

Proceso de VENTAS

Con nuestro proceso de ventas mejoramos los resultados de las ventas, modificando el proceso y llevando control temprano.

meritent

Implementamos probados procesos de marketing y ventas que aumentan la rentabilidad.

Introducción

Desarrollar las ventas mediante procesos es de máxima importancia para lograr los objetivos comerciales.

Problema

Pocas ventas, mala predictibilidad, poca escalabilidad y baja rentabilidad.

Solución

Es el proceso de gestión y control de ventas.

Beneficios

Se logran los objetivos comerciales en los plazos asignados con mayor rentabilidad.

Proceso de VENTAS

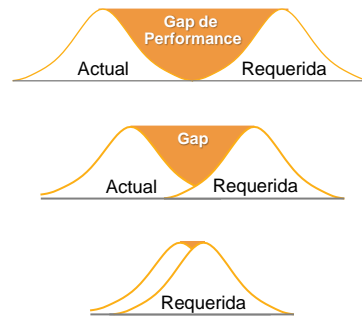
Con nuestro proceso de ventas mejoramos los resultados de las ventas, modificando el proceso y llevando control temprano.

INTRODUCCIÓN

Desde que los japoneses impusieron de manera global los conceptos de calidad, casi todos los procesos de las organizaciones cuentan con estándares contra los cuales se miden y pueden lograr una planificación y gestión de alta performance.

Hoy día ni siquiera imaginamos un proceso de manufactura sin estándares de calidad. Tampoco que los sistemas de hardware y software sean administrados sin conceptos de “*governance*”. Ni procesos contables que no adscriban a las prácticas contables aceptadas por todos. Y así sigue la lista.

Sin embargo, entre las pocas áreas donde no se han generalizado mecanismos de control y medición de la performance y del aporte de valor que se agrega a la organización, están los procesos de ventas.



Peor aún, ni siquiera se suele tener un sistema de alarmas por los cuales se pueda determinar cuando no se van a cumplir las métricas antes de que sea demasiado tarde y dando una posibilidad

de “cumplir con la cuota”.

¿Y cómo han reaccionado las organizaciones ante esto? Una de las maneras es la de contratar “vendedores estrella”. Estos vendedores se caracterizan por conocer muy bien su industria, tener una abultada agenda de contactos y un fino olfato para los negocios.

La otra manera en que las organizaciones buscan poder estar un paso adelante del problema es aplicar enormes cantidades de capacitaciones y entrenamientos a los equipos de venta.

Si bien estamos de acuerdo en que contar con excelentes vendedores y entrenar a la fuerza de ventas es necesario, creemos que es insuficiente. Porque los “vendedores estrella” tienen la limitante que no escalan a toda la empresa (¿que hago con los vendedores junior?) y el entrenamiento, en la gran mayoría de los casos no cambia (malos) hábitos.

El proceso de ventas de **Méritent** es resultado de las mejores prácticas de las empresas más exitosas mundialmente, que permite a las empresas lograr sus objetivos comerciales, con mayor predictibilidad, en menor tiempo y con mayor rentabilidad.

En **Méritent** ayudamos a empresas de todo tipo a implementar procesos de ventas corporativos Business-to-Business (B2B) y lograr los objetivos comerciales.

Como en un buen proceso de calidad.

Proceso de VENTAS

Con nuestro proceso de ventas mejoramos los resultados de las ventas, modificando el proceso y llevando control temprano.

PROBLEMA

No contar con un proceso de ventas genera los siguientes problemas:

- **Falta de Predictibilidad**
La organización no tiene visibilidad temprana de como “cerrará” el período (mes, *quarter*, año).
- **Uniformidad**
No hay una manera fácil de transferir la experiencia de los “vendedores estrellas” a los más noveles.
- **Alta Variabilidad**
Las variaciones en resultados de un ejercicio a otro son amplias.
- **Desperdicio**
Las capacitaciones no tienen el retorno esperado.
- **Procesos de Ventas Largos**
Aún con la mejor predisposición del equipo de ventas, los resultados demoran en aparecer.
- **Baja Rentabilidad**
El equipo vende bien, pero no con suficiente foco en los productos que son más estratégicos, rentables, etc.
- **Difícil Escalabilidad**
No es fácil controlar una fuerza de ventas jerárquica (países, regiones, ciudades, sucursales, equipos, individuos).

Todos estos problemas se suelen tratar de resolver de manera más o menos artesanal.

La más común de todas es poniendo gran presión desde la gerencia de ventas hacia los países,

regiones, ciudades, sucursales, equipos o individuos para tratar de lograr “la cuota” – típicamente cuando ya no hay tiempo para cambiar los resultados.

Otra –de los más previsores- es impartiendo capacitaciones masivas en diferentes habilidades a grupos muy heterogéneos de personas.

Y cuando ya no hay casi tiempo para nada, buscando que (el departamento de) “marketing” haga promociones y *bundles*, que baje el precio o que publicite en el *prime time* del domingo. ¡Y todo junto si es posible!



Pero ya sabemos que estas soluciones –hasta poco profesionales- solo conllevan a que la competencia siga erosionando nuestro territorio, ganando nuestros clientes y que cuando logramos vender, sea poco rentable.

