

BUSINESS FACTORY



Invertir en capacitación Es la mejor inversión



LUIS ANTONIO LAMAS MAUPOMÉ

Consultor en Mercadotecnia y ventas

55 5414 9778

ceo@bf-global-institute.com

Además es deducible de impuestos

Transformando su Gerencia de Ventas

Enfrentamos un reto común: vendedores sin actualización en nuevas herramientas.

Nuestra Solución: un Diplomado integral de tres Módulos diseñado para actualizar a Gerentes de Ventas.

Una vez actualizado, podrá facilitar el fortalecimiento de las competencias, la cultura organizacional y visión estratégica de su equipo.



INTRO

¡Las personas, que no se actualizan,
se sentirán rebasadas y serán incompetentes!

¿Qué es una COMPETENCIA?



Una persona es **competente**, cuando tiene los conocimientos, habilidades, destrezas y valores, los pone en práctica, con una **actitud mental positiva** y obtiene **los resultados tal y como se esperaba**.

Módulo 1: Manual de Competencias



Identificación

Detectamos competencias clave para vendedores exitosos.



Análisis de brechas

Evaluamos la distancia entre habilidades actuales y necesarias.



Estrategias

Desarrollamos planes personalizados para cerrar brechas identificadas.



Manual personalizado

Creamos un documento práctico adaptado a su Gerencia de ventas.

Ejemplo Manual de competencias

**Elaborado por
este equipo
de colaboradores**

para

**Óscar Morales
Director General**

Octubre 2024

Para: Óscar Morales
Director General



Elaborado por todo este
equipo de colaboradores

Hoy deseamos agregar valor a nuestra fuente de trabajo, por ello redactamos estos preceptos con la VISIÓN de que sean una especie de FUENTE DE INSPIRACIÓN para todos nosotros.

Gloria Angélica Hernández Toribio
María del Carmen Contreras Lara
María Lourdes Hernández Ibarra
Laura Valdés Ruíz
Ruth Romero Martiñón
Brenda Romero Martiñón

Ricardo Sánchez Plascencia
Netzahualcóyotl Magaña Bacab
Karina Bacab Barrera
Antonio Salvador Alqusia
Jorge Quintero Velázquez
Anamilet Niserat Toledano de la Rosa

Competencias previas

Concepto N° 1

Tener la firme voluntad para vender

Significa:

Tener el gusto por la función de ventas, poseer gusto por las relaciones con los demás.
Poseer la actitud y las aptitudes necesarias para disfrutar el mundo de las ventas.

Se aplica:

Dedicando un tiempo para el conocimiento de los productos que ofrecemos, de sus características especiales, de su aplicación, de cómo éstos cubren las necesidades de ciertos clientes.
Adquiriendo conocimientos técnicos, administrativos, humanísticos y de interacción para ser más eficientes en esta importante función del Grupo M.P.

efectos positivos

Crece la auto - confianza.
Se incrementan las ventas personales.
Se logran los objetivos personales.
Se aumenta la rentabilidad per capita

efectos negativos

Desventaja competitiva
Falta de preparación
Pérdida de clientes y
Pérdida de mercado

¿Cómo se puede evaluar cuantitativamente este precepto?

:

Competencias Antes de ir

Concepto N° 11 Fijar en su mente que el propósito de la cita es vender

Significa:

Preparamos al 100 % lo cual aumenta la probabilidad de que nuestra siguiente cita, culmine con una venta sólida.

Se aplica:

Previendo las necesidades del cliente y planeando lo que vamos ir a **investigar** a través de hacer preguntas

efectos positivos

Se cultiva el arte de saber escuchar al cliente
El cliente se siente mejor atendido y se desahoga.
El cliente nos recomienda más adelante.

efectos negativos

Se pierde el interés hacia nosotros, por parte del cliente.
Se corre el riesgo de saturar al que nos escucha.
Se estará dejando abierta la puerta a la competencia

Acciones concretas, para convertir lo anterior en un sólido hábito

: Adquirir más conocimientos tanto en c/u de nuestros productos como en sus especificaciones.
Tener fijo un objetivo, antes de ir a una cita.
Elaborar una estrategia acorde a dicho objetivo.

Competencias al estar frente a frente

Concepto N° 21 **Ser puntual en cada cita**

Significa:

Respetar mi tiempo y el de la otra persona. Dar formalidad a esa cita y a esa persona.

