



EL CONEIXEMENT DEL CLIENT COM A EINA DE VENDA

3 de Novembre de 2015



Cambra **Barcelona**
'doing business'

campuscambra_Alumni

EL CONEIXEMENT DEL CLIENT, COM A EINA DE VENDA

VIC, NOVEMBRE 2015



DE LA PRÀCTICA DE VENDES
AL CARRER

A L'ÚS DEL CRM COM A EINA
DE MILLORA DE LES VENDES

(face to face)



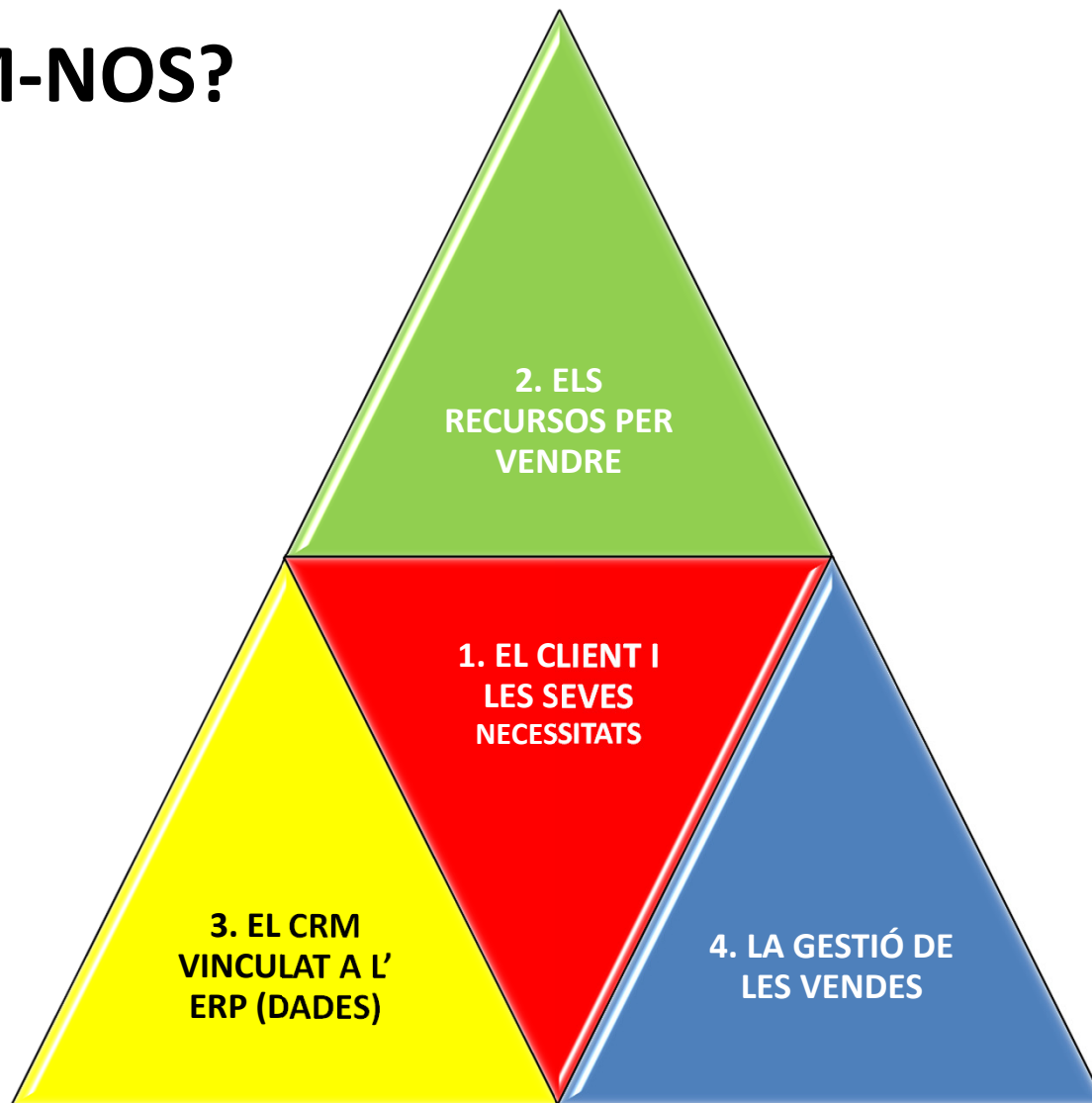
PER COMENÇAR?

