

# TALLER DE VENTAS II

## Módulo 1

### ETAPA 3- PITCH SÓLIDO

#### Facilitador:

Gonzalo M. Gamboa Hidalgo

Msc. Comunicación Estratégica y Negocios

Bsc. Administración y Marketing

Docente de Innovación - Universidad del Desarrollo

Especialista de Estrategia, Marketing e Innovación - Consultora GH89

[gonzalo@gh89.co](mailto:gonzalo@gh89.co)/ [www.gh89.co](http://www.gh89.co)

#### Contenido

- La dirección de ventas.
- Las previsiones de venta y gestión de objetivos.
- Planificación de zonas y rutas de venta.
- Selección, formación y retribución de equipos de venta.
- Gestión de los clientes y el CRM.
- Programas relacionales y de fidelización de clientes.
- El control comercial y el plan de ventas.
- Los presupuestos comerciales y su control.

#### Aprendizaje esperado:

Se espera que el emprendedor obtenga conocimientos y aplicación de la venta y sus técnicas. Desarrollar un plan de ventas y su respectiva organización, sobre la base de una red de ventas y de una zonificación apropiada. Manejo de elaboración de un presupuesto. Cualificado para llevar adelante el control de gestión de ese presupuesto.

## La Dirección de Ventas

La dirección de ventas, es una base fundamental del negocio; porque es el medio para alcanzar los resultados económicos de la gestión realizada. Si la dirección es ineficiente, los métodos de planeación, organización y control no tendrán el efecto deseado. Este ítem es muy práctico; ya que trata directamente con las personas y las acciones comerciales. De las que depende el éxito o el fracaso del negocio.

Sin embargo, antes de profundizar en el tema es necesario tener claridad de las características del negocio y la oferta que se tiene al mercado. Para lo cual les dejo un cuadro en los anexos (anexo 1) que los invito a completar. Para que tengan una idea de cómo completarlo les dejo la siguiente guía:

Item	Opciones	Comentarios
Oferta al mercado	Producto/ Servicio/ Híbrido	Completar la descripción del producto, servicio o híbrido que estás ofreciendo al mercado. Sus características principales, etc. La idea es contar con información más completa de tu oferta. En caso de tener varios productos, dividirlos por categorías.
Tipo de negocio	Alimentos electrónicos, decorativos, delivery, fitness, etc.	En caso se quiera agregar otra categoría al tipo de negocio, incluirla en este espacio como parte de lo que se quiere lograr.
Alcance	Físico/ Digital/ Híbrido	Es muy importante tener claridad del alcance de nuestro negocio; es decir si solo vendemos a una zona física, en el mundo digital o con presencia digital y alcance local. Esto nos ayudará a

		entender los gastos relacionados con nuestro negocio.
Gestión de Clientes	B2B (clientes empresa), B2C (clientes personas) e híbridos (atiendo a personas como a empresas)	La gestión de clientes varía según el tipo de cliente que tienes. ¿conoces qué necesidades le solucionas a tus clientes? ¿Cuáles son?
Fidelización de clientes	Cuento con un programa de fidelización/ No cuento con un programa de fidelización	De todos tus clientes, ¿cuales te vuelven a comprar de manera constante? y ¿qué haces para mantener una relación de largo plazo con ellos?
Plan de ventas	Digital/ Manual	Tus ventas son por el mundo digital o de manera física. ¿Qué acciones realizas para mantener tu nivel de ventas?
Presupuesto	¿Conoces el monto de venta mensual que debes tener para lograr un punto de equilibrio/ utilidades?	¿Conoces tus costos ¿Cuánto dinero necesita ingresar al mes o al año para lograr un punto de equilibrio?

Una vez completado el cuadro podrá identificar las áreas que tiene completas y las que le falta desarrollar. En el resto de este documento, encontrará la información



necesaria para poder entender y completar cada ítem del cuadro. De esta manera poder entender mejor su negocio y fortalecer sus ventas.

En términos generales la dirección de ventas es un proceso que establece:

- Una estrategia a seguir
- Fijas Objetivos
- Ejecutar y controlar los planes de acción

Todo negocio, sin importar que sea pequeño o grande tiene que tener clara su dirección de ventas para poder garantizar la óptima gestión del negocio.