



ANTONIO
SÁNCHEZ
MARTÍ


CLAVES PARA MEJORAR LAS VENTAS DE TU EQUIPO COMERCIAL

EL GRAN ERROR POR EL QUE TUS COMERCIALES NO VENDEN Y AUN NO HAS DETECTADO

Incluye ejercicios de ayuda

ANTONIO SÁNCHEZ MARTÍ

www.antoniosanchezmarti.es



EL GRAN ERROR POR EL QUE TUS COMERCIALES NO VENDEN Y AÚN NO HAS DETECTADO

Sácale el máximo rendimiento a tu
equipo de ventas

ANTONIO SANCHEZ MARTI

Si crees que este material puede ser útil a alguien que conoces compártelo, pero por favor, no cobres ni modifiques nada. Muchas gracias.

BIENVENID@

Hola, me llamo Antonio Sánchez Martí, me dedico a la formación y entrenamiento de equipos comerciales. En primer lugar quiero darte la bienvenida y agradecer de verás tu suscripción al blog.

La idea de este ebook es compartir contigo mis experiencias y cómo resolver los desafíos más comunes que se nos presentan a diario.

Si, lo sé. Eres el responsable comercial de un equipo de comerciales cuya función fundamental es liderarlos, para cumplir con los objetivos de ventas y conseguir un equipo de alto rendimiento.

Sin embargo los resultados no siempre están a la altura, ni de la cantidad de horas que inviertes en ellos, ni del esfuerzo, ni de tu profesionalidad. ¿Verdad?.

Paso todos los días por lo mismo que tú y sé que si has descargado este ebook, es porque el exceso de funciones y responsabilidades, la propia presión del puesto, los 1000 marrones por segundo a resolver, etc, etc, son los que han tomado las riendas de tu día a día y necesitas poner medidas ya y hacer cambios.

Por eso, el secreto que aquí te revelo es el primer paso para empezar a trabajar de forma más inteligente, cómoda y productiva. ¡Bienvenid@!

INTRODUCCIÓN

He trabajado en empresas de distintos sectores como responsable comercial y en otras formando y dirigiendo a otros responsables de ventas.

Sé lo que es estar metido en esa trinchera y de hecho lo sigo haciendo en mi propia empresa, Me apasiona.

Cuando formo a empresarios o directores de ventas y vendedores, lo primero que hago, en vez de enseñarles técnicas nuevas, es corregir errores.

Porque es mucho más fácil correr dejando caer la mochila llena de piedras que cargamos a la espalda, que apretando más los dientes.

Por eso, hoy te quiero mostrar cuál es el principal error y demasiado común, que se comete en la gestión de equipos de venta para que te liberes de esa mochila.

Ese error hace que tus comerciales estén desmotivados, no consigan los objetivos y, peor aún, que te quedes sin ellos porque se marchen de la empresa.

Como verás, se trata de un tema fascinante que revela la clave del éxito para todo...

1. EL ERROR MÁS GRAVE QUE COMETES CON TU EQUIPO DE VENTAS.

El error que comete el 99% de gerentes, responsables y jefes de ventas es gestionar el seguimiento de los objetivos de venta de sus comerciales, en base a los euros de facturación, en vez de centrarse en los PROCESOS Y TAREAS.

Porque, aunque parezca paradójico, centrarse en el dinero, la comisión, la pastuki, es lo que menos dinero da.

Hacerlo crea una serie de efectos nocivos en el equipo comercial, como por ejemplo demasiada presión, bloqueo, desmotivación y un abandono de las verdaderas mejores prácticas de venta.

Cuando lo principal es el resultado monetario, y no intentar hacerlo lo mejor posible, pronto generamos frustración.

De hecho, en todas las disciplinas de élite, los mejores entrenadores y formadores se centran en que sus equipos hagan CADA TAREA de la mejor manera posible.

Cuando es así, tarde o temprano llegan los resultados. No falla.

UN EJEMPLO REAL BASADO EN LA EXPERIENCIA

Veamos una aplicación práctica de todo esto.

