

Módulo 8 – Auto-test del Director Comercial

Esta es una guía para que el Responsable Comercial reflexione sobre el departamento comercial y todas las actividades, estrategias y resultados.

Escribe lo más sinceramente posible pues es una guía dedicada solo a reflexionar para analizar, cada uno consigo mismo, en qué aspectos mejorar.

No te quedes corto probando alternativas de actividad pues llegar a ser un buen Responsable Comercial lleva un proceso de optimización, adaptación y cambio para mejorar en todas las áreas y llevar al departamento a un éxito continuo conforme a los objetivos marcados por la empresa

Y, por último, no pares nunca de leer y escuchar argumentos y conceptos sobre venta que no harán sino aportar nuevas ideas.

Lee libros y escucha audio-libros que tengan que ver no solo con el producto o sector de tu actividad sino sobre ventas y dirección de ventas.

Tienes que saber separar la paja del trigo y extraer de la lectura solo aquellos aspectos que tu intuición y experiencia te dicen que serían aplicables para que las ventas mejoren y tu labor como director vaya mejorando.

MI PERFIL PERSONAL

Vendas lo que vendas, dirijas donde dirijas, en el sector que sea, básicamente no es más que relaciones con las personas. Saber relacionarse, ponerse en el papel del otro, identificar lo que quiere y aportarle una solución son los pasos básicos para ser útil en cualquier trabajo.

Si estudiamos el perfil de lo que consideramos los mejores directores comerciales que vemos a nuestro alrededor encontraremos en ellos una serie de cualidades a imitar y, la mayor parte de ellas, vienen de sus conocimientos adquiridos en cuanto a relacionarse con las personas, su empatía, cómo resuelven los problemas que van apareciendo, su manera de plantear soluciones y cómo las transmiten a los vendedores para que estos consigan los objetivos marcados.

En qué debería mejorar yo personalmente:

- .-
- .-
- .-

En qué debería mejorar en cuanto a cómo me relaciono con los demás:

- .-
- .-
- .-

COMO DIRECTOR

Cualquier Responsable con un departamento a su cargo debe procurar una gestión seria y eficaz para que todo marche coordinado y acorde al objetivo propuesto.

El Director Comercial debe supervisar (no estar) la actividad diaria de los vendedores y resolver aquellas dudas o problemas que estos planteen para que todo sea más eficaz. Debe definir a sus vendedores todo el proceso de la venta así como todo lo relacionado con el producto a vender y los mensajes a dar a los clientes. También, el valor diferencial que los productos aportan a los clientes como carácter diferenciador frente a la competencia.

Como Responsable, estará al tanto de la productividad de los vendedores y se preocupará de que ellos utilicen herramientas para medir los resultados y el avance en la consecución de los objetivos marcados (Ej.: CRM).

¿Sé cómo organizar bien mi departamento comercial?

¿Sé resolver los problemas planteados por los vendedores?

¿Sé gestionar los precios y las decisiones de mejora de la actividad comercial?

¿Gestiono bien los tiempos y actividades de venta de mis comerciales?

COMO DIRECTOR COMERCIAL

Junto a mis cualidades personales de entusiasmo, auto-confianza, trabajo incansable, empatía, etc., existen una serie de habilidades que hacen que un director comercial pueda desarrollar su labor. El objetivo es lo primero y debo procurar que se cumpla y supere. Para ello, debo saber aplicar políticas adecuadas y tener cintura para adaptarme a los cambios y exigencias del mercado.

Tengo que saber crear un mensaje adecuado para nuestro producto y definir las actividades y estrategias que sean mejores para el desarrollo de la venta. También, tengo que saber crear y definir la propuesta del valor que nuestra oferta aporta a los diferentes clientes.

Qué mejoraría en el proceso de venta actual:

- .-
- .-
- .-

Mis objetivos actuales (ganancias, ventas, etc.):

- .-
- .-
- .-

RECLUTAR A LOS MEJORES

Deberíamos tener claros los perfiles de los vendedores necesarios para asumir cada etapa para ser realmente productivos y poder lograr los objetivos marcados. ¿Qué es lo que diferencia a un vendedor exitoso de otro que no lo es?

La experiencia y el conocimiento del candidato no nos aseguran que el vendedor vaya a cumplir en el futuro con lo esperado. Son sus habilidades innatas lo que hace que la probabilidad de la venta sea óptima. Por lo tanto, deberíamos tener claras cuales son esas habilidades.

