Pensamiento Comercial

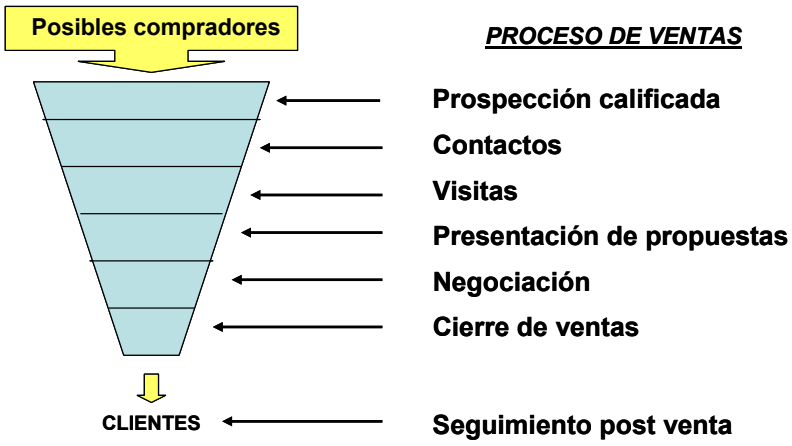
Cómo incrementar las ventas en tiempos de crisis…

Es normal que a muchas personas la palabra **crisis** les produzca temor y las paralice. El significado de la palabra sin embargo es interesante. En japonés, crisis, denota "peligro" y a la vez "oportunidad" . La primera acepción de la palabra nos lleva a un estado de ánimo negativo, que se traduce en estrés, preocupación y agobio. Yo prefiero adoptar el significado de oportunidad, eso me produce un estado positivo de ánimo para buscar nuevas opciones y salir avante de la crisis.

A continuación le expondré **5 recomendaciones** que sugiero realizar con el fin de mejorar sus ventas en estos tiempos difíciles:

1- Revise su proceso de ventas:

Asegúrese de que su fuerza de ventas aplica el proceso de ventas en todas sus fases, desde el primer paso de la prospección de clientes hasta el seguimiento post venta. Un esquema tipo "embudo" puede ayudar a ilustrar este punto:



Adicionalmente, para tener un proceso eficaz, asegúrese de:

a- Que en **todos los niveles** haya "clientes" en cualquier momento para asegurar la continuidad del proceso.
b- Que se lleve un **sistema de medición** en cada nivel.

c- Que en cada nivel se tengan **por lo menos 10 estrategias** distintas para pasar al cliente al siguiente nivel.

2- Trate de vender mejor, en lugar de vender más.

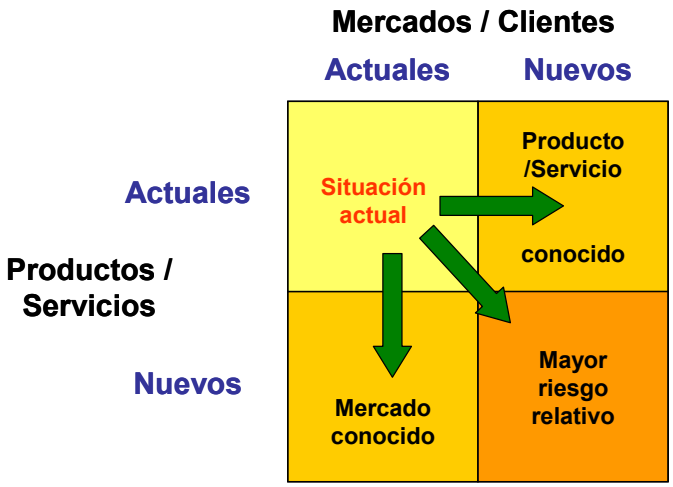
Esto se logra incrementando la habilidad del personal responsable de la venta. Aproveche este tiempo de baja actividad para **capacitar a su personal** de ventas. En particular le recomiendo que conozca las técnicas de **PNL** (Programación Neurolingüística), aplicadas a la venta. Dichas técnicas están enfocadas a tener un mejor conocimiento de las **capacidades y limitaciones** de las personas. Tiene que ver con el modo en que las personas se **comunican** (lenguaje), **piensan** (cerebro) y **actúan** (programación). Han resultado ser muy efectivas en el campo de las ventas y en la manera de influir en las personas con un esquema de ganar-ganar.

3- Cuide sus clientes actuales.

Por el momento, sus clientes actuales representan la base sólida de su negocio. Mantenga con ellos una **estrecha relación**, a través de mayores contactos por teléfono, por correo o en persona. Ésta es una excelente oportunidad para **conocerlos aun más**. Inclusive adentrarse más en el negocio de ellos para buscar juntos nuevas **oportunidades y soluciones** a nuevos problemas acuciantes de sus clientes.

