

ARMADO DE EQUIPOS



ARMADO DE EQUIPOS

EL OBJETIVO DE ESTE MÓDULO ES OBTENER HERRAMIENTAS PARA FORMAR UN EQUIPO DE TRABAJO EFICIENTE, DESDE EL PROCESO DE SELECCIÓN, CAPACITACIÓN Y MEDICIÓN DE LA PERFORMANCE DE CADA UNO.

EL ARMADO DEL EQUIPO DE TRABAJO ES EL CORE DEL ÉXITO EN LAS VENTAS, AUNQUE TENGAMOS UNA TÉCNICA DE VENTA ELEGIDA SI LAS PERSONAS QUE TIENEN QUE LLEVARLO ADELANTE NO ESTÁN CAPACITADAS Y ALINEADAS CON LOS OBJETIVOS ENTONCES NO OBTENDREMOS LOS RESULTADOS ESPERADOS.



PERFIL DE VENDEDOR IDEAL PARA MI NEGOCIO:

LO MÁS IMPORTANTE PARA DAR CON LOS PERFILES INDICADOS PARA MI EQUIPO ES PRIMERO, TENER EN CLARO QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE QUE TENER EL VENDEDOR IDEAL PARA MI NEGOCIO, DESDE QUE HABILIDADES Y COMPORTAMIENTOS OBLIGATORIOS DEBE LLEVAR ADELANTE EL ASESOR. CONTAR CON EL PERFIL INDICADO ME PERMITIRÁ DESARROLLAR Y POTENCIAR PERSONAS QUE SE ADAPTEN A LA NECESIDAD DE LA EMPRESA.

- 1. PERFIL:** TAL COMO VIMOS EN EL MÓDULO DE VENTAS EL PERFIL DEL VENDEDOR DEBE ESTAR ORIENTADO AL PERFIL LEÓN SOBRE EL PERFIL DE CEBRA.



PERFIL DE VENDEDOR IDEAL PARA MI NEGOCIO:

2. HABILIDADES Y COMPETENCIAS: QUÉ SABERES Y VIRTUDES DEBE TENER PREVIOS PARA DESARROLLAR TAREAS EN ESTE ROL Y CUÁLES VAMOS A DESARROLLAR. ALGUNAS DE ESTAS HABILIDADES SON INNATAS Y NO SE ENSEÑAN, ES POR ESO QUE DEBEMOS SER HÁBILES PARA DETECTARLAS EN EL PROCESO DE SELECCIÓN.

3. COMPORTAMIENTOS OBLIGATORIOS: QUÉ CONDUCTAS VAN A SER OBLIGATORIAS EN LA FORMA DE DESARROLLAR LAS FUNCIONES DEL DÍA A DÍA. LOS MISMOS SE RELACIONAN CON LO QUE NORMALMENTE CONOCEMOS COMO REGLAMENTO INTERNO Y PERMITE MANTENER UN ORDEN Y UN CLIMA DE TRABAJO AGRADABLE.

4. DESCRIPCIÓN DE PUESTO: QUE ACCIONES VAN A SER RESPONSABILIDAD DEL VENDEDOR. EN ESTE APARTADO ES IMPORTANTE SER DETALLISTA, Y PODER DIVIDIR DE CADA ÁREA QUE ESPERAMOS DEL VENDEDOR Y COMO SE TRADUCE EN ACCIONES CADA UNO DE ESOS ÍTEMS.



A CONTINUACIÓN, PRESENTAMOS UN EJEMPLO CON ALGUNAS DE LAS CARACTERÍSTICAS A TENER EN CUENTA PARA EL ARMADO DEL PERFIL COMERCIAL DE MI NEGOCIO:

HABILIDADES Y COMPETENCIAS:

- APRENDIZAJE Y DESAFÍO CONSTANTE
- ACTITUD POSITIVA Y CONSTANCIA
- GESTIÓN EFICIENTE DEL TIEMPO
- EMPATÍA E INTELIGENCIA EMOCIONAL

COMPORTAMIENTOS OBLIGATORIOS:

- ACTITUD DE SERVICIO Y SONRISA.
- BUENA PREDISPOSICIÓN Y FORMA DE COMUNICACIÓN AMABLE.
- IMAGEN DE EJECUTIVO: UNIFORME DEL GIMNASIO O VESTIMENTA ACORDADA.



