



SKILLING  
CENTER

**TECMILENIO**



# Ventas

Tema 30

Introducción a la administración de ventas

Módulo 3 / Semana 9



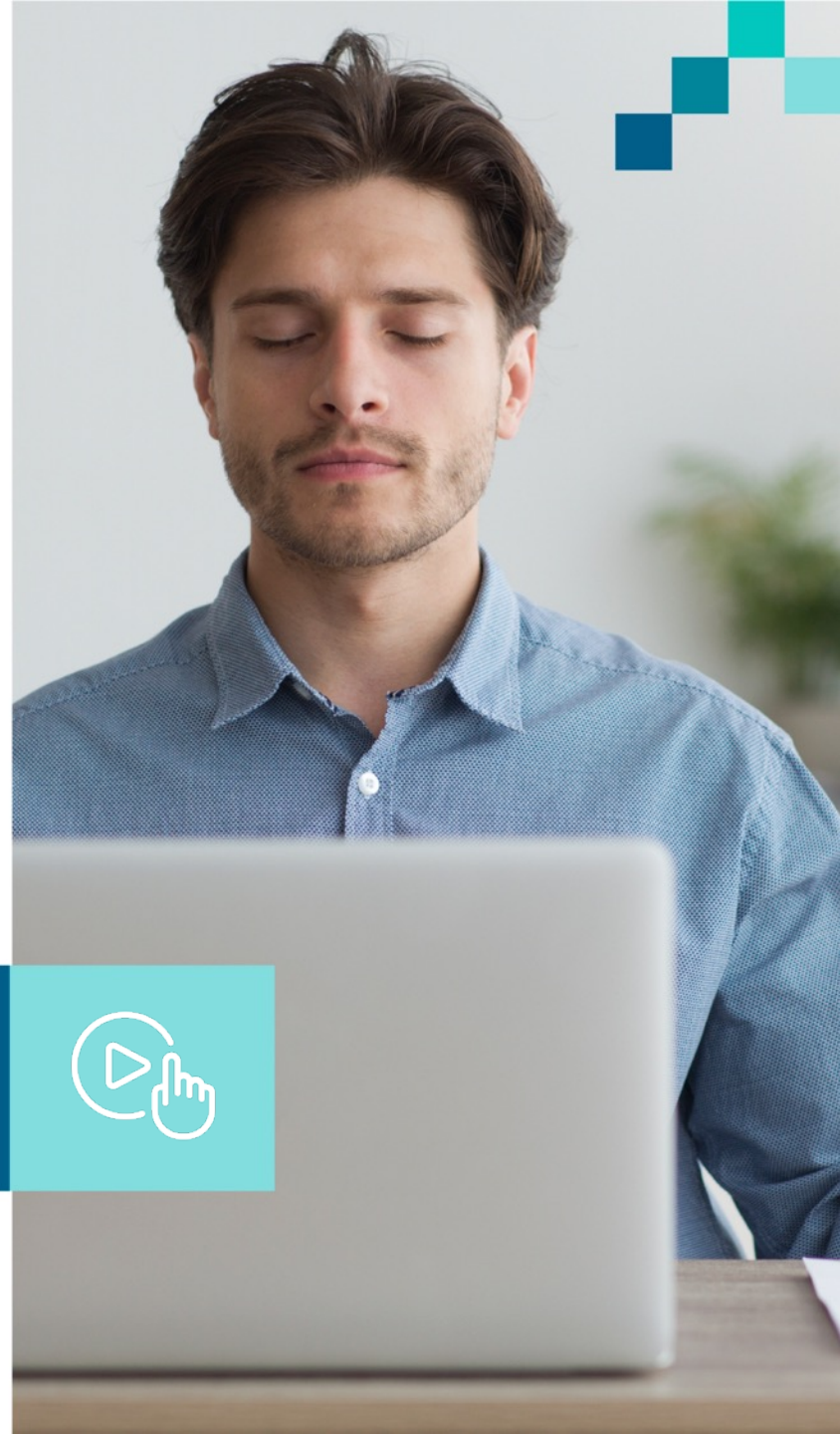


Bienestar - *mindfulness*

## Atención plena

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

<https://youtu.be/lrsaUmq2l1w>



# Introducción

## Evolución y cambio

La interacción directa y el contacto con los clientes se han transformado en un recurso esencial para las empresas, convirtiendo a la fuerza de ventas en un elemento crucial.