La buena noticia es que estos problemas organizacionales en el área de ventas pueden ser resueltos cuando se aplican soluciones basadas en procesos predecibles, repetibles y escalables

Proceso de VENTAS

Con nuestro proceso de ventas mejoramos los resultados de las ventas, modificando el proceso y llevando control temprano.

SOLUCIÓN

Para solucionar los problemas antedichos, se requiere la implementación de un proceso de ventas que permita:

- Detectar y corregir de manera temprana los desvíos en las acciones mucho antes del cierre del ejercicio.
- Alcanzar los resultados considerando el mix de ventas óptimo (rentabilidad)
- Medir variables del proceso –y no solo resultados-

Dicho en otro modo: las ventas deben estar soportadas por un proceso que tenga la fluidez necesaria, lo que evita turbulencias económicas.

Nuestro modelo es un proceso de control y gestión estructurado de ventas, que está basado en los conceptos de los modelos de calidad y que ha madurado en la última década en la industria de la tecnología.

Nuestro proceso valora y apalanca las habilidades “blandas” de las personas, pero apelando a la “dureza” –en el sentido de las mediciones objetivas- de los procesos necesarios para que los resultados se concreten en los plazos y con los objetivos establecidos. Es en estos procesos donde se puede (se debe!) asociar la estrategia de la empresa con las actividades de la fuerza de ventas.

Aguas arriba

El principio rector de las buenas prácticas de ventas es considerarlas como un proceso –a diferencia de ser consideradas como el resultado de las habilidades individuales de los vendedores-.

Es por ello que no se debe esperar al cierre de un período para enterarnos que “no alcanzamos a la cuota”. Cuando eso ocurre, es que el problema estuvo “aguas arriba” en el proceso y antes en el tiempo. Trabajar sobre el proceso –y no sobre el resultado- es la característica principal de los procesos de venta efectivos.

Predecible

Los resultados serán predecible si medimos variables del proceso que definen *Alertas Tempranas Débiles*, ya que estas son predictoras de aquellos; lo que nos permite anticiparnos a los desvíos de los resultados a obtener y de esta manera poder actuar sobre los mecanismos correspondientes y corregir o aprovechar las tendencias.

Replicable

Al estar basada en procesos, el modelo es replicable más allá de las habilidades personales y experiencias de los participantes.

Escalable

Es capaz de implementarse desde una fuerza de ventas propia pequeña hasta fuerzas de ventas desarrolladas con canales indirectos.

Controlar el proceso = resultados predecibles

Las organizaciones competitivas toman ventaja de la experiencia y conocimiento del negocio, y de los caminos más directos para alcanzar volúmenes de venta cada vez más exigentes.

Controlar el proceso y medir las acciones, expresados a través de indicadores clave, de manera temprana es operar sistemáticamente sobre la “*maquina de ventas*”.

Proceso de VENTAS

Con nuestro proceso de ventas mejoramos los resultados de las ventas, modificando el proceso y llevando control temprano.

BENEFICIOS

Los beneficios de contar con un proceso estructurado de ventas son muchos e importantes:

- **Resultados más Predecibles**
Al estar basados en procesos, los resultados son más fácilmente predecibles, lo que implica cerrar el ejercicio con un valor más cercano a lo planificado.
- **Proceso Replicable**
El modelo es replicable más allá de las habilidades y experiencias de los participantes. No solo nos independiza de vendedores “estrella” sino que permite que los vendedores más noveles puedan llegar a su máxima performance en menor tiempo.
- **Modelo Escalable**
Este modelo se puede implementar para una fuerza de ventas propia o de canales indirectos, tanto pequeñas como regionales.
- **Más Ventas**
El proceso ayuda a la fuerza de ventas y canales a focalizarse en las mejores prácticas, lo que conlleva a lograr un mayor volumen de ventas en menor tiempo.
- **Más Rentabilidad**
El modelo promueve la venta de productos que generan mayor rentabilidad para la empresa.

Todas estas son transformaciones que impactan positivamente en los resultados.

Y si bien somos creyentes que el futuro es

sustentable solo si está soportado en un sólido corto plazo (ventas y rentabilidad), es también cierto que adicionalmente, hay otros beneficios de largo plazo:

- **Innovación**
Innovar es la única vía de diferenciación. Y es el talento el motor de la innovación. Al implementar procesos –en este caso de ventas- se asegura la calidad de la innovación transversalmente a la empresa.
- **Fluidez**
Los procesos aumentan la fluidez de las empresas y esta a su agilidad. Reducir las fricciones internas es una función de alto valor agregado.

El Futuro

Mejorar los resultados de la empresa mediante la implementación de nuestro proceso de ventas no solo asegura su presente con flujos de caja crecientes y rentables, sino que también facilita que la empresa adopte tempranamente los nuevos modelos de ventas basados en “la nube” (internet) y en “Big Data” (Análisis predictivo), que son las dos áreas con mayor crecimiento en el mundo comercial.

Sabemos cómo sistematizar los esfuerzos dedicados a las ventas, demostrado con nuestros clientes que se encuentran en Argentina, México, Colombia, Chile, Costa Rica, República Dominicana y Puerto Rico.

meritent

*Implementamos probados
procesos de marketing y ventas
que aumentan la rentabilidad.*

www.meritent.com.ar

Maipú 812 Piso:10 Dpto. "E"

Ciudad de Buenos Aires

ARGENTINA

(54 11) 4711-8919

info@meritent.com.ar