DESCRIPCIÓN DE PUESTO:

- **FUNCIONES DEL ÁREA COMERCIAL:**

- CONOCER LOS DISTINTOS PERFILES DEL CLIENTE Y A QUÉ PÚBLICO APUNTAMOS.
- ESTUDIAR EL PROCESO DE VENTA, EJECUTAR LOS PASOS DE FORMA ORDENADA Y A CONCIENCIA PARA OBTENER EL MEJOR RESULTADO.
- MANEJAR OBJECIONES DE FORMA NATURAL Y ESTRATÉGICA.
- CONOCER EL OBJETIVO DE LA SEDE Y EL SUYO PERSONAL; COMPROMETERSE CON AMBOS ENTENDIENDO QUE SU APOORTE ES PARTE FUNDAMENTAL PARA ALCANZAR EL MISMO.
- DISPONER DE LA CARPETA DE AVERIGUADORES CON SUS HOJAS DE RUTA Y SU RESPECTIVO SEGUIMIENTO EN FORMA ORDENADA Y METÓDICA A DISPOSICIÓN DEL COORDINADOR.

- **FUNCIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA:**

- MANTENER EL ORDEN DE LA INFORMACIÓN UTILIZADA EN LA SEDE: DATOS DE SOCIOS A NIVEL GENERAL, CONTRATOS Y FICHAS.



- **FUNCIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA:**

- MANTENER EL ORDEN DE LA INFORMACIÓN UTILIZADA EN LA SEDE: DATOS DE SOCIOS A NIVEL GENERAL, CONTRATOS Y FICHAS.
- REGISTRAR Y ARCHIVAR LOS COMPROBANTES DE LOS EGRESOS Y TICKETS/ FACTURAS.
- GESTIONAR PAGOS Y COBRANZAS DE SOCIOS CON PLANES ACTIVOS.
- CONTROL DE LA CAJA AL INICIO Y AL CIERRE DE SU TURNO, ENTENDIENDO QUE ES RESPONSABLE DEL DINERO DENTRO DE SU TURNO.

TE SUGERIMOS ANALIZAR LAS ÁREAS DENTRO DE TU GIMNASIO Y TOMANDO ESTOS ÍTEMS A MODO DE EJEMPLO SUMARLE AQUELLOS QUE CONSIDERES IMPORTANTES PARA LA GESTIÓN DEL VENDEDOR.



INCORPORACIÓN DE NUEVOS RECURSOS:

- CUANDO COMENZAMOS UN PROCESO DE CAMBIO EN LA CULTURA DE NUESTRO GIMNASIO ES POSIBLE QUE MUCHOS DE LOS RECURSOS QUE ACTUALMENTE PARTICIPAN SE ACOPLEN A ESTA NUEVA ETAPA, Y TAL VEZ ALGUNOS DE ELLOS DEBAN SER REEMPLAZADOS, INCLUSO PODRÍAMOS NECESITAR MÁS INTEGRANTES EN NUESTRO ACTUAL STAFF. ES POR ELLO QUE ES IMPORTANTE DIAGNOSTICAR DENTRO DE ESTE ESCENARIO Y PLANIFICARNOS LA POSIBLE INCORPORACIÓN DE NUEVOS RECURSOS.
- PARA ELLO TE SUGERIMOS: DEFINIR UN PROCESO DE BÚSQUEDA - CAPACITACIÓN - INCORPORACIÓN QUE SE ENCUENTRE ESTANDARIZADO NOS PERMITIRÁ TENER SIEMPRE UNA HOJA DE RUTA DE CÓMO LLEVARLO ADELANTE TANTO QUE SEAMOS NOSOTROS U OTRA PERSONA LA QUE LO EJECUTE.