Atrás quedó la época en que las ventas se centraban en ofrecer lo que se producía; los vendedores desempeñaban un papel destacado al ser los intermediarios con los compradores.

En la era del marketing, la satisfacción del consumidor se sitúa en un lugar prioritario, sin descartar la importancia del vendedor como figura clave en la organización, ya sea para la comercialización de productos o servicios.



# Explicación

## Funciones del gerente de ventas

-  **Planeación.** Procedimientos específicos de planos en donde se fijan objetivos y se determinan políticas, programas y campañas.
-  **Organización.** Relaciones personales con actividades necesarias para desarrollar los aviones.
-  **Personales.** Determinar la selección de personal, así como su entrenamiento para ejecutar algunas acciones.
-  **Dirección.** Disposición y supervisión de subordinados.
-  **Controlar.** Vigilar que los resultados planeados se logren en el tiempo determinado y hacer una corrección cuando sea necesario.

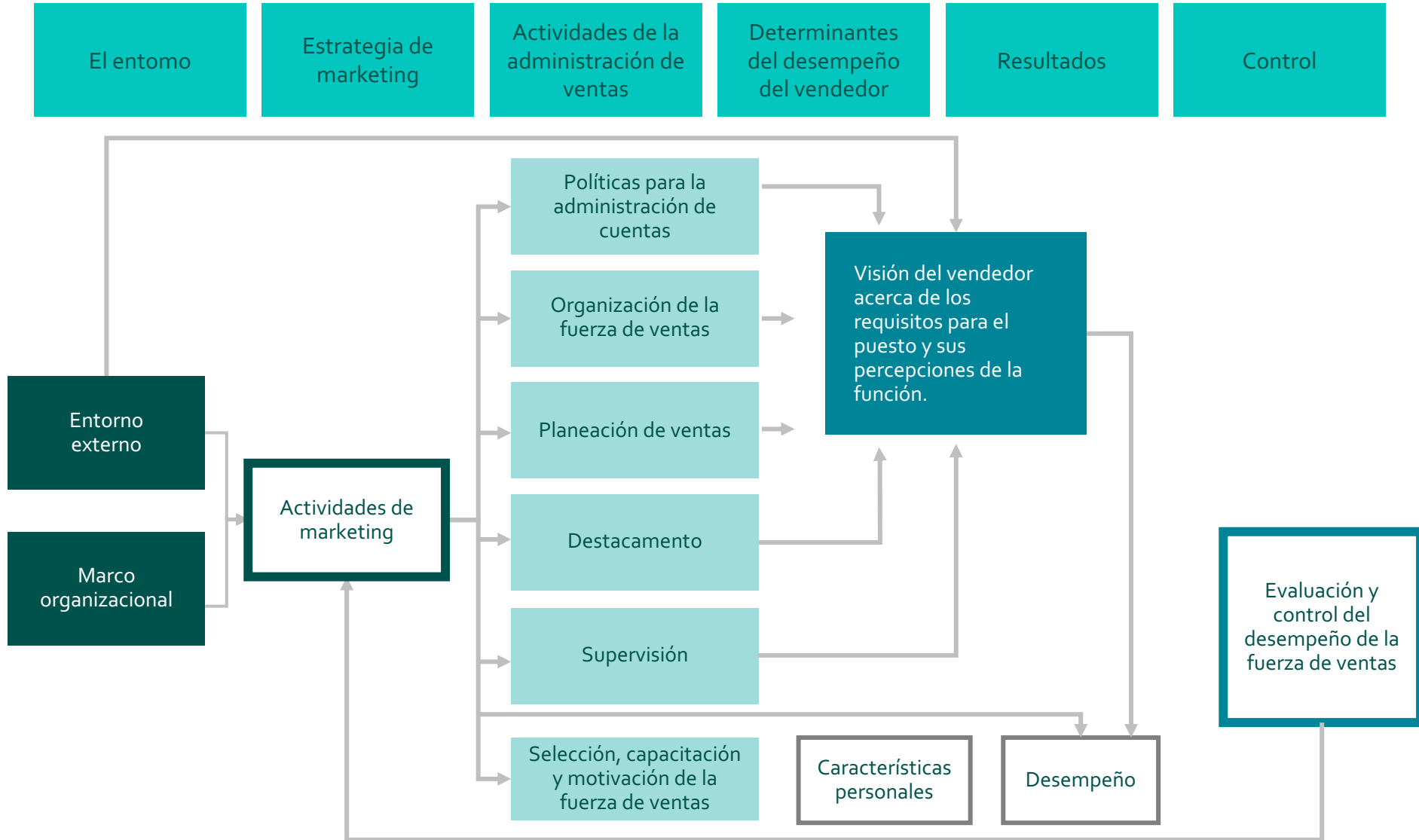
El proceso de administración de ventas, Torres (2014)





