

Libertad y Crecimiento

Introducción

Hay una gran diferencia entre Negocios y Empresas, ya que una es la evolución de la otra, es el siguiente paso donde puedes dedicar tiempo a expandirte y crear otra unidad de negocio sin necesidad de estar detrás del mostrador ni de la gente para que den el resultado que esperas.

Es decir, comienzas con una gran idea que puede resolver un problema, por tanto comienza **EL EMPRENDIMIENTO**.

Después, viene el paso de ser más sólido en tus ventas y en la entrega de tu producto y/o servicio, continúa **EL NEGOCIO**.

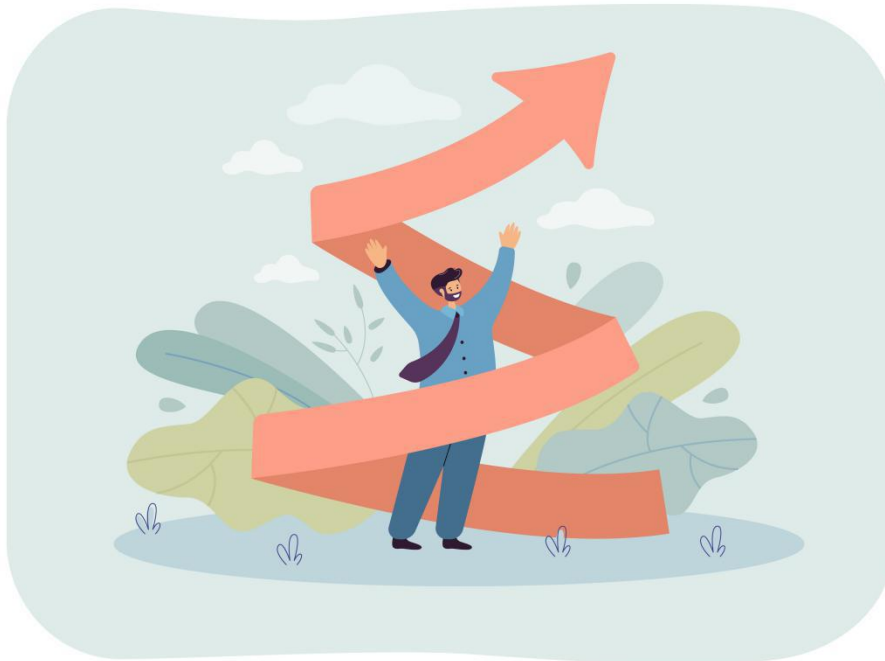
Ahora viene el 3er paso, se basa en salirte de la operación y a través de tus equipos dedicarte a crear otra unidad de negocio, ahora ya tienes **UNA EMPRESA**.

Aún no acaba, el 4to paso es **DIVERSIFICAR**, ya tienes el conocimiento y la experiencia necesaria para crear nuevas líneas de negocio, incluso en otros mercados. Puede ser hasta dentro de mercados bursátiles.

Este manual explica entonces, como ~~pasar~~ evolucionar del **NEGOCIO** a la **EMPRESA** tras entender las siguientes diferencias, aunque la realidad es que se engloba en un solo concepto; **SISTEMATIZAR TUS EQUIPOS**. En Grupo Nuwek, hablaremos específicamente de los equipos que integran tu área comercial.

Comencemos por visualizar claramente las diferencias.

El Camino del Emprendedor



Diferencias entre Negocio y Empresa

Reconoce tu progreso mediante la siguiente tabla, es importante que seas muy honesto y vayas palomeando donde estas actualmente y así logres identificar lo que te hace falta para crecer a través de tus equipos.

NEGOCIO	EMPRESA
El negocio esclaviza porque...	La empresa libera porque...
Tu abres y cierras el negocio	No abres ni cierras el negocio
Tu tomas todas las decisiones	Tienes equipos creativos que proponen
Sin ti no hay calidad en las ventas	Tienes equipos de ventas de calidad
Tu resuelves los problemas	Tienes equipos de calidad y mejora
Basas tus estrategias en "Echarle más ganas"	Basas tus estrategias en los productos, segmentos y mercados
Contratas personal por la alta rotación	Contratas personal solo cuando necesitas crecer
Contratas proveedores pero no sabes exactamente si lo hacen bien o mal	Sabes diferenciar proveedores de calidad
NO TIENES TIEMPO LIBRE	TIENES TIEMPO LIBRE
Te estancas detrás del mostrador o escritorio	Creas nuevas unidades y creces
Para lograr esta columna, requieres ser el FOCO DE TODO TU NEGOCIO	Para lograr esta columna, requieres SISTEMATIZAR A TUS EQUIPOS