PROGRAMA DE CAPACITACIÓN:

- PARA CADA INCORPORACIÓN QUE HAGAMOS EN NUESTRO EQUIPO DEBEMOS TENER PLANIFICADO UN PROGRAMA DE FORMACIÓN, INCORPORACIÓN Y PASANTÍA QUE ME PERMITA:
 - 1 - PLANIFICAR EN CUÁNTO TIEMPO VOY A TENER EL NUEVO RECURSO PREPARADO PARA LA INCORPORACIÓN, O EL REEMPLAZO DE OTRO SI ASÍ FUERA.
 - 2- ESTABLECER CLARAMENTE LAS FUNCIONES DEL PUESTO Y QUE SE ESPERA DE UN VENDEDOR.
 - 3- CONOCER O CONSULTAR AL ÁREA CORRESPONDIENTE LOS DETALLES DE CONTRATACIÓN (SUELDO, MODALIDAD, PAGOS Y FECHAS).



PROGRAMA DE CAPACITACIÓN:

4 - DISEÑAR EL CONTENIDO DE LA CAPACITACIÓN:

- COMPORTAMIENTOS OBLIGATORIOS A RESPETAR
- EL PROCESO DE VENTA ELEGIDO Y BAJADO A UN MATERIAL ESCRITO QUE LE PUEDA PASAR A LOS CANDIDATOS PARA QUE ESTUDIEN (VER MÓDULO 2 VENTAS)
- PROCESOS ADMINISTRATIVOS A LLEVAR ADELANTE (EJ. DÉBITOS AUTOMÁTICOS)
- PERFIL DE VENTAS (VER MÓDULO 2 VENTAS)
- CAPACITACIÓN DEL SISTEMA
- INFORMES A ENVIAR (INFORMACIÓN Y DETALLE DE LA FRECUENCIA)
- PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL GIMNASIO (VER MÓDULO 1 FICHA DE PRODUCTOS)
- MODELO DE ATENCIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES.



EL PROGRAMA DEBERÍA INCLUIR LOS PLAZOS DE:

- 1- CAPACITACIÓN INDUCCIÓN INICIAL Y FORMACIÓN DE LOS CONTENIDOS TEÓRICOS BÁSICOS DEL PUESTO.**
- 2- EVALUACIÓN Y PRÁCTICA DE LAS FUNCIONES DEL PUESTO.**
- 3- PASANTÍA: DURACIÓN, HORARIOS, FUNCIONES A DESARROLLAR Y CIERRE DE LA MISMA.**

A CONTINUACIÓN, TE MOSTRAMOS UN EJEMPLO DE CÓMO PLANIFICAR ESTE PROCESO:



1- PROCESO DE BUSQUEDA Y SELECCIÓN:

- SEMANA 1: LUNES A JUEVES – PUBLICACIÓN DE AVISO DE BÚSQUEDA Y RECOLECCIÓN DE CVS.
- SEMANA 1: VIERNES – PRIMER CONTACTO A LOS CANDIDATOS PARA COORDINAR ENTREVISTAS
- SEMANA 2: LUNES A MIÉRCOLES – PRIMER ENTREVISTA VIRTUAL Y PRIMERA SELECCIÓN
- SEMANA 2: JUEVES Y VIERNES SEGUNDA ENTREVISTA PRESENCIAL
- SEMANA 3: LUNES A VIERNES – SEMANA DE INDUCCIÓN Y CAPACITACIÓN
- SEMANA 4: LUNES A VIERNES – SEMANA DE PASANTÍA E INCORPORACIÓN DEL NUEVO RECURSO



2- PROCESO DE CAPACITACIÓN:

- SEMANA 1: CAPACITACIÓN
- DÍA 1 - DE 14 A 18 HS: INDUCCIÓN DE VENTAS (PASOS DE LA VENTA, USO DEL PERFIL DE VENTAS) + RECORRIDO POR EL GIMNASIO.
- DÍA 2 - DE 14 A 18 HS: PRÁCTICA DE LOS CONTENIDOS BAJADOS EL DÍA ANTERIOR + TOMA DE 2 CLASES.
- DÍA 3 - DE 14 A 18 HS: OBSERVACIÓN DE LAS FUNCIONES Y LOS CONTENIDOS VISTOS DE FORMA DIRECTA EN LA RECEPCIÓN + TOMA DE 2 CLASES.
- DÍA 4 - DE 14 A 18 HS: EVALUACIÓN DE LOS PROCESOS APRENDIDOS + TOMA DE 1 CLASE.
- DÍA 5 - DE 14 A 18 HS: PRÁCTICA DE LOS PROCESOS APRENDIDOS DIRECTAMENTE EN LA RECEPCIÓN + TOMA DE 1 CLASE.