# Explicación

## Modelo de administración de ventas



# Explicación

## Capacidades en acción

El director de ventas debe conectar las metas de la organización con las metas de los vendedores, pues no siempre están bien alineadas; en cierta forma, el gerente de ventas es el representante de los vendedores ante la organización y el representante de la organización ante los vendedores, es un elemento de enlace que ayuda a cumplir las metas de ambas partes.

Los cuatro grandes aspectos que se deben gestionar en la función del gerente de ventas son los siguientes:

Adecuación  
de metas y  
objetivos

Planeación  
de las ventas

Organización  
de la fuerza  
de ventas

Evaluación  
de  
resultados

## Ejercicio

### Distinguir entre un vendedor y un administrador de ventas.

Un gerente de ventas no es un vendedor, sino un director de vendedores y las actividades que realiza van orientadas a desarrollar a su personal y garantizar los resultados del equipo de ventas.

Para ayudarte a comprender cuáles son las principales diferencias, realiza lo siguiente:

Enlista al menos 10 actividades que realiza un vendedor. No te limites a escribir una frase, desarrolla al menos un párrafo por cada acción.

Enlista al menos cinco acciones que consideres que desarrolla un administrador de ventas, explica por lo menos en un párrafo.

Incluye una conclusión en la que señales por qué son diferentes ambos puestos.





# Ventas

Tema 31  
Proceso de compras y ventas

Módulo 3 / Semana 9

# Introducción

## Proceso de ventas

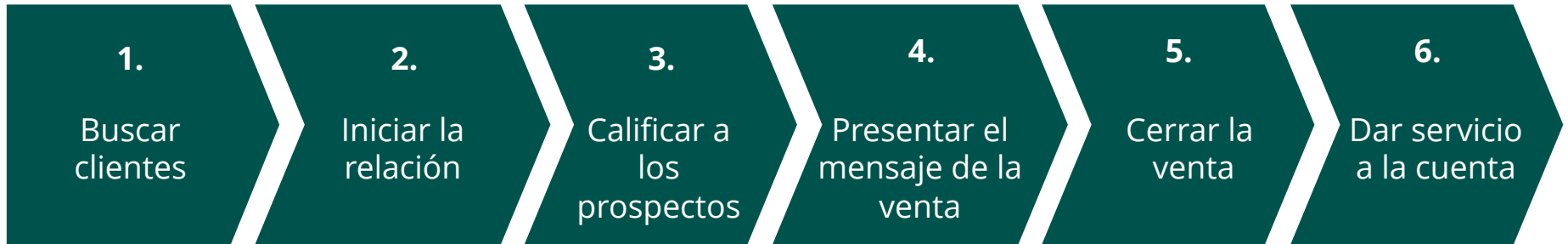
Las organizaciones de ventas de la actualidad, al igual que otras tantas ramas de la industria, prestan gran interés a los procesos.

En este tema conocerás las etapas principales que se pueden encontrar en el proceso de compras de las organizaciones, los elementos que puedes encontrar en un proceso de ventas general.



