



SKILLING
CENTER

TECMILENIO



Ventas

Tema 36
Motivación de la fuerza de ventas

Módulo 3 / Semana 11

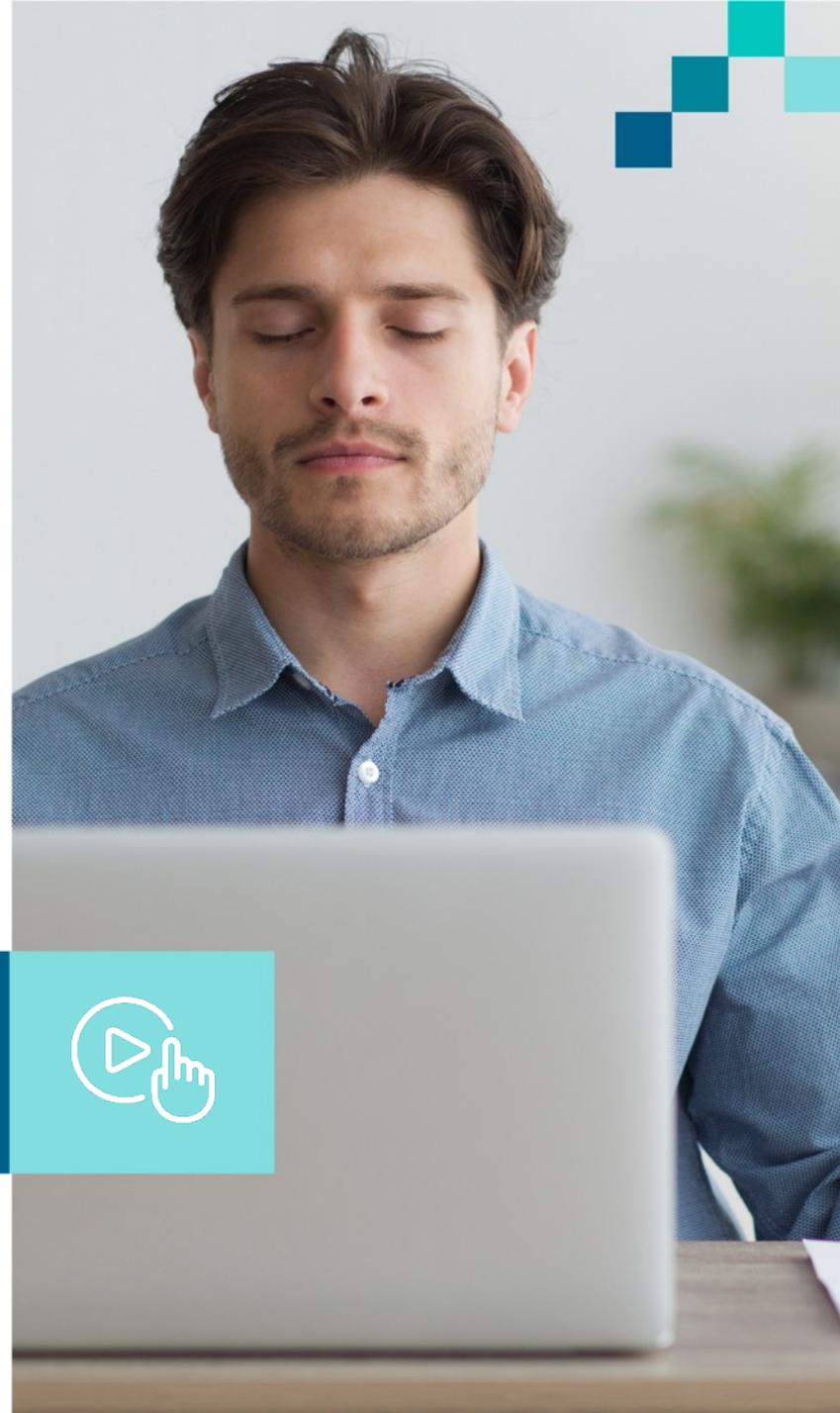


Bienestar - *mindfulness*

Atención plena

Te invito a realizar la siguiente actividad de bienestar-mindfulness antes de comenzar a revisar el tema.

