

Inteligencia de ventas

Una de las responsabilidades del administrador de ventas es asegurarse que las metas y objetivos planteados por el departamento y la empresa en general se cumplan en tiempo y forma.



Inteligencia de ventas, desempeño y características del vendedor



Administrar una gerencia de ventas es un proceso más complejo de lo que parece, quizá sea más difícil hacerlo que en una gerencia de finanzas o de operaciones. Para tomar decisiones adecuadas, una de las actividades esenciales que se necesitan es el desarrollo de la inteligencia de mercados.

El acopio de información adecuada es la base para desarrollar una auténtica inteligencia de mercado y tomar las decisiones correctas. En la mayoría de las empresas, la buena información es un recurso a veces muy escaso, por lo que es importante que el gerente de ventas tenga entre sus prioridades desarrollar un sistema de captura de información básica de sus mercados.

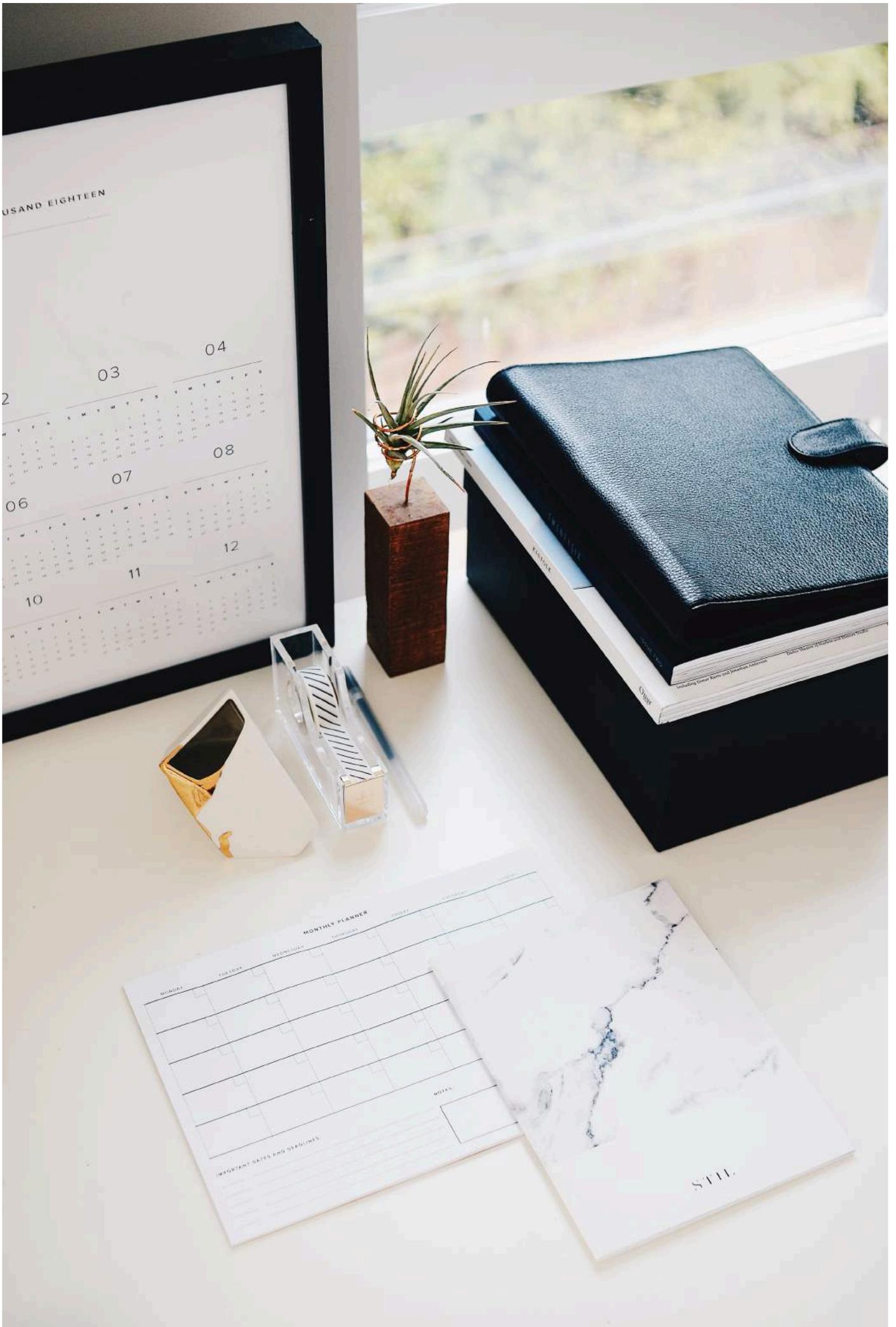
La primera pieza de información es el pronóstico de ventas. Muchas condiciones dinámicas de los mercados pueden llevar a cometer equivocaciones sobre cuánto la empresa deberá vender en un periodo de tiempo. Equivocarse en un pronóstico de ventas puede ser fatal para una compañía, ya que si se pronostica demás puede quedarse con grandes inventarios de mercancía que ocasionan costos extraordinarios, causando un gran impacto financiero en los resultados de la organización.

Por otra parte, si se pronostica de menos, puede ser igualmente terrible, si se acaba la mercancía antes de surtir toda la demanda se pierden oportunidades de generar ingresos a la compañía, se abren ventanas a la competencia para arrebatar mercados y una profunda insatisfacción del cliente cuando no encuentra su producto.