2- PROCESO DE CAPACITACIÓN:

- SEMANA 2: PASANTÍA
- DÍA 1 A 5 – DE 14 A 18 HS: PRÁCTICA DE LOS PROCESOS APRENDIDOS DIRECTAMENTE EN LA RECEPCIÓN Y TOMA DE 1 CLASE. CIERRE DEL DÍA 5 CON EVALUACIÓN Y RESULTADOS DEL PROCESO Y CÓMO SEGUIR.

EL ARMADO DEL PROCESO TIENE QUE ESTAR 100% ADAPTADO A LOS TIEMPOS DE TU GIMNASIO, SI BIEN ALGUNOS CAMBIOS SE REALIZAN EN PLAZOS MÁS CORTOS, TENER UN PROCESO ESTÁNDAR AYUDA AL MOMENTO DE TENER QUE RESOLVER RÁPIDAMENTE.



REGISTRACIÓN DE DATOS:

ES IMPORTANTE TENER UN PROCESO QUE ESTÉ ESTANDARIZADO Y BAJADO A UN MANUAL PARA QUE EL VENDEDOR TENGA EN CLARO QUE DATOS TIENE QUE BAJAR AL SISTEMA COMO PARTE DEL PROTOCOLO.

- PARA ELLO DIVIDIREMOS LOS DATOS EN 3 TIPOS:
- **DATOS PERSONALES:** SE TRATA DE LOS DATOS PERSONALES DEL CLIENTE, SIEMPRE INTENTAREMOS OBTENER EL NOMBRE Y APELLIDO, TELÉFONOS, MAIL Y FECHA DE NACIMIENTO. DADO QUE SON DATOS QUE APORTAN INFORMACIÓN PARA LA SEGMENTACIÓN Y LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE.
- EL DATO MÁS IMPORTANTE DEL CLIENTE ES EL TELÉFONO CELULAR DADO QUE ES LA FORMA EN LA QUE VAMOS A PODER TOMAR CONTACTO CON ÉL A LO LARGO DEL TIEMPO.
- LOS DATOS ACCESORIOS SON AQUELLOS QUE APORTEN INFORMACIÓN PERO QUE NO VA A REPRESENTAR INCONVENIENTES PARA LA CONTACTACIÓN SI NO LOS TENEMOS, COMO LA DIRECCIÓN Y EL DNI.



REGISTRACIÓN DE DATOS:

- **SEGUIMIENTOS:** TODA LA INFORMACIÓN DEL HISTORIAL DE CHARLAS CON EL AVERIGUADOR/CLIENTE, DESDE QUE SE CONTACTÓ POR PRIMERA VEZ HASTA LA ACTUALIDAD.
- **LOS DATOS DE SEGUIMIENTO DEBEN SER BAJADOS A UN SISTEMA O CRM PARA PODER MANTENERLOS AL DÍA Y ORDENADOS, EVITANDO QUE EL ÚNICO LUGAR DONDE QUEDEN SEA EL WHATSAPP DE LA SEDE YA QUE LA MISMA PODRÍA PERDERSE.**
- **AGENDA:** SON AQUELLOS DATOS QUE REPRESENTAN ACCIONES A REALIZAR CON EL CLIENTE, A LAS CUALES TENDREMOS QUE DARLE SEGUIMIENTO CON EL PASO DE LOS DÍAS.

FINALIZADA LA CAPACITACIÓN DE LOS NUEVOS RECURSOS Y POST INCORPORACIÓN, DEBEMOS SABER QUE PROCESOS SE BAJARÁN PROGRESIVAMENTE Y SERÁN APRENDIDOS CON EL TRANCURSO DE LOS DÍAS DE TRABAJO. ADEMÁS, ARTICULAR PRÁCTICAS DE SEGUIMIENTO Y AUDITORIA DEL TRABAJO, LAS CUALES VAMOS A VER.