<https://youtu.be/lrsaUmq2l1w>



Introducción

La motivación y sus resultados

La motivación es un poderoso motor que impulsa a la sociedad. Se trata de un hecho innegable que ha marcado la diferencia en la historia de líderes destacados, ya sea en el ámbito empresarial, político, o deportivo. Personas como Steve Jobs, Mary Kay Ash, Nelson Mandela, Hugo Sánchez y Karla Wheelock se han distinguido por su habilidad para inspirar y llevar a individuos comunes a realizar proezas extraordinarias.



Explicación

El esfuerzo motivador incluye tres dimensiones.

Intensidad

- Es la cantidad de esfuerzo que un vendedor realiza.

Persistencia

- Es la continuidad del esfuerzo que el vendedor realizó.

Elección

- Son las alternativas seleccionadas para realizar una tarea.

La elección de una alternativa puede afectar a la intensidad y persistencia de los miembros del equipo, de igual manera, la intensidad y la persistencia pueden afectar la elección de alternativas.

Explicación

A mayor motivación,
mayor esfuerzo.

Este modelo resalta que los gerentes de ventas deben tener la capacidad de convencer a los vendedores de vender más, buscando trabajar con mayor eficiencia y que las recompensas con mayor eficiencia valen el esfuerzo extra.



Explicación

Otras teorías de motivación

Debido a que la labor de los vendedores en muchas ocasiones incluye actividades realizadas de manera individual, la mayor parte del tiempo carecen de apoyo de parte de sus compañeros o directivos, por ende, pueden llegarse a sentir aislados y distantes de la organización. Por eso, requiere mayor motivación que en otros puestos de trabajo, buscando que alcancen el nivel de rendimiento que desea la empresa.

Para esto, te puedes valer de distintas teorías.

Teoría del
motivador-higiene
de Herzberg

Teoría del logro
de McClelland

Teoría del
establecimiento
de metas



Ejercicio

Estrategias de comunicación para motivar a un equipo de trabajo.

Escribe un discurso motivacional para alentar a un equipo de vendedores que tienes a tu cargo.

Debes señalar acciones concretas que los vendedores deben realizar para cumplir una meta.

Procura que sea un reto para cualquier fuerza de ventas (por ejemplo, doblar el número de ventas en la mitad del tiempo).

Graba el discurso las veces que consideres necesario hasta que estés conforme con el resultado.



Ventas

Tema 37
Características del vendedor

Módulo 3 / Semana 11



Introducción

Conocer al equipo

En este tema revisaremos la importancia de ubicar las fortalezas y debilidades de los miembros de tu equipo de trabajo.

No todos los vendedores tienen las mismas características y habilidades, algunos son más productivos en las actividades administrativas, mientras que otros prefieren pasar la mayor parte de su tiempo creando relaciones y prospectando clientes.



Explicación

Características del vendedor

Variables que afectan el desempeño

Aptitud

Habilidades naturales y rasgos personales duraderos pertinentes para el desempeño de las actividades del puesto.

Características personales

Rasgos físicos, antecedentes familiares, educación, experiencia de trabajo y rasgos de personalidad.

Niveles de habilidad

Pericia adquirida al realizar las actividades del puesto.

Percepción de roles

Percepciones de las exigencias del trabajo y de las expectativas de los compañeros asociados con ese rol.

Motivación

Deseo de dedicar esfuerzo a realizar actividades específicas del puesto.

Factores organizacionales y ambientales

Potencial de ventas del territorio del vendedor; su autonomía; la fuerza competitiva de la empresa, etcétera.

Variables que afectan el desempeño

Políticas de reclutamiento y selección

Políticas de reclutamiento y selección

Capacitación y supervisión

Capacitación y supervisión; políticas de administración de cuentas

Sistemas de compensación y premios

Organización del personal de ventas; diseño del territorio; programas de marketing

Johnston (2009)

Explicación



¿Cómo debe ser un vendedor?