# Explicación

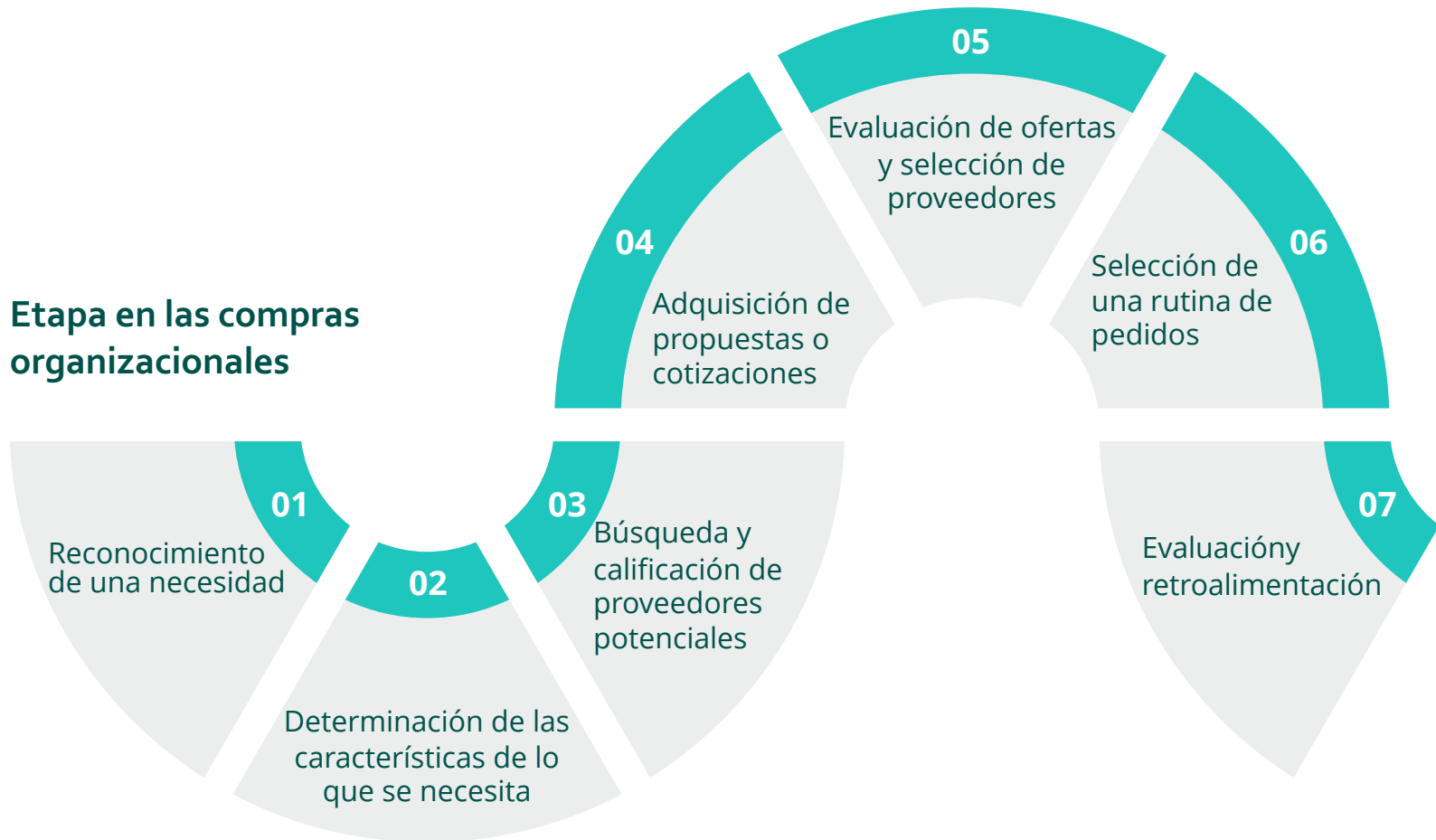
## Etapas del proceso



Proceso de ventas propuestos por Johnston y Marshall (2009).