He aquí lo que me suelo encontrar en situaciones reales de equipos de venta y cómo lo afronto:

Director Comercial a su comercial "Juan":

«Hola "Juan". Hemos entrado en la segunda quincena del mes, tu objetivo es de 6000 € y vas al 40% del objetivo. Mete caña que no llegas, ponte las pilas que estás en la cuerda floja».



En serio, literal. Así he visto como muchos responsable de ventas «motivaba» y «gestionaba» a su equipo.

¿Qué le dije para solventarlo?

Que cambiara la mentalidad y lo afrontara de otra forma. Dejando de presionar en base al objetivo de facturación y centrarse en "las tareas clave".

Director Comercial a Comercial Juan:

«Hola Juan. Hemos entrado en la segunda quincena del mes, tu objetivo es de 6000 € y vas al 40% del objetivo.

Vamos a revisar y analizar las tareas clave que te han dado ese escaso 40%, y cómo podemos mejorarlas para conseguir el 60% que te falta».





EJERCICIO. "ECHA EL FRENO, PIENSA Y ESCRIBE"

1. ¿Cómo haces el seguimiento de resultados de tu equipo, por objetivos o por tareas clave?

2. ¿Crees realmente que pueden mejorar los resultados de tus comerciales trabajando el seguimiento en base a tareas clave?

SI / NO

3. ¿Por qué?, ¿Cuáles serían los beneficios de hacer seguimiento a sí?

BENEFICIO 1:

BENEFICIO 2:

BENEFICIO 3:

2. LO QUE EL FÚTBOL AMERICANO ENSEÑA SOBRE CÓMO VENDER MÁS

Cuando explico esta idea de **CENTRARSE EN EJECUTAR EL PROCESO** de venta lo mejor posible, y **OLVIDARSE DE LOS EUROS**, resulta un impacto para muchos.

Supone un cambio radical de chip, pero así es como lo hace la élite y me gustaría ilustrar este punto con la historia de Bill Walsh.

Walsh fue un entrenador de fútbol americano en los San Francisco 49ers, durante la década de los años 70 y 80.

Cuando llegó por primera vez, era un equipo en problemas. Y los periodistas, como siempre, preguntaron si el objetivo que se había propuesto era ganar la Super Bowl.

Walsh cortó de raíz cualquier conversación sobre ganar el campeonato. Para él, el éxito estaba en **SEGUIR EL PROCESO** adecuado **CADA DIA**, las mejores prácticas.

Los periodistas, siempre a la caza del titular, se aburririeron pronto de aquello. Eso le dejó a Walsh más espacio para imponer lo que él llamaba: «El estándar de práctica».

Este estándar estaba hecho de una serie de reglas claras sobre vestimenta, sobre cómo entrenar, cómo coger la pelota, dónde estar en cada jugada...

De manera casi obsesiva, Walsh comenzó a centrarse en que cada una de las pequeñas cosas necesarias se hiciera de manera perfecta. Ganar o perder no importaba, Walsh corregía cuando veía errores y felicitaba cuando veía aciertos en el proceso, sin importar si habían ganado o perdido.

¿Qué pasó tras tres años de centrarse en esos estándares de práctica?

Que el equipo al que llegó en ruinas ganó la Super Bowl.

3. LA MAGIA DE CENTRARSE EN LAS TAREAS CLAVE Y NO EN EL RESULTADO FINAL

El secreto de cada entrenador, formador y responsable de un equipo comercial de élite es hacer lo mismo que Walsh:

"Centrarse en el proceso y no en el resultado"

Cuando ponemos nuestro objetivo en euros, estamos haciendo lo mismo que todos esos «novatos» que se centran en metas que no pueden controlar del todo.

Que se cierre la venta, o no, no depende sólo de nosotros.

Uno puede hacerlo todo bien y no conseguirla, y no pasa nada, así son las ventas. Pero cuando te centras en hacerlo todo de la mejor manera posible despegándote del resultado final, tarde o temprano los resultados llegan como consecuencia natural.