Se aplica:

Planeando el tiempo adecuado para trasladarse y manejarse con el tiempo a favor.

efectos positivos

La imagen propia y de la empresa se fortalecen
Se logra despertar un mayor interés, desde allí.
Se deja ver que uno es una persona organizada.

efectos negativos

Se genera desconfianza.
Falta de credibilidad en lo subsecuente.
Se crea apatía hacia la persona informal.

Acciones concretas, para convertir lo anterior en un sólido hábito

Organizar bien el tiempo de cada día.
Respetar en primera instancia el tiempo del cliente...y así él respetará el nuestro.

Competencias al salir de la cita

Concepto N° 31 **Cumplir con la entrega dentro del tiempo prefijado, es un compromiso vital.**

Significa:

Cumplir con el compromiso adquirido, dentro del tiempo acordado.

Se aplica:

Verificar capacidad y programar en conjunto con el cliente

efectos positivos

Nuestro Cliente se siente satisfecho
Su credibilidad en nosotros se incrementa.
La confianza crece.

efectos negativos

Riesgo de venta única.
Nuestra imagen se deteriora.
Podemos afectar al cliente en sus procesos.

Acciones concretas, para convertir lo anterior en un sólido hábito

Haciendo un seguimiento estrecho y preciso, con cada cliente y sus programas.
Estableciendo una adecuada comunicación interna.

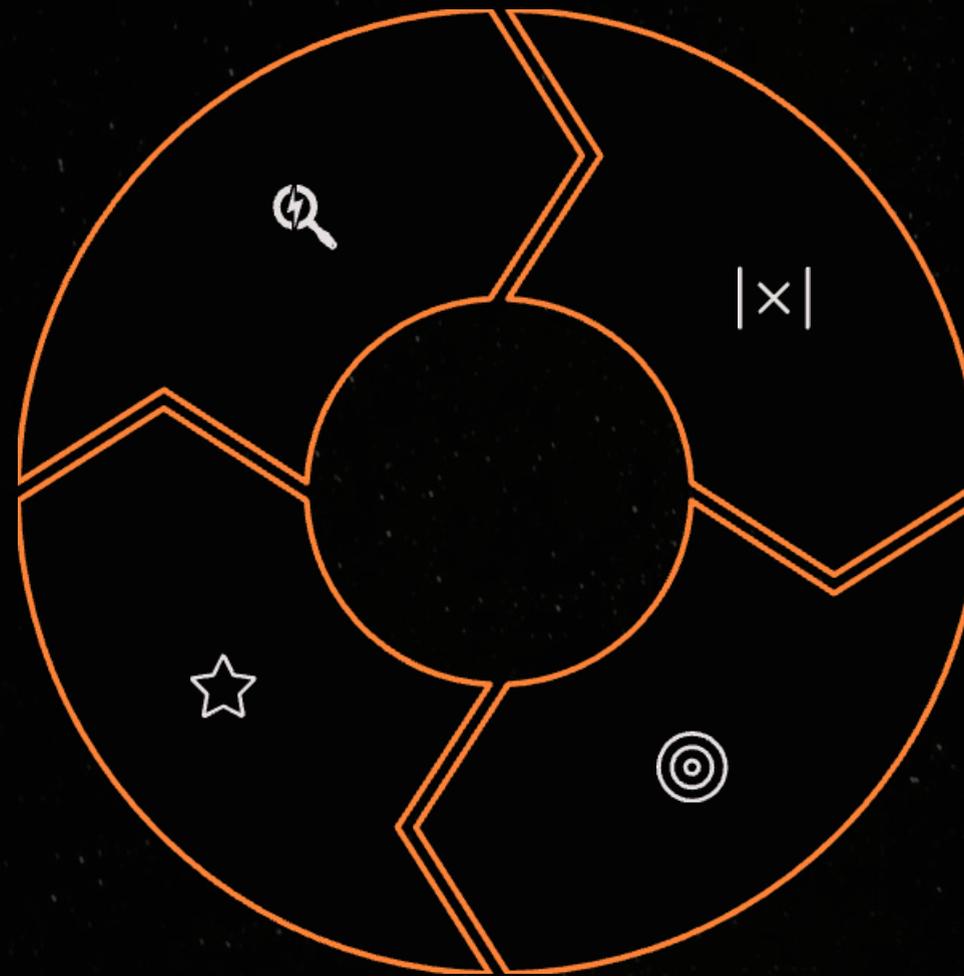
Módulo 2: Cultura Organizacional

Evaluación

Analizamos su cultura actual mediante herramientas especializadas.

Implementación

Ejecutamos y monitoreamos el nuevo modelo cultural.