# Explicación



# Explicación

## Lo importante de un proceso de ventas

Comprender a fondo el mundo de las compras en el ámbito empresarial resulta fundamental para mejorar significativamente la eficacia de un vendedor en su función de gestionar la relación con los clientes. Por lo tanto, no basta con ser un experto en el proceso de ventas de tu empresa; también es esencial comprender el proceso de adquisición de tus clientes.

Cuanto más conozcas tus propias fortalezas y los objetivos del comprador, mayores serán las posibilidades de ofrecer soluciones a sus problemas, generando un valor añadido para ambas partes.



## Ejercicio

### Analizar los componentes del proceso de compras y ventas.

Elige un producto de venta industrial.

Investiga en las fuentes necesarias para que elabores un escenario de ventas donde incluyas lo siguiente:

- Toda la información sobre el producto que venderás.
- La mayor cantidad de información que puedas conseguir sobre la empresa que vende este producto.
- Información sobre la empresa compradora y las necesidades del comprador.

Elabora una infografía donde muestres la información de tu producto y compañía y las necesidades del cliente.

Enfatiza en dicha presentación de qué manera el producto agregaría valor al cliente.





# Ventas

Tema 32  
Administración de la relación  
con el cliente

Módulo 3 / Semana 9



# Introducción

## El éxito son las ventas.

En este tema conocerás en qué consiste la administración de las relaciones con clientes, las etapas de su proceso, así como los principales motivos que propician la mala implementación de los sistemas ARC y la forma de solucionarlos.

Por lo tanto, el departamento de ventas tiene un papel fundamental, no solo en el ingreso de recursos económicos, sino en el desarrollo de las relaciones con los clientes.

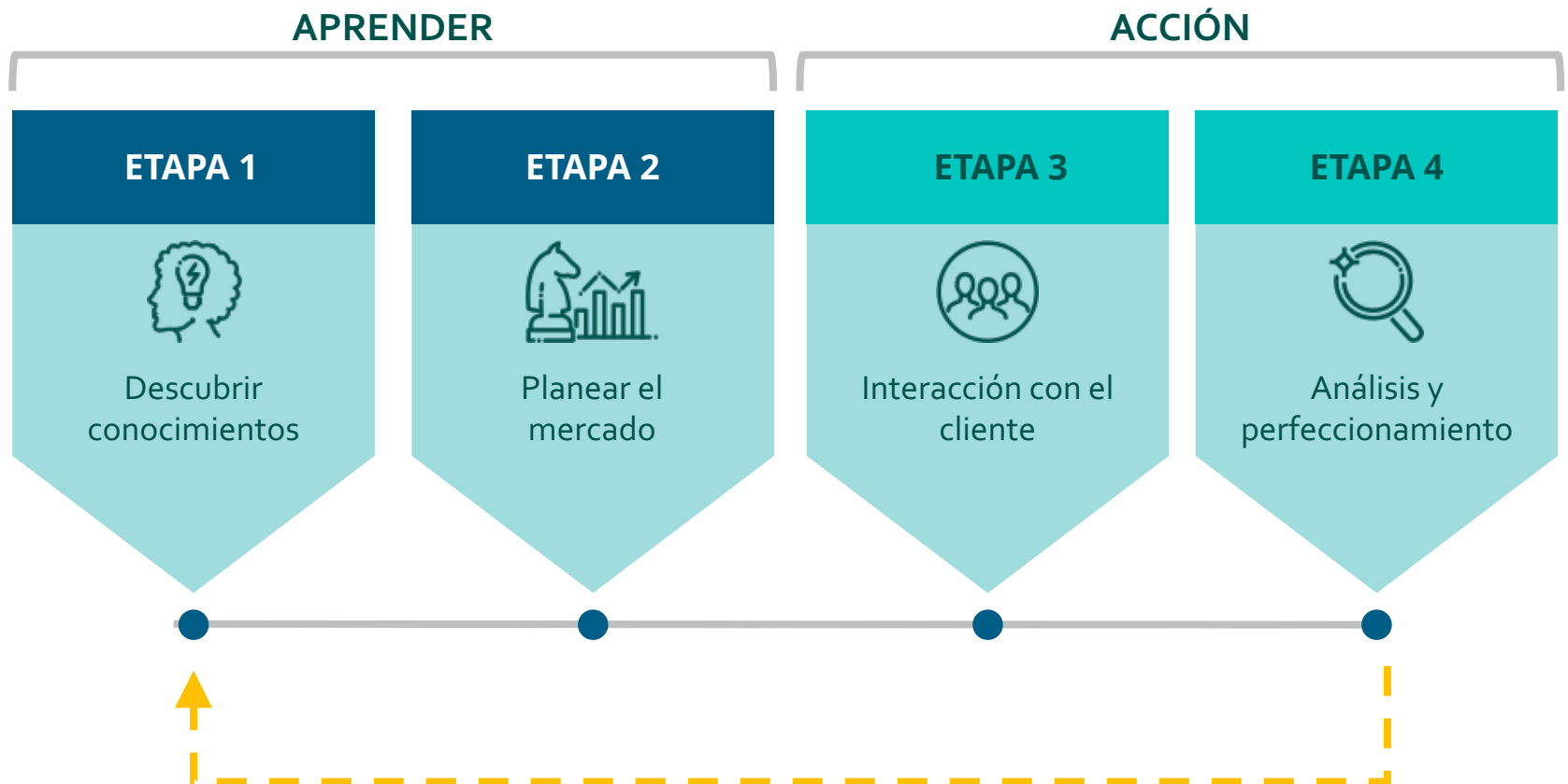
Podría decirse que la venta y los vendedores son factores fundamentales para lograr el éxito en las compañías.