Tus vendedores van a estar mucho más motivados, porque su misión es hacerlo lo mejor posible en cosas que pueden controlar.

Yo no puedo controlar el estado de ánimo de un cliente, o si le pilla en el momento de necesitar el producto o no.

Tampoco puedo controlar si la competencia ofrece precios más baratos.

Pero si puedo controlar cómo lo hago:

- si me preparo la presentación,
- si anticipo las objeciones con un plan de prevención y tengo respuesta para ellas,
- si hago las llamadas de prospección que tocan...
- si antes de visitar me informo del cliente para conectar mejor con él
- ...

Cuando un responsable se centra en los procesos de venta, y hace como Bill Walsh, acaba «ganando la Super Bowl».

Si hay algo que he aprendido todos estos años, con cientos de comerciales y jefes de ventas es que: los resultados son la consecuencia natural de la excelencia ejecutando las tareas clave y en número suficiente.

4. CÓMO PERDER EL CAMPEONATO DE LAS VENTAS FÁCILMENTE

¿Qué ocurrió con Bill Walsh y su equipo?

Eran los reyes, así que ocurrió lo de siempre, se lo creyeron.

La confianza se les subió a la cabeza y, al año siguiente, empezaron a abandonar los estándares de práctica. En su mente, muchos pensaban que no los necesitaban, que eran los campeones.

La consecuencia no se hizo esperar, no revalidaron el título y supuso una lección de humildad.

Así que de nuevo se aplicaron en el estándar de práctica, en hacer cada pequeña tarea bien, a estar en el metro adecuado de la manera correcta en todo momento.

Y volvieron a ganar al siguiente año.

Y eso mismo es lo que nos pasa a los equipos comerciales, que cuando las cosas van bien, nos relajamos, dejamos de ejecutar bien el proceso y hasta luego lucas. "Malos resultados, caras largas, vuelve la presión desmedida y la desmotivación".

Y digo yo, ¿qué pasaría con un piloto de aviones que se relaje y revise 5 indicadores clave antes de despegar, en vez de los 30 que debería revisar antes de cada vuelo.

Mejor no quiero ni pensarlo... sobre todo si voy dentro. :((

5. LOS DARDOS TIENEN LA CLAVE PARA QUE TU EQUIPO COMERCIAL VENDAS MÁS

No sólo la historia de Walsh nos enseña lo que hay que hacer, la ciencia también lo corrobora.

Barry J. Zimmerman (psicólogo con interesantes estudios sobre aprendizaje autorregulado) y otros miembros de su equipo de investigación se propusieron entrenar a los participantes de un estudio en lanzar dardos.

A un grupo le dijeron, simplemente, que intentaran hacer los máximos puntos posibles. Básicamente, esta es la misma manera de actuar del 99% de responsables de equipos comerciales con sus vendedores. Sólo les inculcan que salgan ahí y consigan cuanto más dinero mejor.

Al segundo grupo se le instruyó en optimizar el proceso: cómo poner el brazo, soltar el dardo, respirar antes de lanzar, practicar, etc.

El tercer grupo fue una mezcla. Primero se les entrenó en las tareas adecuadas y luego se les dijo que hicieran los máximos puntos posibles.

A estas alturas, ya habrás adivinado que los del primer grupo son los que peor lo hicieron.

Hasta la ciencia confirma lo importante: Si se quieren resultados, lo mejor es centrarse en mejorar los procesos que controlas y hacerlos repetidamente hasta ser un super-crak en su ejecución

6. CÓMO CONSEGUIR UN EQUIPO DE VENTAS DE ÉLITE

Como responsables de nuestro equipo de ventas, nuestra función es la misma que la de Walsh:

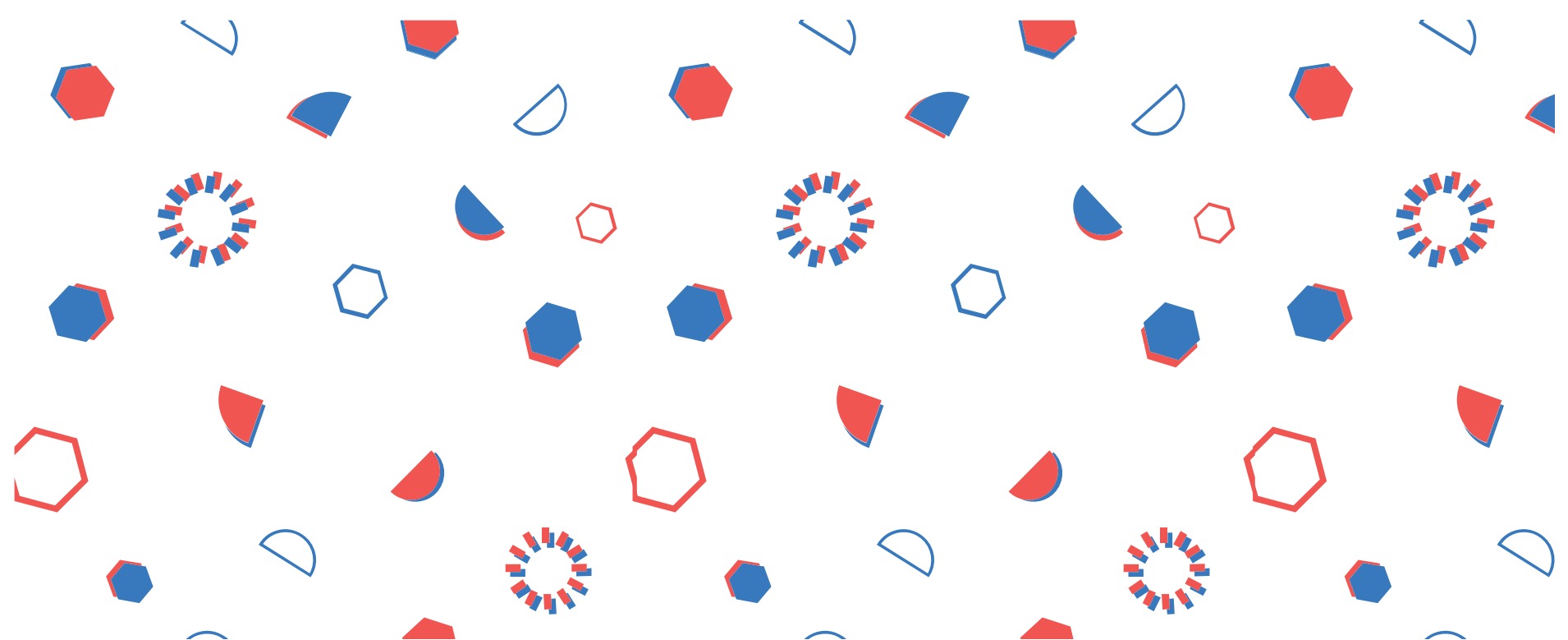
Hacer un seguimiento de la **ejecución perfecta de las tareas** y procesos.

Esa es la clave para tener a un equipo eficiente de ventas que acabará consiguiendo resultados.

Eso sí, hay otro requisito indispensable. No solo hay que centrarse en la ejecución del proceso, sino en que esté **diseñado de acuerdo a las mejores prácticas posibles**.

Es decir, primero tenemos que aprender cómo lo hacen los mejores, y luego aplicarlo. Y eso es a lo que me dedico yo, enseñar las mejores prácticas y no cansarme de repetir que la venta es un juego de números.

"Quien más juega más gana"



7. QUÉ TAREAS SON MÁS IMPORTANTES DENTRO DEL PROCESO DE VENTAS

Obviamente, cada empresa es un mundo. El mejor proceso de ventas para unas no es el mejor para otras. Por eso, cuando trabajo con ejecutivos de ventas y sus equipos, lo primero es analizar dicho proceso concreto para mejorarlo.