4- Atrévase a explorar otros terrenos.

La **innovación** puede ser el nombre del personaje héroe en estos tiempos críticos. Aplique la **creatividad intuitiva** para adentrarse en otras áreas que hasta ahora no ha probado. Haga pruebas parciales, limitadas, para controlar algún riesgo. Piense en **otros productos u otros servicios** a los que tiene actualmente o bien piense en **otro tipo de clientes** a quiénes ofrecerles sus productos o servicios actuales. Más aún, podría considerar entrar a ambas dimensiones aún desconocidas, nuevos productos en nuevos mercados.



“Si siempre hace lo mismo, siempre obtendrá lo mismo”

5- Pruebe y mida todo lo que haga.

Todas las estrategias, actividades, y tareas que realice en pro de las ventas, **mídalas** para saber si realmente dieron los **resultados esperados** y que su **inversión** se destine a lo que realmente funciona.

¡Mucho ánimo y voluntad para salir adelante!

Ricardo Bassol Mayagoitia

BM | COACHING

Ricardo Bassol Mayagoitia
móvil 81 1988 1490
bmcoaching.mx
ricardo.bassol@bmcoaching.mx

c- Que en cada nivel se tengan **por lo menos 10 estrategias** distintas para pasar al cliente al siguiente nivel.

2- Trate de vender mejor, en lugar de vender más.

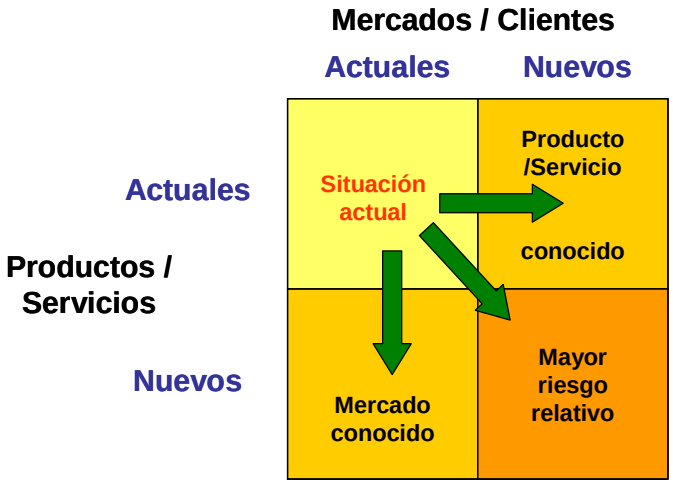
Esto se logra incrementando la habilidad del personal responsable de la venta. Aproveche este tiempo de baja actividad para **capacitar a su personal** de ventas. En particular le recomiendo que conozca las técnicas de **PNL** (Programación Neurolingüística), aplicadas a la venta. Dichas técnicas están enfocadas a tener un mejor conocimiento de las **capacidades y limitaciones** de las personas. Tiene que ver con el modo en que las personas se **comunican** (lenguaje), **piensan** (cerebro) y **actúan** (programación). Han resultado ser muy efectivas en el campo de las ventas y en la manera de influir en las personas con un esquema de ganar-ganar.

3- Cuide sus clientes actuales.

Por el momento, sus clientes actuales representan la base sólida de su negocio. Mantenga con ellos una **estrecha relación**, a través de mayores contactos por teléfono, por correo o en persona. Ésta es una excelente oportunidad para **conocerlos aun más**. Inclusive adentrarse más en el negocio de ellos para buscar juntos nuevas **oportunidades y soluciones** a nuevos problemas acuciantes de sus clientes.

4- Atrévase a explorar otros terrenos.

La **innovación** puede ser el nombre del personaje héroe en estos tiempos críticos. Aplique la **creatividad intuitiva** para adentrarse en otras áreas que hasta ahora no ha probado. Haga pruebas parciales, limitadas, para controlar algún riesgo. Piense en **otros productos u otros servicios** a los que tiene actualmente o bien piense en **otro tipo de clientes** a quiénes ofrecerles sus productos o servicios actuales. Más aún, podría considerar entrar a ambas dimensiones aún desconocidas, nuevos productos en nuevos mercados.



“Si siempre hace lo mismo, siempre obtendrá lo mismo”

5- Pruebe y mida todo lo que haga.

Todas las estrategias, actividades, y tareas que realice en pro de las ventas, **mídalas** para saber si realmente dieron los **resultados esperados** y que su **inversión** se destine a lo que realmente funciona.

¡Mucho ánimo y voluntad para salir adelante!

Ricardo Bassol Mayagoitia