VENTA TELEFÓNICA: TOMA DE DATOS Y AGENDAMIENTOS

- PARA AQUELLAS COMUNICACIONES QUE SE REALICEN DE FORMA TELEFÓNICA TAMBIÉN ESTABLECEREMOS UN PROCESO DE REGISTRO CLARO QUE NOS PERMITA OBTENER LOS DATOS NECESARIO PARA CONTINUAR LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE:
- EN EL CASO DEL LLAMADO TELEFÓNICO EL PROCESO DE VENTA DEBERÁ INCLUIR LA VALIDACIÓN DE DATOS COMO EL CELULAR DESDE EL CUAL SE COMUNICÓ, LO MÁS PROBABLE ES QUE LUEGO DE ESA COMUNICACIÓN EL POTENCIAL CLIENTE SE ACERQUE PRESENCIALMENTE Y PODAMOS OBTENER LOS DATOS RESTANTES, PERO ES IMPORTANTE QUE ES CONVERSACIÓN NO TERMINE SIN REGISTRAR EL NÚMERO CORRECTO.



HERRAMIENTAS PARA LLEVAR LOS CONCEPTOS A LA PRÁCTICA:

- **PRÁCTICA DE VENTA Y ROLE PLAY:**
- UNA VEZ QUE LOS PERFILES HAYAN SIDO CAPACITADOS DEBEMOS AYUDARLOS A LLEVAR A LA PRÁCTICA LO APRENDIDO, DADO QUE CUANDO LLEGUEN AL MOMENTO DE LA VENTA DEBEN LOGRAR APLICAR LA MAYOR CANTIDAD DE HABILIDADES APRENDIDAS. PARA ELLO UTILIZAREMOS LA TÉCNICA DE ROLE PLAY O JUEGO DE ROLES.
- SE TRATA DE UNA TÉCNICA QUE PERMITE SIMULAR EL ESCENARIO EN EL CUAL EL VENDEDOR SE ENCONTRARÍA FRENTE AL CLIENTE, SIMULANDO DIFERENTES ESCENARIOS Y PRACTICANDO COMO DESENVOLVERSE FRENTE A LOS MISMOS, PERMITIENDO ADQUIRIR LA EXPERIENCIA DE LA VENTA, QUE NORMALMENTE NO SE DA HASTA QUE EL COLABORADOR LLEGA A LA PRÁCTICA. ESTE TIPO DE DINÁMICA ES ESENCIAL PARA CALIFICAR A LOS VENEDORES Y AUMENTAR LA TASA DE CONVERSIONES.



PRÁCTICA DE VENTA Y ROLE PLAY:

- PLANIFICARLO PARA QUE EL VENDEDOR TENGA TIEMPO DE PRACTICAR PREVIAMENTE
- BUSCAR UN ESPACIO TRANQUILO PARA QUE EL VENDEDOR PUEDA CONCENTRARSE
- FOMENTARLO COMO UN ESPACIO DE CRECIMIENTO, DANDO LUGAR AL ERROR COMO PARTE DEL CRECIMIENTO
- EXPLICAR LA IMPORTANCIA DE LA PRÁCTICA PARA SOLTARSE FRENTE A LOS CLIENTES REALES
- EN CADA PRÁCTICA DEBEN SURGIR ACUERDOS DE MEJORA, DE FORMA TAL QUE EN LA SIGUIENTE SE PUEDA REVISAR LA EVOLUCIÓN
- IDENTIFICAR SI LA MEJORA ES UN ASPECTO DE LA TÉCNICA DE VENTA, LENGUAJE O ENERGÍA PARA DAR UN FEEDBACK ASERTIVO
- EN EL CASO DE LOS COLABORADORES QUE YA VIENEN TRABAJANDO, ES IMPORTANTE MANTENER LA PRÁCTICA TRABAJANDO SOBRE AQUELLOS PASOS O HABILIDADES QUE SE PUEDEN POTENCIAR
- LA ACCIÓN DEBE TENER UN SEGUIMIENTO, LO IDEAL ES TERMINAR LA MISMA PLANIFICANDO LA FECHA DE LA PRÓXIMA.