SITUEM AL

CLIENT

- EN EL CENTRE DE LA EMPRESA I CONSIDEREM QUE ÉS LA RAÓ DE LA NOSTRA EXISTENCIA, COM A ORGANITZACIÓ.
- EL CLIENT ÉS QUI ENS PAGA LA NÓMINA.
(L'empresari la gestiona)

SITUEM-NOS?



DEFINICIÓ DE CLIENT:

1

PER SER CLIENT CAL QUE ES DONIN COM A MÍNIM AQUESTS TRES SUPÒSITS:

- 1. NECESSITAT DEL PRODUCTE O SERVEI**
- 2. CAPACITAT DE PAGAMENT**
- 3. PODER DE DECISSIÓ**

QUINS SÓN ELS RECURSOS MÍNIMS QUE HA DE TENIR UN VENEDOR PER VENDRE?

QUÈ HA DE FER UN VENEDOR PER VENDRE? (1) **2**

- PER PODER VENDRE UN VENEDOR HA DE TENIR ELS SEGUENTS CONEIXEMENTS CONTRASTATS:
 - **DE PRODUCTE** (Coneixement exhaustiu del catàleg de productes/ serveis. Anàlisi del producte com a satisfactor de necessitats del client)
 - **DE MERCAT** (La competència, els prospectes)
 - **DE CLIENT** (Evolució del negoci, perfil de necessitats immediates i futures, vinculacions comercials)

QUE HA DE FER UN VENEDOR PER VENDRE? (2)

2

- **OBSERVAR** (per preguntar i no pressuposar)
- **PREGUNTAR** (saber on anar amb les preguntes, “conduir una conversa”)
- **ESCOLTAR** (ja que en les respostes a les bones preguntes, està la clau de la venda)

QUINES SÓN LES FASES (I SUBFASES) DE LA VENDA? (1) (VINCULADA O NO A L'ÚS DEL CRM)

2

- **PREVENDA** (Preparació de l'entrevista)
 - Selecció de la BBDD a treballar (Clients i potencials)
 - Selecció de mitjà d'accés (preparació)
 - Concertació de la visita (telèfon, e-mail, contacte indirecte, tec.)
 - Agenda de visites i de visites continuades

QUINES SÓN LES FASES (I SUBFASES) DE LA VENDA? (2)?

2

- **VENDA** (el vis a vis amb el client)
 - **Accés i presentació** (justificació visita)
 - **Sondeig** (detecció de necessitats i motivacions de compra)(preguntar i anotar el coneixement)
 - **Argumentació en clau de benefici**, (per aquest client en concret, recolzat en les necessitats detectades)(preparació prèvia)
 - **Tractament de les objeccions** (buscant l'aclariment del dubte),(tancament de prova)
 - **Tancament** (de la venda, del compromís, de la següent visita, etc.)

QUINES SON LES FASES (I SUBFASES) DE LA VENDA? (3)

2

– **POST-VENDA** (Processos posteriors a la venda)

- **Tots el procediments** que envolten la comanda, (picking, entrega, lloc d'entrega, pagament, dates, condicions especials, etc.)
- **Agenda de seguiment** (noves propostes pactades amb el client, contingut de la nova visita, etc.)