En primera instancia un buen vendedor es un buen escucha. En algunas empresas tienen la idea de que quien vende es alguien que tiene capacidad de convencimiento a través de la palabra. La verdad es que los buenos vendedores escuchan más de lo que hablan, pues sólo así pueden estar atentos a las necesidades del cliente.



El vendedor es un buen observador, a través de la comunicación no verbal del cliente, el buen vendedor conoce los estados de ánimo y maneras de pensar de sus clientes, lo que le ayuda a crear una mejor relación con los mismos.



Los buenos vendedores se adaptan a las circunstancias específicas de cada cliente, tanto en lo personal como en lo organizacional. No usan un mismo método de venta para todos los clientes, además, es muy versátil a la hora de manejar argumentos de venta atractivos específicamente para cada comprador.

Explicación

Grandes vendedores se crean a partir de los grandes clientes.

Por otro lado, el vendedor debe poseer la capacidad de manejar las objeciones del cliente. Los clientes siempre tienen algún comentario sobre el producto o servicio que no ¡les acaba de convencer, los buenos vendedores saben cómo convertir tales objeciones en percepciones positivas acerca de lo que se vende o en todo caso ajustar la oferta del producto en cuanto a su precio, características, etc., para conservar la confianza del comprador.

Recuerde que toda venta requiere un cierre, que implica la capacidad de generar el compromiso del cliente para adquirir el producto o servicio. Cerrar es un arte difícil de dominar, por ello debes detectar cuáles vendedores de tu equipo son diestros en esta habilidad.



Ejercicio

Generar una oferta de trabajo en ventas.

- ¿Cuáles cualidades y características consideras que son las más importantes que debe tener un nuevo vendedor?
- ¿Qué diferencia en habilidades y cualidades piensas que existe entre los vendedores veteranos y los de más reciente contratación?
- Reflexiona.
- ¿A qué clase de persona reclutarías?, ¿sería alguien con experiencia en ventas o con experiencia en el área de la logística?
- Con base en tu reflexión, diseña el perfil de puesto y sintetízalo a través de una oferta de trabajo que publicarías en internet. Puedes basarte en esta oferta.



Ventas

Tema 38
Reclutamiento de la fuerza de ventas

Módulo 3 / Semana 11

Introducción

Reclutamiento y selección

A continuación, veremos las fases del proceso de reclutamiento y selección, así mismo, se identificarán los responsables del proceso de contratación.

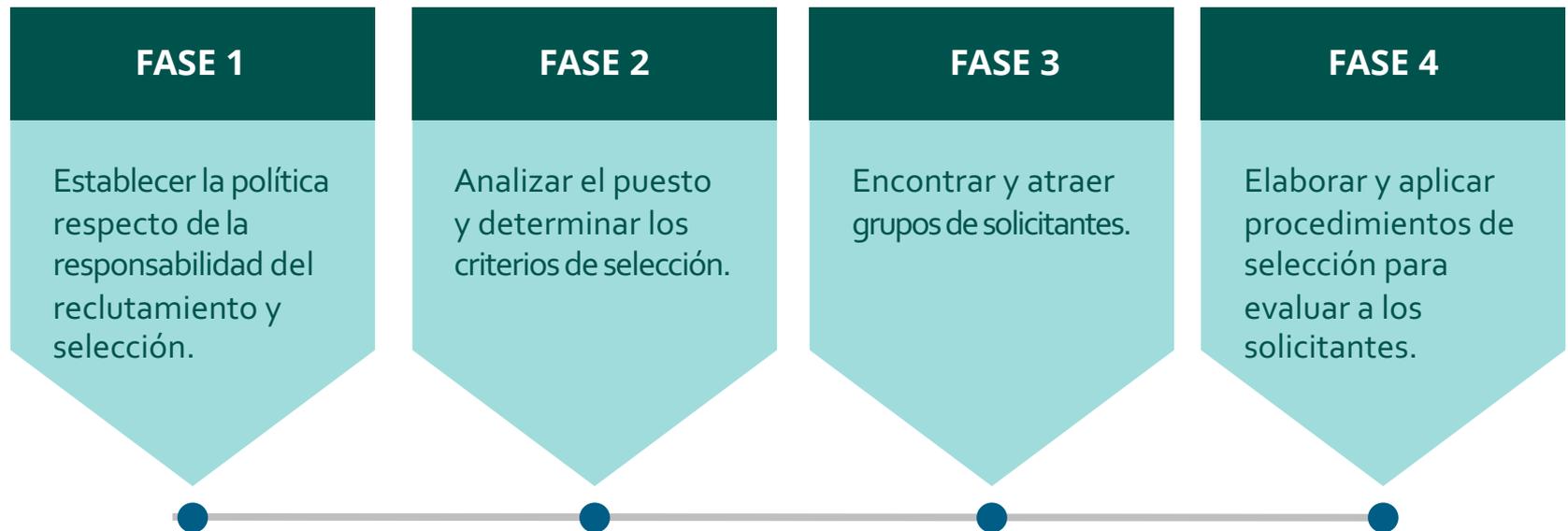
Existen metodologías muy estructuradas en las áreas de Recursos Humanos para filtrar a quienes podrían no ser aptos para un puesto determinado, pero en la mayoría de los casos, la decisión de elegir entre los candidatos finalistas reside en el gerente de ventas, el cual reportará quién fue elegido en el proceso.