PLANILLA DIARIA DE VENDEDORES:

- PARA UNA CORRECTA LECTURA DE PROGRESOS Y RESULTADOS, ES NECESARIO QUE LOS VENDEDORES SEPAN INICIALMENTE QUÉ SE ESPERA DE ELLOS BAJADO A OBJETIVOS NUMÉRICOS, Y LUEGO COMO VAN EN EL DÍA A DÍA CON ESOS OBJETIVOS. ES POR ESO QUE LO IDEAL ES TENER UN SISTEMA DE REGISTRO DE LOS MISMOS PARA QUE PUEDAN IR LLEVANDO EL CONTEO DEL DÍA A DÍA. ALGUNOS DE ESOS DATOS PODRÁN INTERPRETARLOS SOLOS, Y OTROS LES AYUDAREMOS A IR APROPIÁNDOSE DE LOS MISMOS PROGRESIVAMENTE.
- LOS INDICADORES QUE SUGERIMOS QUE LOS VENDEDORES SINGAN DE CERCA SON:

1- FACTURACIÓN: ES DECIR CANTIDAD DE \$\$ VENDIDOS

- CUANDO VENDE POR DÍA
- CUÁL ES EL % ALCANZADO
- SI VIENE ADELANTADO O ATRASADO RESPECTO DE LA FECHA DEL MES.



PLANILLA DIARIA DE VENDEDORES:

2- AVERIGUADORES:

- CANTIDAD DE AVERIGUADORES QUE TIENE POR DÍA
- CUANTOS TUVO Y CUANTOS LOGRÓ CONVERTIR EN CLIENTE
- CUÁL ES EL % DE CONVERSIÓN TOTAL

3- RENOVACIONES:

- CUÁNTAS RENOVACIONES TIENE ASIGNADAS
- CUÁNTAS LOGRÓ RENOVAR
- CUÁNTAS NO LOGRÓ RENOVAR
- MOTIVOS DE LA NO RENOVACIÓN

PARA PODER DAR SEGUIMIENTO A ESTOS INDICADORES DEBEMOS TENER EN CUENTA QUE ALGUNOS DE ELLOS PODRÁN SER EXTRAÍDOS DEL SISTEMA QUE UTILICEMOS Y OTROS DEBERÁN SER COMPLETADOS POR EL VENDEDOR EN UNA PLANILLA QUE PREPARE SU COORDINADOR, POR LO TANTO, ES IMPORTANTE QUE EL VENDEDOR COMPRENDA, LA IMPORTANCIA DEL DATO Y EL COMPROMISO DE VOLCARLO EN LA PLANILLA INDICADA.



CARPETA DE VENDEDORES:

PARA DAR SEGUIMIENTO A LA PERFORMANCE DE VENTAS DE CADA VENDEDOR Y VER LOS AVANCES, ES NECESARIO QUE CADA UNO TENGA UNA CARPETA DONDE PUEDA TENER ORDENADA LA INFORMACIÓN DE SU TRABAJO DÍA A DÍA.

- EN ESA CARPETA DEBERÁN ESTAR CLASIFICADOS LOS PERFILES DE VENTA PARA UNA LECTURA SIMPLE:

1. LOS QUE CONTRATARON UN PLAN
2. LOS QUE REQUIEREN SEGUIMIENTO
3. LOS QUE NO CONTRATARON Y NO PUDIMOS CONVERTIR NI CON UN SEGUIMIENTO CORRECTO

EL CORRECTO USO DE ESTA ACCIÓN SUMADO A SU SEGUIMIENTO ES FUNDAMENTAL PARA:

- CONOCER LOS MOTIVOS DE NO COMPRA: DE FORMA QUE PODAMOS SACAR LAS CONCLUSIONES ADECUADAS DE PORQUE EL CLIENTE “NO ME ELIGE”.
- DAR SEGUIMIENTO A LOS VENDEDORES EN SUS ÁREAS DE MEJORA: TRABAJAR CON CIERTA FRECUENCIA PARA MEJORAR LAS HABILIDADES DEL VENDEDOR Y AUMENTAR SU CONVERSIÓN.