

SalesUp[®] 



 POR QUÉ MI EMPRESA NECESITA UN
PROCESO
DE **VENTAS?**

MENSAJE DEL AUTOR

En las siguientes páginas te comparto algunas estadísticas del **área comercial**, los factores que te ayudarán a incrementar tus ventas y te ofrezco una guía para establecer tu proceso comercial.

Te darás cuenta que definir un **proceso de ventas formal** utilizando las herramientas y artefactos adecuados, dará estructura a tu fuerza de ventas y comenzarás a cumplir los objetivos planteados.

Disfruta esta publicación y te deseo éxito en tus ventas.

Diego Bañuelos

DIRECTOR DE PRODUCTO

ÍNDICE

- 4 Algunas realidades del área comercial
- 6 Estableciendo un proceso de ventas formal
 - 6 Diagrama del proceso de ventas
- 7 Mapeo de acciones conducentes
- 8 Fija un estándar de captura en SalesUp!

ALGUNAS REALIDADES DEL ÁREA COMERCIAL

Intuitivamente, todos sabemos que el **área de ventas** juega un rol fundamental en el éxito de una empresa. Seguramente conoces alguna historia en donde las **fallas en el área comercial** precipitaron la quiebra de alguna empresa, aún cuando quizás no era nueva en el mercado. En un entorno cada vez más competido y con un mercado cada vez más exigente, todos estamos obligados a no descuidar esta importante área.

Aunque todo esto parece un asunto de sentido común, la realidad empresarial nos cuenta una historia muy diferente. En mi caso por ejemplo, tengo cinco años de experiencia diseñando y ejecutando campañas de marketing para apoyar a la fuerza de ventas, y después de trabajar literalmente con cientos de vendedores en más de 100 empresas diferentes, puedo asegurarte lo siguiente:



95% de las empresas tira el dinero a la basura sin saberlo

El 95% de las empresas no cuenta con un proceso formal de ventas, y peor aún, no saben cuánto dinero en marketing y sueldos están literalmente tirando a la basura por no contar con uno.



90% de las empresas sabe lo que vendió pero ignora lo que no vendió

Más del 90% de las empresas sabe lo que vendió pero ignora lo que no vendió. Te sorprenderá saber cuál es la tasa promedio que hemos encontrado: 11 a 1. ¡Once oportunidades perdidas en promedio por cada cierre exitoso!



85% de los vendedores atribuye a la suerte sus ventas

El 80% de los vendedores no tiene habilidades de ventas. Lo poco que venden lo atribuyen a la suerte o la falta de la misma.



45% de las oportunidades se pierde por falta de seguimiento

El 45% de las oportunidades de negocio se pierde porque los vendedores no contactan a sus prospectos (seguimiento deficiente).



70% de las empresas compensa equivocadamente a sus vendedores

El 70% de las empresas compensa equivocadamente a sus vendedores, generando zonas de confort que no incentivan la venta.

¿Reconoces algunos de estos problemas en tu propia empresa? Estoy seguro que así es. La buena noticia es que todos estos problemas tienen solución. Pero debo advertirte que incrementar tus ventas depende de mejorar los **tres factores** esenciales: **proceso de ventas**, **administración de ventas** y **cultura comercial**.

¿Te interesa incrementar los ingresos de tu negocio? Tenemos que trabajar en mejorar cada uno de los tres factores. El primero de ellos es el proceso de ventas y que podrás conocer cómo establecerlo en las siguientes páginas.