Definición

Establecemos valores y comportamientos deseados.

Diseño

Creamos estrategias para alinear cultura con objetivos comerciales.

Ejemplo Cultura Organizacional

MODELO SOY TOTALMENTE PALACIO

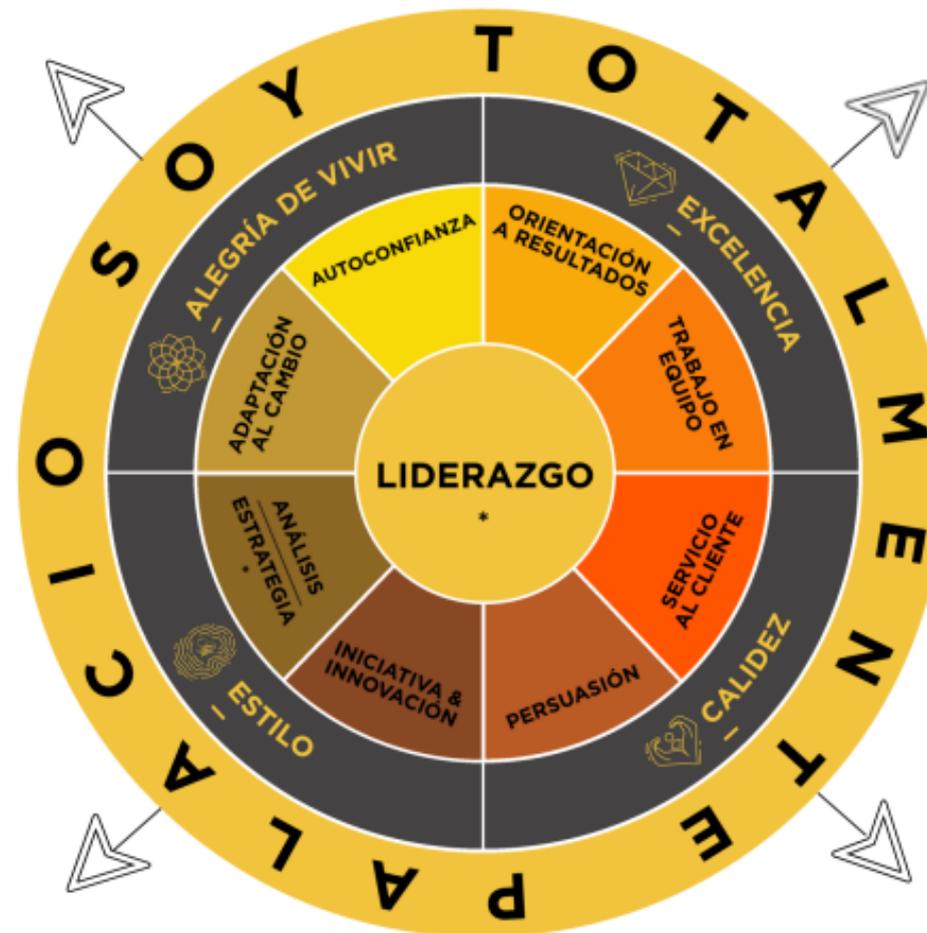
ALEGRIA DE VIVIR

Yo
Abrazamos el cambio porque confiamos en nuestras capacidades.