Qué habilidades innatas deberían tener mis vendedores

- .-
- .-
- .-

Qué hago cuando un vendedor baja de rendimiento

- .-
- .-
- .-

Mis prioridades diarias en la relación con los vendedores

- .-
- .-
- .-

LIDERAZGO

Un Director Comercial es un líder y guía para sus vendedores y siempre va por delante de ellos en cuanto a definición de producto, posicionamiento en el mercado, actividades a realizar, definición del proceso de venta de su empresa y en la propuesta de nuevas ideas y caminos para la perfección de la venta. Además, debe ser una persona que sabe delegar en sus vendedores y no se dedica a micro-gestionar los quehaceres diarios de los vendedores.

Sabe premiar a los vendedores con buenos resultados, tanto económicamente como en aspectos de ánimo y afecto. Y sabe tomar decisiones drásticas cuando un vendedor queda rezagado en sus resultados o ha perdido fuelle definitivamente.

Qué debería mejorar en mi relación con los vendedores

- .-
- .-

Listar 2 aspectos que marcan mi posición como líder frente a mis vendedores

- .-
- .-

Lista 2 aspectos que resaltan que estás focalizado positivamente con tus vendedores

- .-
- .-

PLAN SALARIAL Y CUOTA

La fijación de la cuota para cada trabajo es un paso crítico. La cuota del comercial describe su trabajo, cuantifica su nivel de productividad y el retorno en su compensación. Pero nunca la cuota intentará aumentar el rendimiento de un comercial. La cuota cumple su función mientras sea conocida y marcada y deben haber consecuencias si la persona no la cumple reiteradamente.

Para motivar de forma positiva está el Plan salarial, el cual debe tener un salario base (el mínimo suficiente para que un buen vendedor venga a trabajar a nuestra empresa) y suficiente comisión para que los mejores vendedores ganen mucho dinero. Y hay que huir de los planes de remuneración que recompensan un bajo desempeño y quienes nunca alcanzan los objetivos deberían ser sustituidos.

Aspectos del Plan Salarial que no estén funcionando:

.-

.-

¿Qué se debería hacer?:

.-

.-

Ideas para motivar económicamente a los vendedores:

.-

.-

FORMACIÓN DE VENDEDORES

Hay que romper con la tendencia de dar formación a los vendedores de una forma estandarizada y muchas veces como consecuencia de algún consultor o empresa que se ofrece.

Más allá de ello y suponiendo que hemos reclutado un vendedor con los conocimientos, habilidades y experiencia suficiente, la formación debe ser a medida de cada vendedor y específica para tratar aquellos aspectos que necesitan un cambio de comportamiento inmediato para un trabajo de ventas más eficaz. Cualquier formación diferente a esto no hace más que generar coste superfluo.

Aspectos a mejorar de cada vendedor:

- .-
- .-

Técnicas a enseñar a cada vendedor:

- .-
- .-

Formación que crees que necesitarías tú mismo:

- .-
- .-

MI TIEMPO

Un Director Comercial debería dedicar el 100% de su tiempo a aquello directamente relacionado con los resultados de venta.

Hay que saber delegar y dirigir, y no querer estar siempre controlando hasta las menores incidencias de la actividad de nuestros comerciales.

Hay que planificar nuestra agenda y nuestras reuniones y dedicar también tiempo a la tarea productiva de pensar, y así buscar soluciones para mejorar día a día.

Qué cosas te hacen perder tiempo productivo:

.-

.-

Ideas para que tu tiempo sea más efectivo:

.-

.-

En qué (%) ocupas tu tiempo (reuniones, visitas, papeleo, viajes, café, acompañamiento, ventas, etc.):

.-

.-

EL PRODUCTO A VENDER

Es misión del Director Comercial que los vendedores conozcan todas las cualidades de los productos a vender y los beneficios que debe obtener un cliente por comprarlos pues, en la relación de nuestros vendedores con los clientes, hay que remarcar que solo se producirá la venta si el cliente percibe que nuestra oferta le aporta un beneficio adicional suficiente para animarle y justificar que deba comprar.

El producto a vender no se compone solo de la parte tangible que se percibe sino de toda una serie de aspectos intangibles que es recomendable proveer para diferenciarlo de la competencia.

Las mejores cualidades tangibles de mi producto:

.-

.-

Las mejores cualidades intangibles de mi producto:

.-

.-

Beneficios de mi producto respecto a la competencia:

.-

.-

Aspectos a mejorar/modificar en mis productos:

.-

.-