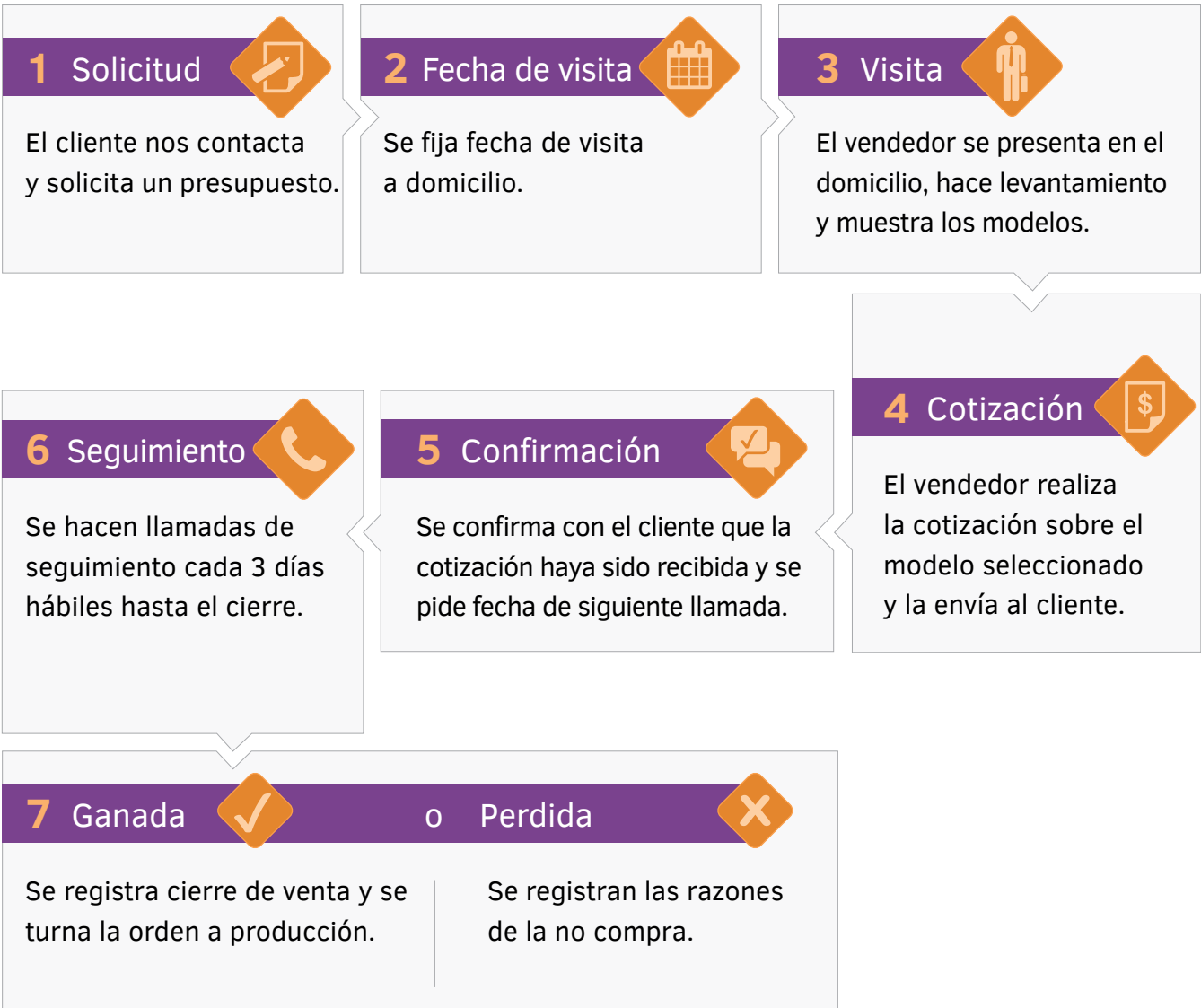
ESTABLECIENDO UN PROCESO DE VENTAS

- ▶ ¿Cómo vendes tus productos?
- ▶ ¿Cuáles son los pasos que sigue normalmente tu cliente?
- ▶ ¿Qué acciones o situaciones pueden ayudar en cada paso?

