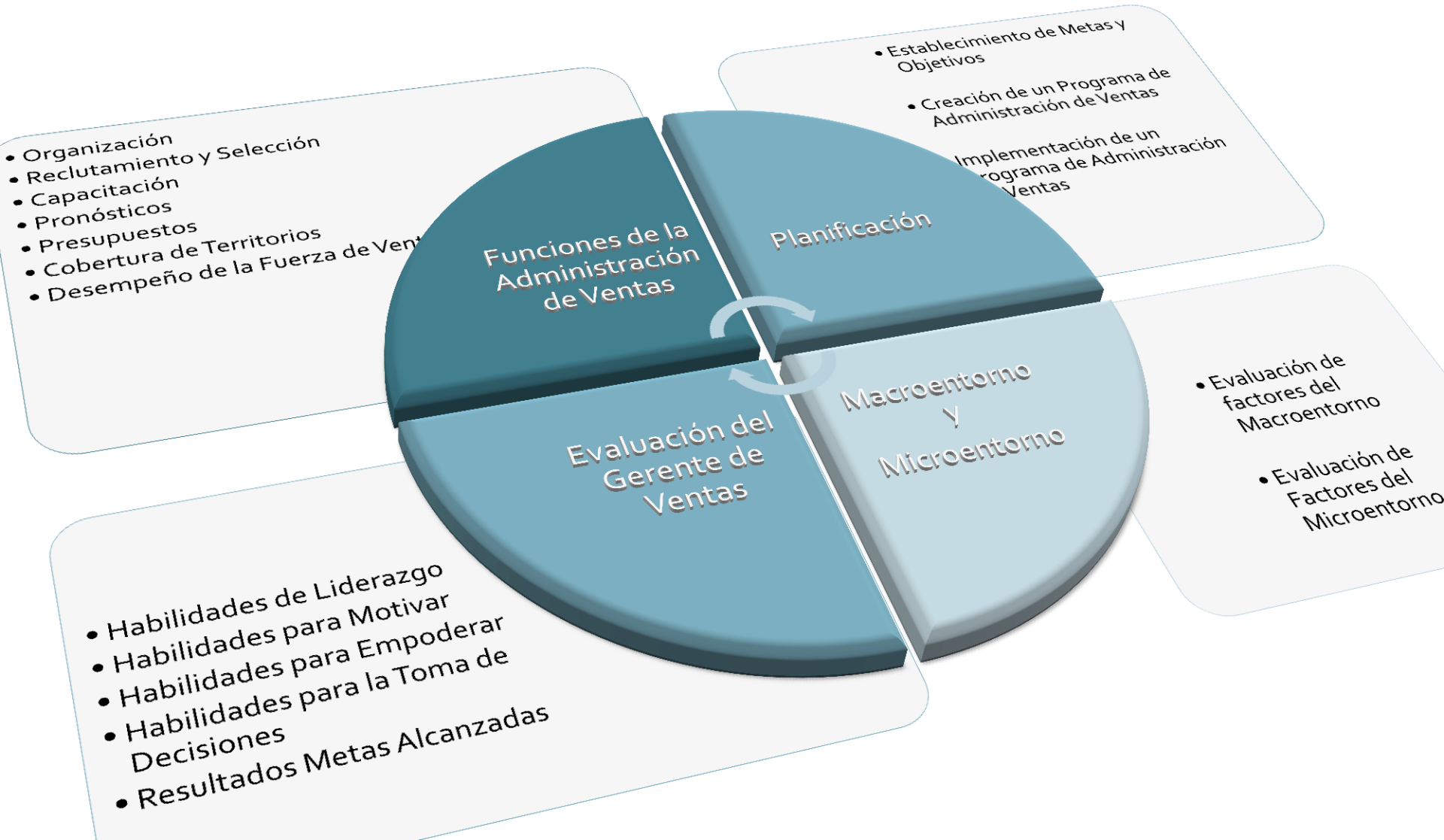
Incentivos **NO** Monetarios

Control y Evaluación del Desempeño de Ventas

Costos y Rentabilidad de Ventas

Evaluación del Desempeño de la Fuerza de Ventas

Auditoría del Departamento de Ventas



Crisis mundial

¿u oportunidad mundial?

No pretendamos que las cosas cambien si seguimos haciendo lo mismo.

La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis se supera a sí mismo sin quedar 'superado'.

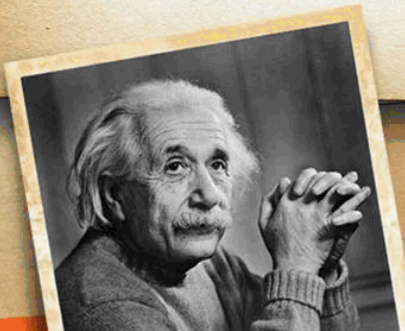
Quien atribuye a la crisis a sus fracasos y penurias, violenta su propio talento y respeta más a los problemas que a las soluciones.

La verdadera crisis es la crisis de la incompetencia. El inconveniente de las personas y los países es la pereza para encontrar las salidas y soluciones.

Sin crisis no hay desafíos, sin desafíos la vida es una rutina, una lenta agonía. Sin crisis no hay méritos. Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno, porque sin crisis todo viento es caricia. Hablar de crisis es promoverla, y callar en la crisis es exaltar el iconformismo.

En vez de esto trabajemos duro. Acabemos de una vez con la única crisis amenazadora que es la tragedia de no querer luchar por superarla.

F. Albert Einstein



Fin de la Presentación.

Muchas gracias...