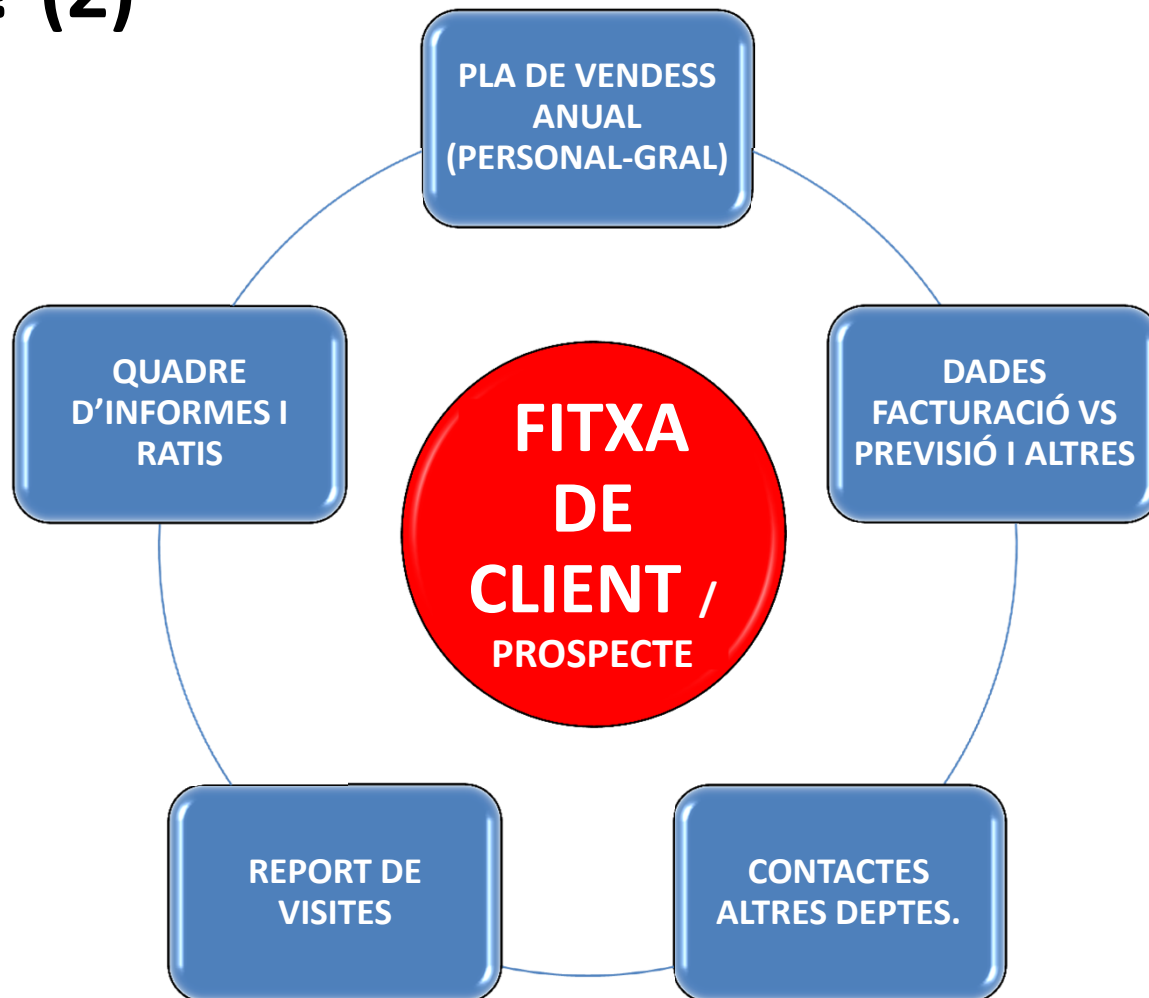
EL CRM VINCULAT ERP, PER LA GESTIÓ DE LES DADES? (1)

