



## Com gestionar eficaçment l'equip de vendes?

# ÉS POSSIBLE MILLORAR LES VENDES AMB L' EQUIP ACTUAL?

## SITUACIÓ ANY 2015

Barcelona 26.06.2015



FES-TE'N SOCI  
I DINAMITZA EL TEU NEGOCI  
[www.clubcambra.com](http://www.clubcambra.com)

Selling  Consult

## **A títol de reflexió prèvia**

**Què esta passant en el mercat a dia de avui?**

**Què opinem les empreses de l'actual situació del mercat?**

**Podem gestionar millor  
els nostres equips de  
vendes, per aconseguir  
els objectius fixats?**

Quasi amb tota seguretat...

**SÍ**

Reflexionem ara com caldria fer-ho.

# Premisses prèvies que limiten la reflexió (I)

- No tocar el que funciona
- Fer “focus” sols en les àrees de millora
- Incidir només en el processos que aportin millores de marge o de volum o els dos. Orientat a objectius.
- Pensar en els processos i no en les persones
- No fer judicis de valor dels participants, ni donar pes als prejudicis
- Considerar que el client es el centre en tot el procés de venda i la raó de la nostre existència com empresa



## Premisses prèvies que limiten la reflexió (II)

- Les propostes de millora han de estar quantificades, lligades a un calendari i amb un responsable de l'execució
- Caldrà que establir un calendari de seguiment de la implantació.
- Com volem que sigui la nostra xarxa de vendes?  
Veiem...

**En segon lloc,**

**fer un “audit” de tot el procés comercial i de vendes.**

- Revisió de les descripcions dels llocs de treball
- Revisió dels recursos disponibles i nivell d'utilització
- Revisió del model de retribució variable
- A,B,C de clients . Criteris. El potencial dels clients
- Les carteres / zones / rutes
- Els Plans de Vendes i Plans d'acció
- El quadre de gestió. Us del quadre i els ratis.
- Les reunions comercials i les agendes d'acompanyament.
- Acompanyaments a venedors per verificar les observacions i millores en el procés de la venda.



**En tercer lloc,**

**posar per escrit els aspectes observats segons aquest criteri:**

- 1. Aspectes estructurals.** Són aquells elements que han de donar a l'empresa i a la xarxa de vendes les eines i suports necessaris per aconseguir els seus objectius.
  - Des de la visió venedor, per gestionar les seves zones i carteres, per tal d' aconseguir els seus objectius, i fidelitzar els clients.
  - Des de la visió empresa, la gestió operativa de l'equip, per tal d'aconseguir els objectius fixats per l'empresa.

**2. Aspectes operatius.** Son aquells que afecten en el dia a dia de l' equip de vendes i la seva relació amb les seves carteres i l'empresa, sempre orientats a aconseguir els objectius fixats.

PUNTS A REVISAR	RAONAR LA RESPOSTA A L'INFORME			
	CORRECTE	MILLORABLE	NO S'UTILITZA	NEGATIU
Revisió de les descripcions dels llocs de treball				
Revisió dels recursos disponibles i nivell d'utilització				
Informació obtinguda i grau d'us				
Revisió del model de retribució variable				
Analitzar l'entorn de contactes amb el client, per tal de detectar				
A,B,C de clients. Criteris				
El potencial dels clients				
Les carteres / zones / rutes				
Els Plans de Vendes i Plans d'acció (per Clients "A" i potencials a "A")				
El quadre de gestió (els ratis de gestió de vendes). Us del quadre i els ratis.				
Les reunions comercials i les agendes d'acompanyament.				
Acompanyaments a venedors per verificar les observacions i millores en el procés de la venda.				

# MOLT AGRAÏT

Josep M<sup>a</sup> Antona Cervera

[Jmantona@sellingconsult.com](mailto:Jmantona@sellingconsult.com)

Selling  Consult

[www.sellingconsult.com](http://www.sellingconsult.com)

**Actuem per ajudar a vendre més i millor**



Cambra de Comerç de Barcelona

**FES-TE'N SOCI  
I DINAMITZA EL TEU NEGOCI**

[www.clubcambra.com](http://www.clubcambra.com)