Pero a pesar de eso, sí hay ciertas tareas de venta en las que debemos centrarnos, independientemente de a qué nos dediquemos:

1. PROSPECCIÓN

¿Se está haciendo suficiente esfuerzo de prospección por email, teléfono, redes sociales como linkedin, puerta fría, etc?

Aquí debemos centrarnos en que ese esfuerzo diario sea suficiente para conseguir los clientes necesarios y en aplicar las mejores prácticas que funcionan.

2. EJECUCION DE LA VENTA

¿Hay un conocimiento del producto por parte de los vendedores que les permite hacer un discurso de ventas adecuado?

¿Hay un buen argumentario de ventas?

¿Conocen las principales objeciones y cómo afrontarlas?

¿Hay un proceso de demostración adecuado?

3. SEGUIMIENTO

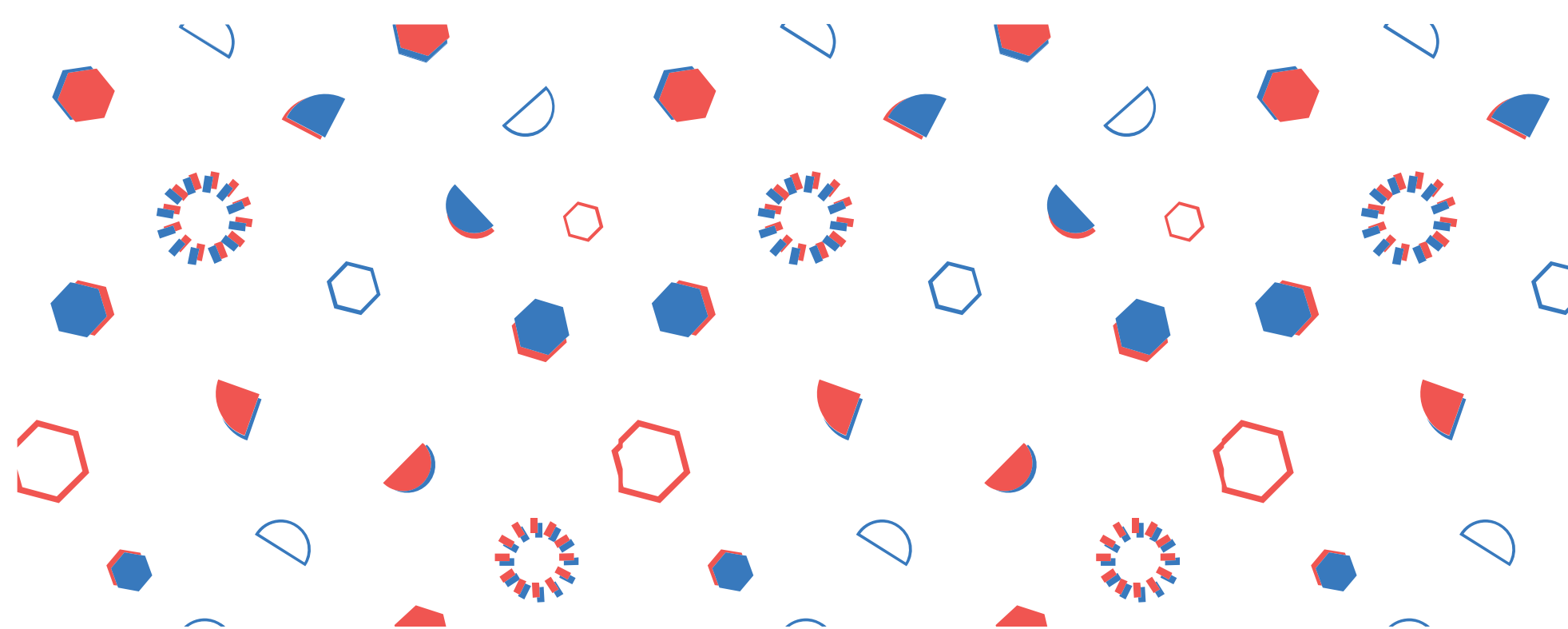
En el seguimiento está la venta, siempre lo digo, así que...

