



# Cómo hacer que se disparen sus ventas en treinta minutos por semana

POR JOHN FISCHER

El nombre de este número de e-Enfoque es un poco mañoso. Sí se trata de 30 minutos por semana pero es por vendedor. Pon en práctica la recomendación que hacemos a continuación y verás crecer las ventas de tus vendedores.

*“En las empresas de alto desempeño, los jefes de los vendedores invierten 70% de su tiempo en evaluaciones del desempeño de sus vendedores, capacitación y coaching.”* Éste

fue uno de los hallazgos de un estudio de benchmarking que efectuó la consultoría francesa Powering hace poco en empresas como Schneider Electric, Mercedes-Benz, Apple, ArcelorMittal, Somfy, Hilti, Michelin y Sika.

Nosotros hemos visto que en empresas no tan sobresalientes, los jefes de los vendedores tienden a dedicar más tiempo a temas administrativos que a sus vendedores. Con frecuencia, hablan poco con ellos y, cuando lo hacen, el diálogo suele centrarse en los pedidos, los pagos y la cuota de ventas. Como consecuencia de lo anterior, se presta menos atención a las acciones futuras, la planeación y la implementación.

Además de asegurar el cumplimiento de los números del plan comercial anual, los gerentes de ventas tienen cuatro responsabilidades adicionales:

1. Crear una cultura.
2. Ejercer liderazgo.
3. Mejorar la ejecución.
4. Promover el desarrollo de sus colaboradores.

Todos sabemos que la aportación de un gerente de ventas a la organización se mide por los resul-

tados de sus vendedores. Con miras a desempeñar mejor sus distintos roles y responsabilidades, Powering recomienda a los jefes de los equipos comerciales llevar a cabo revisiones semanales individuales con cada vendedor.



El ánimo, la disposición de esforzarse y el desempeño de los vendedores son cosas de todos los días. El diálogo que los alienta no puede esperar a una evaluación mensual o anual.

Reuniones semanales breves y estructuradas ofrecen a los jefes una oportunidad para dedicar tiempo a sus vendedores y, al mismo tiempo, a sus cinco responsabilidades clave.

Ya no más de esto: “Tenemos que vernos cuando yo tenga un tiempo libre”. Los jefes pueden programar en sus agendas desde el primer día hábil del año uno de sus compromisos más importan-

tes: las reuniones semanales para dialogar con cada uno de sus vendedores.

Esta acción correctamente implementada:

- “Habla con hechos” de la importancia que ocupan los vendedores en el trabajo de los jefes.
- Facilita a los jefes la atención a sus responsabilidades.
- Facilita el diálogo en dos sentidos entre el jefe y el vendedor.
- Promueve la adopción de un enfoque orientado a las acciones, al mejoramiento y al futuro en lugar de estar mirando en el espejo retrovisor a los números.



Por lo general, las reuniones deben estar programadas a la misma hora y el mismo día to-

das las semanas. Recomendamos una duración de entre 20 y 30 minutos.



Para asegurar la efectividad y brevedad de las reuniones, cada semana, tanto el jefe como el vendedor deben dedicar unos diez minutos a prepararse para el diálogo. Antes de la elaboración de la agenda, el jefe revisa la minuta de la sesión anterior y la información que ha recibido durante la semana. El vendedor prepara un resumen de lo que hizo y logró durante la semana y perfecciona su plan para la próxima.

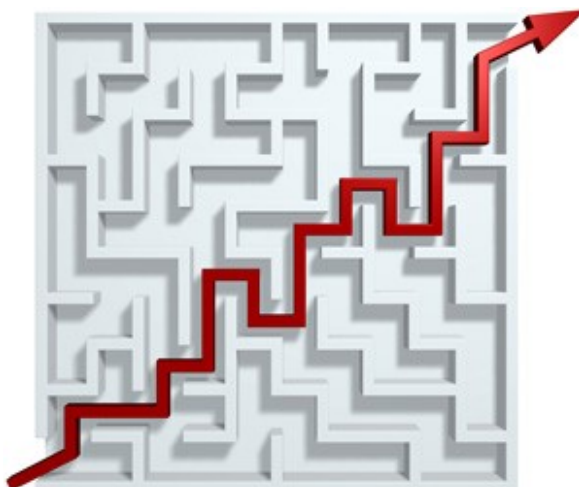
| PASO  | BENEFICIOS PARA EL JEFE  | BENEFICIOS PARA EL VENDEDOR   |
|---|--|---|
| Revisión del trabajo de la semana<br>5 minutos                          | Enterarse de lo que hizo el vendedor durante la semana y de los acontecimientos más relevantes.  | Separar lo importante de lo que no lo es. Sintetizar las acciones y los resultados más relevantes de la semana.   |
| Análisis de los avances, logros, dudas y dificultades<br>5 a 10 minutos | Precisar cuáles son los logros y avances, aclarar dudas y comprometer al vendedor a hallar soluciones para superar las dificultades. Aprender de las experiencias de la semana. Identificar fortalezas y limitaciones que afectan a la ejecución y los resultados. Obtener o renovar compromisos respecto a la ejecución y la metodología. | Claridad respecto a las acciones y los resultados. Mejorar sus capacidades para el análisis y solución de problemas. Aprender de las experiencias de la semana. Cultivar la constancia respecto al aprendizaje y el mejoramiento. |
| El plan para la próxima semana<br>5 a 10 minutos                        | Verificar que el plan esté alineado con las estrategias y prioridades. Asegurarse de que el vendedor se prepare de una manera que contribuya al buen manejo de su tiempo, la efectividad de sus visitas y el cumplimiento de sus objetivos comerciales.  | Mejorar la efectividad de sus planes y estrategias. Mejorar sus decisiones respecto a las acciones por emprender e incrementar la efectividad de éstas.   |
| Integración y desarrollo<br>5 minutos                                   | Ganar credibilidad. Ser reconocido como líder. Trabajar menos. Obtener mejores resultados.   | Sentirse valorado y tomado en cuenta, más capaz y autosuficiente. Sentir más satisfacción en el trabajo. Identificarse con la organización y sus metas.   |

Con práctica, los vendedores y los jefes se acostumbran a centrarse en los hechos y temas más relevantes. Aprenden cómo organizar y resumir sus ideas y cómo expresarse de manera concisa dando preferencia a los números, los hechos y las acciones.

Imagina lo que hubieras sentido si tu jefe (anterior) hubiera dedicado cada semana de 20 a 30 minutos a poner atención a tu desem-

peño, tu desarrollo y tus planes de trabajo.

Las sesiones individuales enfocan la atención de los vendedores y sus jefes en objetivos prácticos y en planes y acciones para alcanzarlos. Bien manejadas, las revisiones semanales individuales, al estar enfocadas en una sola persona, su desempeño y sus resultados, aportan más a los vendedores que las tradicionales reuniones en equipo.



***¿Quiere enviar este número del boletín e-Enfoque a colegas?***

Haga clic en el botón reenviar en el menú de su administrador de correos.

***Desea conocer números anteriores de e-Enfoque,*** haga clic Aquí.

***¿Quiere mantener actualizados a sus vendedores?***

Regáleles una suscripción gratuita de ***e-Trato Hecho***, el boletín electrónico de **TOP LINE Growth Consulting** creado para vendedores y promotores. Para enviarnos sus nombres y direcciones, haga clic Aquí.

***Si no desea recibir e-Enfoque,*** haga clic Aquí para cancelar.

***Visítenos en [www.TOPLINEconsulting.com.mx](http://www.TOPLINEconsulting.com.mx)***