Un pronóstico predice las ventas futuras durante un periodo determinado, como parte del plan de ventas. El pronóstico puede referirse a toda una línea de producto o a artículos individualizados dentro de la línea.

Desempeño del vendedor

Una de las responsabilidades del administrador de ventas es asegurarse que las metas y objetivos planteados por el departamento y la empresa en general se cumplan en tiempo y forma.





Desempeño del vendedor

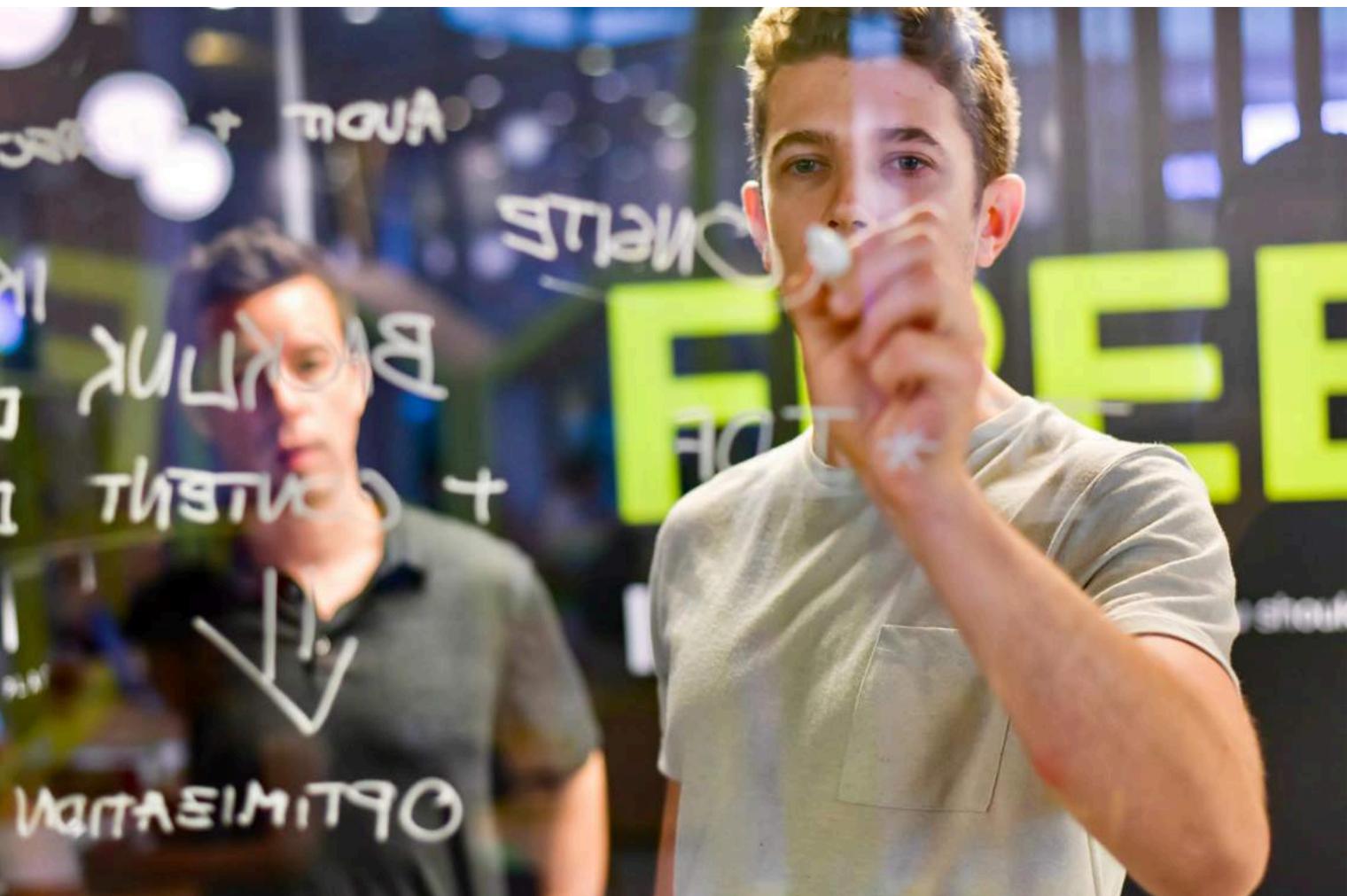
Una de las responsabilidades del administrador de ventas es asegurarse que las metas y objetivos planteados por el departamento y la empresa en general se cumplan en tiempo y forma. Por esta razón es muy importante contar con criterios que ayuden a medir el desempeño de la fuerza de ventas.

Existen diferentes pasos que puedes llevar a cabo para medir y evaluar el desempeño de tu fuerza de ventas:

El primer paso es establecer metas y objetivos, el segundo paso es el desarrollo de ventas, seguido de establecer estándares de desempeño, como un cuarto paso esta el asignar recursos humanos, financieros y materiales y por último evaluar el desempeño de ventas y planear acciones correctivas.

Características del vendedor

El gerente de ventas es un administrador de vendedores, por lo tanto, debe saber distinguir entre un buen vendedor y un mal vendedor para ir puliendo a su equipo. Como se dice usualmente, los malos vendedores causan un doble daño a la empresa al no vender y al mismo tiempo hacer que se pierda un cliente.



¿Cómo debe de ser un vendedor?

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.

Referencias

Johnston, M. y Marshall, G. (2009). Administración de ventas. México: McGraw Hill.