¿Se está haciendo suficiente seguimiento tras los intentos de prospección?

¿Se contacta con clientes ya conseguidos de manera sistemática para ver qué tal les va y si necesitan algo más?

Como vemos, siempre estoy hablando de controlar y mejorar cosas que están bajo el control del equipo de ventas.

No podemos controlar si una llamada tiene éxito, pero sí que se haga suficiente número de llamadas al día, usando la





EJERCICIOS. "ECHA EL FRENO, PIENSA Y ESCRIBE"

1. DE LAS SIGUIENTES TAREAS CLAVE DE EL PROCESO DE VENTAS QUE DEBEN REALIZAR TUS COMERCIALES, ¿SOBRE CUÁLES REALIZAS SEGUIMIENTO?

SOBRE TAREAS DE PROSPECCIÓN

	SI/NO
1. La prospección de nuevos clientes teniendo en cuenta el perfil de cliente ideal. Y evitar que no se prospecte como pollo sin cabeza a todo el mundo.	<input type="checkbox"/>
2. Revisión de clientes en base a su intención e interés de compra, para priorizar y organizar la agenda y aumentar la productividad	<input type="checkbox"/>
3. Revisiones periódicas de los argumentarios de venta para mejorar el cierre y evitar la improvisación	<input type="checkbox"/>
4. Investigar al potencial cliente para prepararse la visita y utilizan esa información antes de contactar.	<input type="checkbox"/>



EJERCICIOS. "ECHA EL FRENO, PIENSA Y ESCRIBE"

SOBRE TAREAS PREVIAS A LAS VISITAS

	SI/NO
1. Revisión de los beneficios del producto para realizar una buena propuesta.	
2. Revisión de las preguntas adecuadas a realizar al cliente para detectar sus necesidades y/o deseos del mismo	
3. Revisión del plan de prevención de objeciones. Las objeciones más frecuentes y cómo afrontarlas	
4. Revisión de preguntas adecuadas a realizar para conectar, empatizar y generar confianza con el cliente	



EJERCICIOS. "ECHA EL FRENO, PIENSA Y ESCRIBE"

SOBRE TAREAS DE SEGUIMIENTO

- | | SI/NO |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 1. Revisión de las visitas de seguimiento después de una primera negativa para seguir manteniéndonos en su radar | |
| 2. Revisión del seguimiento regular a clientes de cartera, para estar pendiente de futuras necesidades? | |
| 3. Revisión del plan de seguimiento comercial para conseguir traducir los NOes iniciales en Sles. ¿Lo están llevando a cabo? | |
| 4. Sigue Tú | |



EJERCICIOS. "ECHA EL FRENO, PIENSA Y ESCRIBE"

2. En base a la autoevaluación anterior, qué 5 acciones vas a poner en marcha para mejorar el seguimiento de la actividad comercial de tu equipo:

ACCION 1:

ACCION 2:

ACCION 3:

ACCION 4:

ACCION 5:

¿PIENSAS O ACTÚAS?

De nada sirve este ebook si no pones en práctica todo lo que has visto.

Te animo a que des una vuelta a tu enfoque de dirección comercial, sino lo has hecho ya.

A partir de ahora, piensa en lo que es disfrutar de tu puesto, liderando a un equipo comercial imparable, estable y super motivado.

Sinceramente, el verdadero poder de un gerente comercial no es otro que hacer poderosos a otros.

Y para eso, tu objetivo no es dirigir por presión, sino por una excelente ejecución de las tareas clave y la repetición de las mismas.

Si realmente quieres empezar a ver cambios más acentuados y convertirte en un super líder comercial, vas a tener que darle a los procesos mucho más protagonismo. ,

Y por último, te animo a que me sigas en el blog www.antoniosanchezmarti.es y en redes sociales, donde encontrarás artículos y recursos gratuitos siempre con el objetivo de ayudarte.

¡Gracias por tu tiempo, ¡Nos vemos!