ESTILO

Creamos ideas que nos hacen únicos

Pensar



Hacer

EXCELENCIA

Somos apasionados y juntos nos comprometemos a hacer que las cosas sucedan

CALIDEZ

Motivamos a los que nos rodean con experiencias y relaciones excepcionales

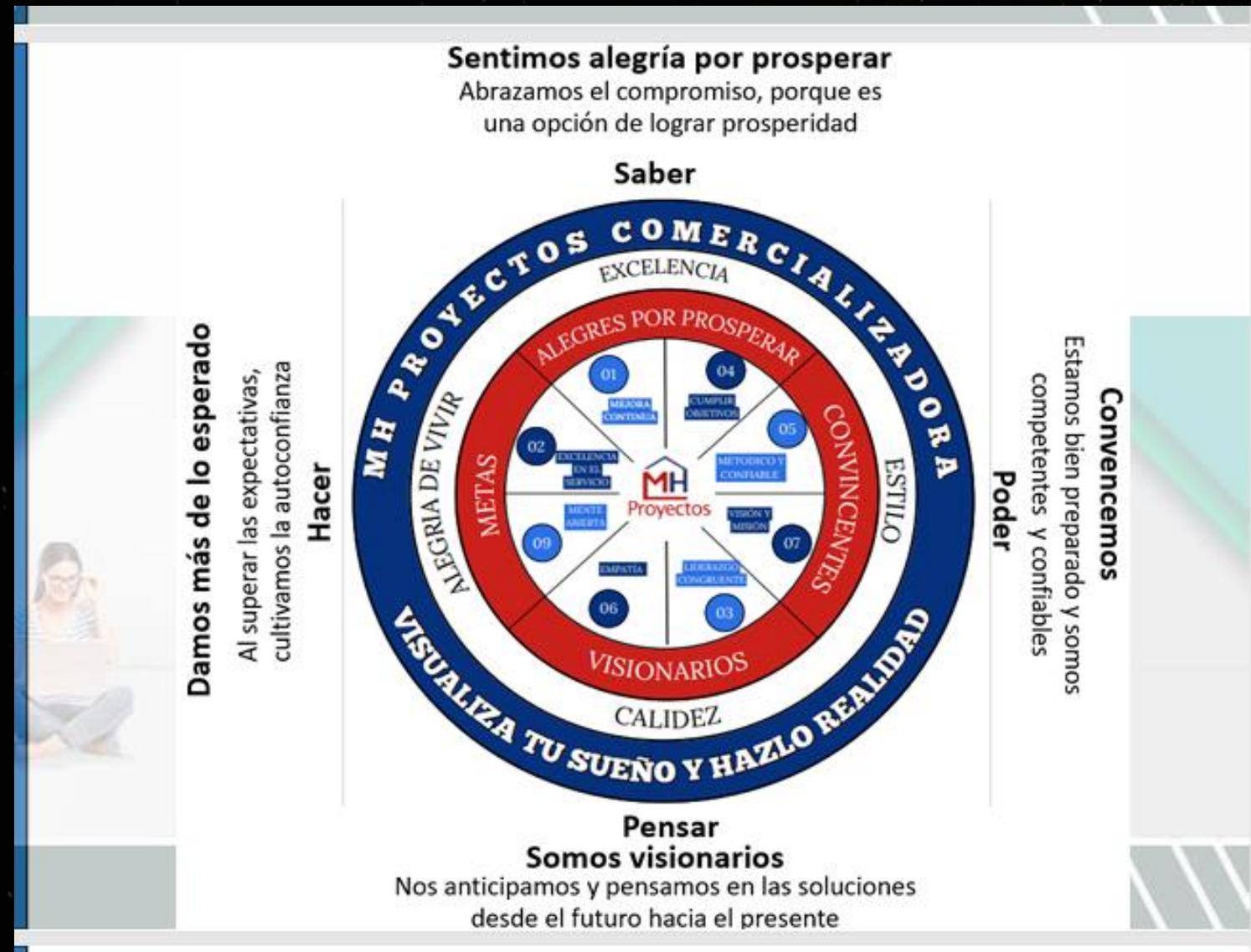
Otros

Ejemplo Cultura Organizacional

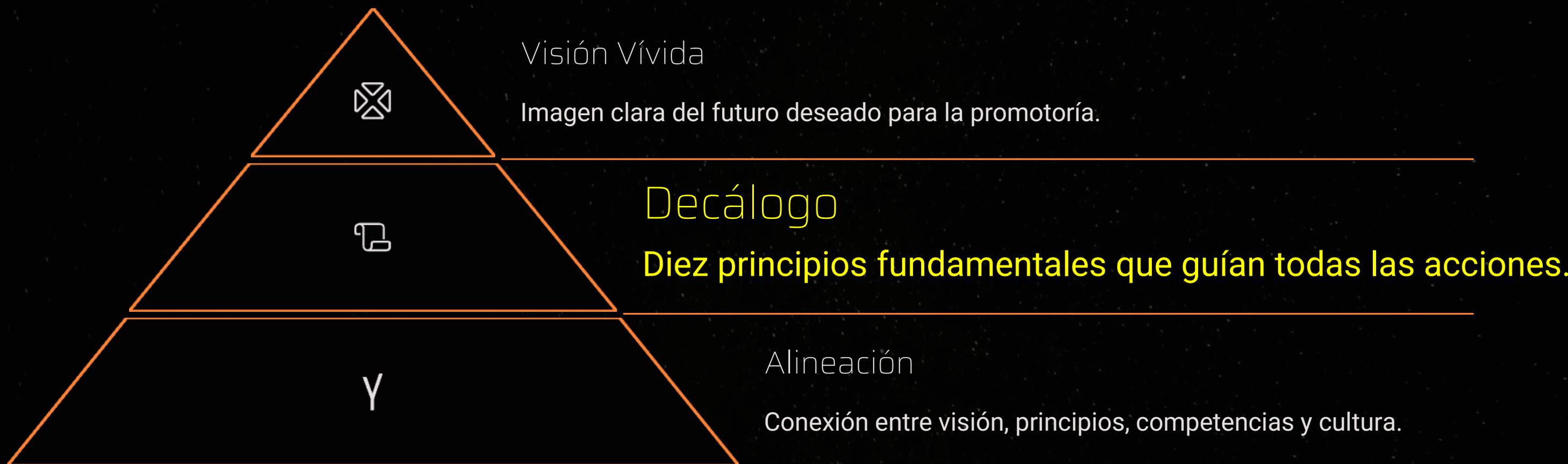


Ejemplo

Cultura Organizacional



Módulo 3: Decálogo



Concluimos con un plan de acción para integrar estos elementos en su operación diaria.

Ejemplo Decálogo

Decálogo



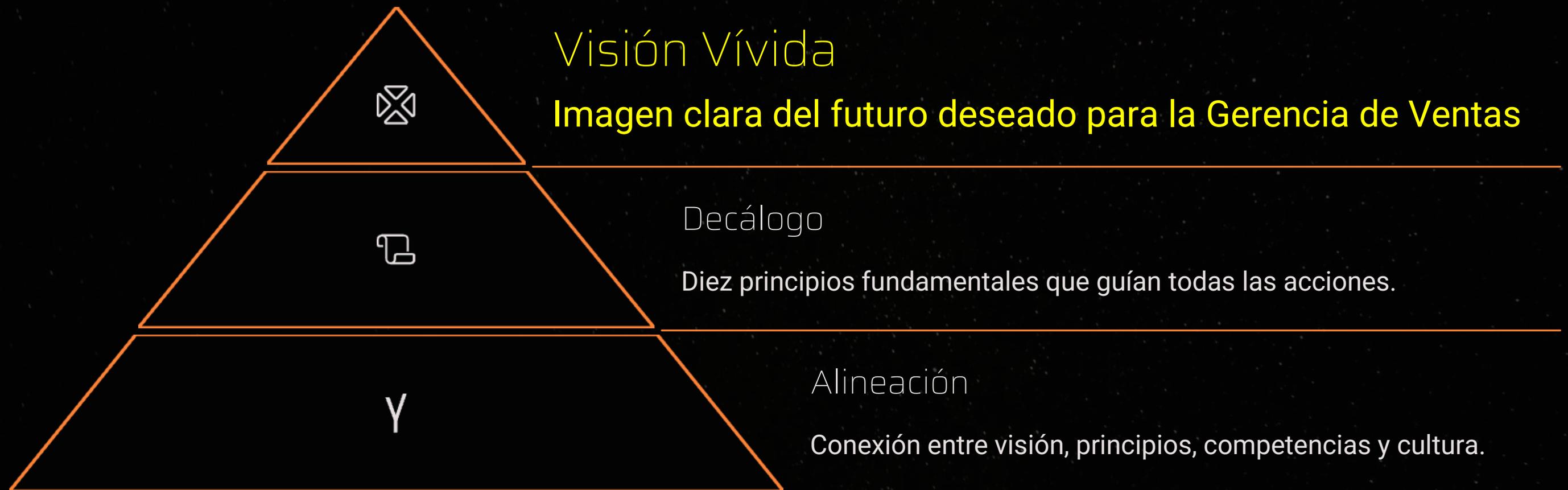
1. Exigirme más a mí mismo, de lo que los demás esperan de mí.
2. Dar a cada uno de mis clientes una atención mejor que la que nadie les ha dado.
3. Seré un ejemplo viviente, cultivaré valores de respeto, puntualidad y persistencia
4. Me comprometeré firmemente a alcanzar mis metas, mes con mes
5. Trabajaré en base al método y aplicaré lo aprendido durante mi entrenamiento
6. Cultivaré mi visión, para influir y cambiar mi vida, a través de mis Metas.
7. Preguntaré y escucharé con atención, venderé a través de preguntas inteligentes
8. Asistiré a todas las reuniones de vendedores y aprenderé algo bueno de cada una.
9. Conoceré y mejoraré mi efectividad, a través de llevar estadísticas diarias.
10. Cada día alimentaré mi mente con nuestra nueva visión de romper récords.