# Explicación

## Ciclo del proceso de CRM

El ciclo de la administración de las relaciones con los clientes es el siguiente:





# Explicación



## Problemática y solución en el ARC o CRM

El ARC también permite cortes longitudinales históricos de la relación con los clientes, le da un panorama sobre qué clientes se están ganando y cuáles se están perdiendo.

Por su parte, Cholewka, citada en Johnston y Marshall (2009), señala que hay seis problemas clave que propician la mala implementación de la administración de las relaciones con los clientes, sin embargo, prevé que también existen soluciones con base en este orden.

- |   |            |   |                |
|---|------------|---|----------------|
| 1 | Enfoque    | 4 | Comunicación   |
| 2 | Iniciativa | 5 | Automatización |
| 3 | Vendedores | 6 | Entrenamiento  |

# Explicación

## VENTAJAS CRM

- ✓ Ayuda a la empresa que su departamento de marketing sea capaz de identificar y seleccionar sus mejores clientes.
- ✓ Hace posible la formación de relaciones individualizadas con los clientes.
- ✓ Facilitar la clasificación de los clientes en distintos rangos de relevancia.
- ✓ Proporciona a los empleados la información y los mecanismos necesarios para conocer a sus clientes.
- ✓ Hace más fácil la labor de seguimiento del cliente, es decir, su servicio posventa.



# Ejercicio

## Analizar los sistemas CRM

Investiga cuáles son las distintas plataformas de ARC que existen en el mercado actualmente.

Elige dos plataformas.

Para cada una de ellas, responde lo siguiente:

- ¿Cómo funciona la plataforma?
- ¿Para qué sirve?
- Ventajas
- Desventajas

Con la información recabada, elabora un reporte de una cuartilla como máximo de extensión.