3



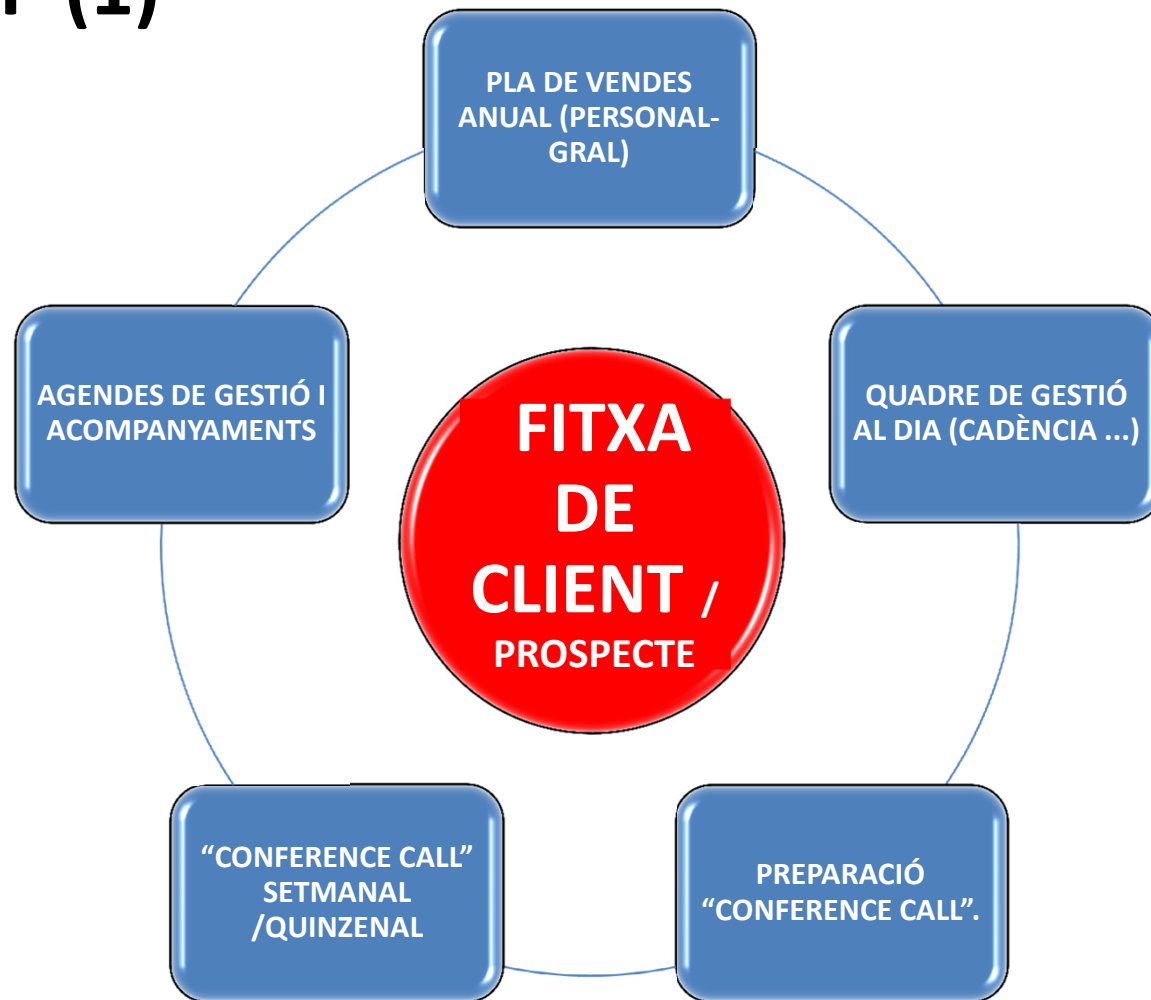
EL CRM VINCULAT ERP, PER LA GESTIÓ DE LES DADES? (2)

3



LA GESTIÓ DE LES DADES DE VENDES. L'EQUIP (1)

4



Què ha de tenir una fitxa de client

4

1. Les dades oficials
2. Les dades de cobrament
3. Les dades per logística
4. Les dades de perfil de client
5. L'històric de facturació i marge global i per famílies
6. El Pla de vendes de l'any (pàg. XX)
7. La situació al dia segons calendari previst
8. La desviació
9. El relatori de visites i contactes , amb els Plans d'acció compromesos.

Quin contingut ha de tenir un Pla de Vendes?

4

1. Xifra de facturació prevista l'any i per mesos
2. Xifra de marge per any i per mesos
3. Ambdues dades també per famílies de producte
4. Les mateixes dades (2 i 3) per cada client TOP
5. Les mateixes dades (2 i 3) per la resta de clients, segons nivell A,B,C.
6. Comissions guanyades (bonus) i perdudes. Tant mateix les pendents guanyar.

Quin contingut ha de tenir un Quadre de Gestió?

4

Les mateixes dades que el Pla de Vendes, però

- entre dates (del 01.01.20XX, al XX,XX, 20XX)
- tot indicant les desviacions en (+,-).
- Ha de ser la base del procés de reflexió del venedor amb relació a la seva situació puntual. D'aquesta reflexió ha de sortir el conjunt d'accions consensuades amb el responsable de vendes, que farà el seguiment.

Quin contingut ha de tenir una “Conference Call”?

- Suportat per un document d’anàlisi, amb les dades del Quadre de Gestió i les desviacions, s’indica el que es farà per corregir les mateixes.
- Quadre d’accions consensuades indiquen:
 - Què faré, amb qui ho faré, per aconseguir què?, en quan de temps ho faré i qui en farà la supervisió.
- Tot lligat amb les agendes dels venedors i cap

MOLT AGRAÏT

Josep M^a Antona Cervera

Jmantona@sellingconsult.com

Selling  Consult

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