20% extra

Cuidaré de mi apariencia y el tono de voz, para ser congruente.

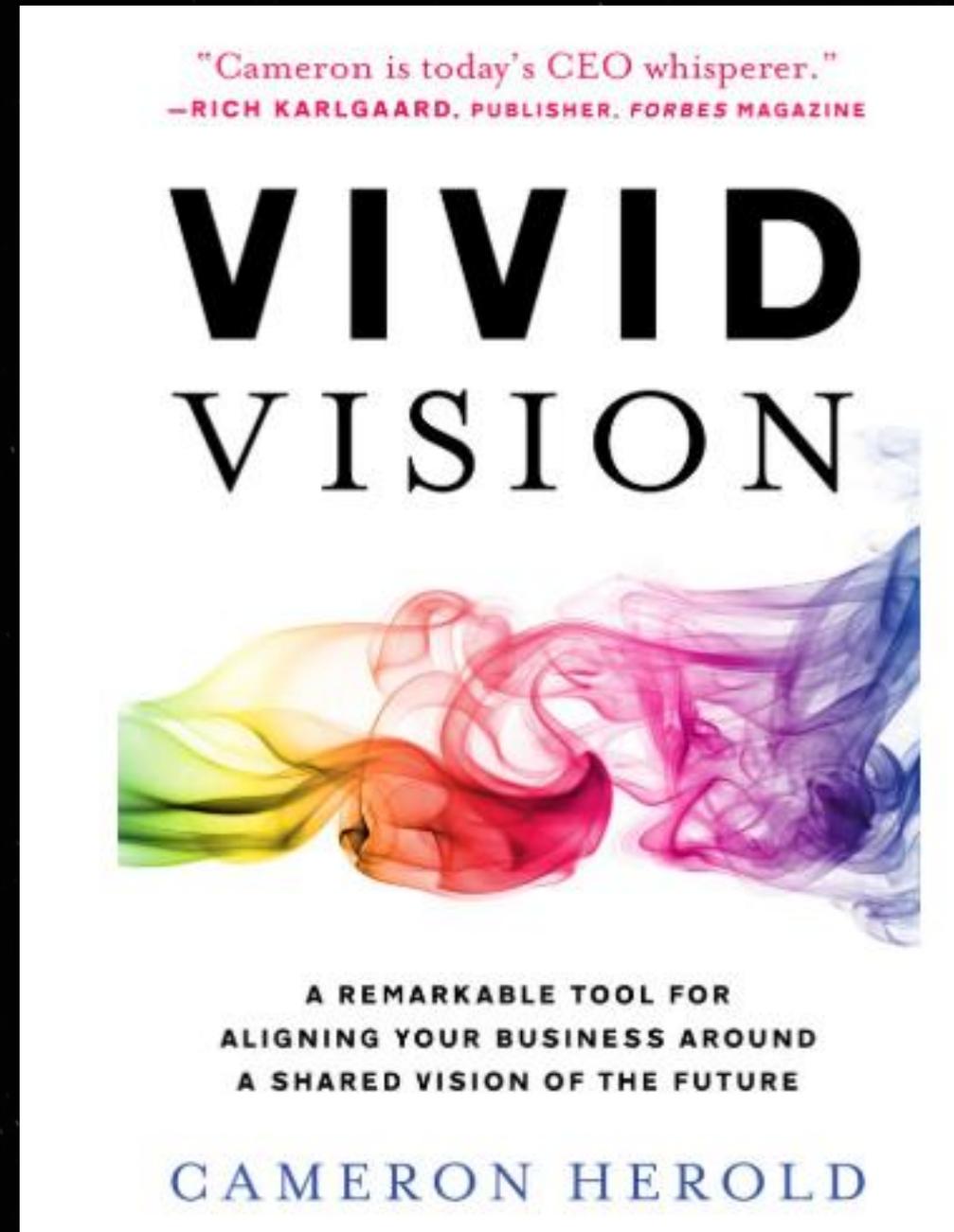
Me mantendré sencillo y con mente abierta

Módulo 4 Visión vívida



Concluimos con un plan de acción para integrar estos elementos en su operación diaria.

Basado en el libro



Módulo 4 Visión vívida



Concluimos con un plan de acción para integrar estos elementos en su operación diaria.

BUSINESS FACTORY



Invertir en capacitación Es la mejor inversión



LUIS ANTONIO LAMAS MAUPOMÉ

Consultor en Mercadotecnia y ventas

55 5414 9778

ceo@bf-global-institute.com

Además es deducible de impuestos