Explicación

El proceso de reclutamiento y selección

Desde su perspectiva, Johnston (2009) propone las siguientes fases en el proceso de reclutamiento y selección de vendedores.



Explicación



Proceso de selección

Por su parte, Guerra, Salas, Acosta y Jiménez (2018) proponen las siguientes fases en el proceso de reclutamiento y selección de vendedores.

FASE	DESCRIPCIÓN
Establecer política de reclutamiento	Se definen quienes serán los participantes del proceso.
Analizar puesto y criterios de selección	Se determinan las responsabilidades del cargo, sus actividades y tareas.
Encontrar y atraer solicitantes	Se acude a fuentes internas (concursos internos) o fuentes externas con anuncios o empresas especializadas.
Elaborar y aplicar procedimientos	Se aplican los distintos procedimientos, como entrevistas, test, exámenes etc.

Explicación

Herramientas de selección

Las herramientas y técnicas de selección sirven de apoyo para el juicio de los gerentes de ventas. Ninguna de estas debe utilizarse sola, pero tampoco se requieren todas. Sin embargo, entre mayor sea el número de herramientas de selección que se utilizan, habrá más probabilidad de hacer una mejor elección.

La base de la selección involucra lo siguiente:

Solicitud de empleo
y currículum vitae

Entrevista de
selección

Prueba

Entrevista a
profundidad



Ejercicio

Seleccionar al mejor candidato.

Crea un diagrama de flujo en el que incluyas el proceso de selección ideal que consideras debe identificar a los mejores prospectos para cubrir un lugar en el equipo de ventas de la empresa en la que trabajas, o en la empresa en la que te gustaría trabajar.



Cierre

Reclutando lo mejor

Motivar es una habilidad compleja que no todos pueden dominar, pero en la búsqueda de convertirse en un exitoso gerente de ventas, la capacidad para inspirar a los demás a superar lo necesario puede ser la llave del triunfo. Es fundamental tener en cuenta que los vendedores que conforman tu equipo poseerán diversas características, aptitudes y destrezas, lo que puede resultar en variaciones significativas en su desempeño en la misma tarea. Por lo tanto, es esencial analizar y definir las responsabilidades, actividades y funciones específicas de cada puesto.

Como responsable de esta área, te corresponde involucrarte, de manera que asegures que tu equipo cuente con las competencias necesarias para alcanzar los objetivos establecidos.



Referencias bibliográficas

- Guerra, A., Salas, L., Acosta, M., y Jiménez, M. (2018). *LA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS: Conceptos Claves en el Siglo XXI*. España: 3ciencias.
- Johnston, M., y Marshall, G. (2009). *Administración de ventas*. México: McGraw-Hill.
- Soto, G., Ruiz, J., Echavarría, J., Restrepo, S., Velásquez, J., y Barrera, J. (2021). *Gerencia de ventas*. Colombia: EAFIT.