Prueba lo siguiente:

1 Diagrama del proceso de ventas

Diseña en un diagrama los **pasos** que tiene que seguir un cliente **para adquirir un producto**. Una compañía de cocinas integrales podría tener el siguiente proceso:



2

Mapeo de acciones conducentes

Haz una lista sobre qué cosas tienen que suceder en cada uno de estos pasos y de **quién son responsabilidad**. Tomando en cuenta el ejemplo anterior tenemos:

Solicitud 	Telemarketing agradece el interés en nuestra empresa y se le solicitan dos fechas en las que el cliente puede recibirnos en su casa. Telemarketing captura el prospecto en SalesUp! y confirma las fechas con Ventas.
Fecha de visita 	Telemarketing llama al prospecto y le confirma la fecha en que el vendedor visitará su domicilio. Captura esta fecha en SalesUp! y posteriormente reasigna el prospecto al vendedor disponible.
Visita 	El vendedor mostrará el catálogo de modelos disponibles y realizará un levantamiento de las dimensiones de la cocina. Capturará en SalesUp! el informe básico de la visita.
Cotización 	El vendedor realiza la cotización, agrega también las características opcionales que puedan aplicar al caso en particular y envía la cotización al prospecto. Se convierte en oportunidad en SalesUp! y se agrega la cotización.
Confirmación 	El vendedor confirma que la cotización haya sido recibida y la revisa en conjunto con el prospecto. Si el prospecto no puede atenderlo en ese momento, hace cita telefónica. Se registra seguimiento en SalesUp!
Seguimiento 	El vendedor realizará llamadas de seguimiento en las fechas que pida el cliente o máximo cada 3 días hábiles. Se registra seguimiento en SalesUp!
Ganada 	El vendedor procesa el anticipo y levanta la orden de producción. Se convierte en venta en SalesUp!
Perdida 	El vendedor pide la razón por la que no se realizó la compra y ante quién se perdió la oportunidad. Se documenta y descarta en SalesUp!

3

Fija un estándar de captura en SalesUp!

Finalmente, debes fijar un estándar de fases y asignar una probabilidad estándar (**certeza de cierre** en porcentaje) para cada paso del proceso así como determinar qué datos deben almacenarse en el seguimiento. En la siguiente tabla encontrarás un ejemplo que resume el **proceso de ventas completo**.

Paso	Responsable	Acción	SalesUp!
Solicitud 	Telemarketing	Agradecimiento y solicitud de dos fechas probables de visita.	Se captura como prospecto .
Fecha de visita 	Telemarketing	Revisar la disponibilidad del cliente y confirmar la fecha de visita.	Se captura la fecha de seguimiento , se etiqueta al prospecto con “ <i>Por visitar</i> ” y se reasigna al vendedor.
Visita 	Vendedor	Mostrar los modelos disponibles y levantar dimensiones de la cocina.	Se captura informe básico de la vista.
Cotización 	Vendedor	Preparar cotización y lista de opciones adicionales. Finalmente, enviar al cliente	Se convierte en oportunidad con una certeza de 50% . Se anexa la cotización en PDF a SalesUp!
Confirmación 	Vendedor	Confirmar que el cliente ha recibido la cotización y revisarla con él para ver si existe alguna objeción.	Se incrementa certeza al 60% si el vendedor revisa la cotización en conjunto con el cliente.
Seguimiento 	Vendedor	Realizar las llamadas de seguimiento en las fechas que especifique el cliente o máximo cada 3 días hábiles.	80% de certeza si pidió cambios a la cotización.
Ganada 	Vendedor	Si acepta, se procesa el anticipo y se procede a levantar la orden de producción.	Se convierte en venta .
Perdida 		Si se pierde, se pregunta con quién va a comprar y las razones por las que no pudimos servirle.	Se documenta la razón y se descarta.

En **SalesUp!** tenemos el **CRM** que te ayudará a estandarizar tu proceso comercial, registrar todos tus seguimientos, apoyar a la fuerza de ventas para que ahorre tiempo, mejore su velocidad de respuesta y con ello impacte positivamente a tus clientes y prospectos.

Comienza hoy mismo a trabajar en tu proceso y administración de ventas, reforzando siempre la cultura comercial en tu empresa.

www.salesup.com 