## Cierre

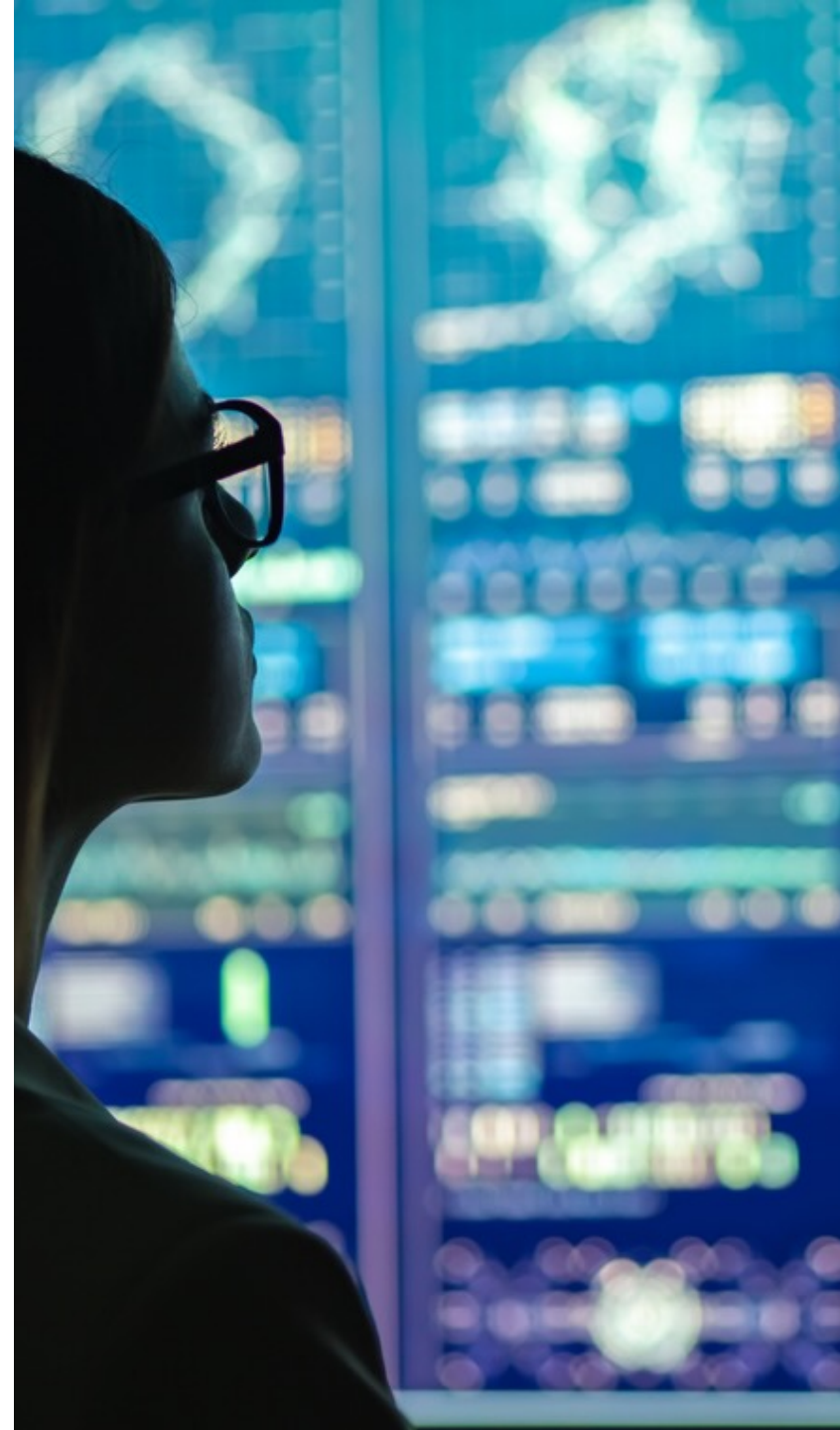
### Organización y transición de las KAM

La elección acertada del gerente de ventas es crucial para el desempeño del equipo. El líder del departamento debe poseer excelentes habilidades de gestión y liderazgo, entre otras cualidades.

La venta no se limita a una mera transacción, ya que involucra aspectos no puramente económicos que contribuyen a la construcción de relaciones con los clientes.

En el contexto de la administración de ventas, es esencial reconsiderar el concepto de venta y abordarlo como un proceso, enfocándose más en un proceso de compra.

Hoy en día, existen diversos sistemas de ARC o CRM con herramientas programadas para simplificar el análisis de datos. Puedes explorar estos sistemas para comprender sus capacidades y mejorar la atención al cliente.





# Referencias bibliográficas

- Cardón, G. (2013). *Vendes o vendes*. México: Santillana Ediciones Generales SA de CV.
- 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.
- Torres, V. (2014). *Administración de Ventas*. México: Patria.