Equipos del Área Comercial

Las ventas del negocio pensamos que solo dependen de tus vendedores, y que son los únicos responsables de traer clientes a la mesa, pero ya sabes que existe por lo menos otra área, mas ahora con la tecnología denominada MKT DIGITAL. Que si bien es cierto el Marketing no es nuevo, si la parte digital.

Ellos son encargados de distribuir mensajes de forma masiva para atraer interesados, ahora si, entran los vendedores “al ataque” y convierten ese interes en ingreso.

¡Genial!, lo logramos... ¿Qué sigue?

Repetir la fórmula, una y otra y otra vez hasta que seamos millonarios, solo que no contamos con que el equipo de ventas se cansa y que, aunque el mensaje que distribuyó audazmente el equipo de marketing, ahora ya no es tan vistoso o sorprendente. Por tanto, ya no origina tanto interes. Es decir, **NO SE PUEDE REPETIR LA FÓRMULA TODO EL TIEMPO.**

Entonces, ¿Qué sigue?

Hay 2 caminos que puedes tomar en esta situación, o evolucionas tu publicidad con base a las nuevas necesidades e intereses de tu audiencia o bien, crecer a partir de tus mismos clientes.

Comencemos entonces, el paso #3, mejor dicho, el equipo #3. El equipo de FIDELIZACIÓN. Este grupo de trabajadores cambian un poco sus personalidades, ya que a pesar que tienen contacto con el cliente, no necesariamente son personas de “ataque”, sino mas bien de “relacionarse, escuchar y atender” una vez que el producto o el servicio fue entregado.

El resultado que debe tener este equipo es generar RECOMENDACIONES Y RECOMPRAS, así de sencillo, así de fácil.

Mientras MKT trae interesados,
Ventas aporta cierres de contratos y aumento de ingresos,
El equipo de Fidelización consigue recomendaciones y recompras

Ahora, analicemos la otra versión, donde el enfoque es INNOVAR. Este equipo te recomendamos sea una combinación entre especialistas de tu negocio/empresa con expertos ajenos a ti. Su experiencia te dará visiones que no habías pensado sobre nuevos productos, ofertas, estrategias, precios, costos, etc. Un nuevo arsenal de ataque contra tu competencia.

El resultado de este equipo, es tener una estrategia que tus clientes estén probando para conocer si en realidad es algo factible de comercializar. Ahora hagamos un resumen.

MARKETING

VENTAS Y ATENCIÓN
AL CLIENTE

FIDELIZACIÓN

CALIDAD E
INNOVACIÓN

Estos son los 4 equipos que integran tu área comercial. ahora, hablemos de ellos en 5 rubros:

1. Perfil del personal (No todos son para lo mismo)
2. Actividades que deben realizar (Reto 1 hoja)
3. La educación que deben tener (Poner en el calendario)
4. Cómo medir su trabajo y resultados (Graficar los resultados)
5. La comunicación que debe existir entre ellos y contigo (Hacerlo habitual)

Perfil del Personal

Para comenzar, debemos entender la personalidad de los vendedores. Y así mismo, te daré algunas recomendaciones que en nuestra experiencia, dan resultados para que no se vayan con su talento a otra empresa ni con toda la capacitación que les diste.

Personalidad de los Vendedores (Vendedores Perros)

	Fortaleza	Debilidad
Pitbull	Definido por metas a toda costa	Frio y lejano
Labrador	Cercano y amable	Frío para los cierres
French Poodle	Gran socialité	Sin seguimiento, aparición de 1 sola vez
Chihuahua	Grandes conocimientos técnicos	No conoce la diferencia entre característica y beneficios.
Basset Hound	El más empático	Lento para los cierres

Recomendaciones:

1. Buscalos con pasión por el tema, no porque quieran dinero
2. Que tengan hambre de crecer, que tengan un objetivo familiar, personal o profesional
3. Que aprendan solos, que les guste investigar y preguntar
4. Que sean creativos, y que les guste hablar del tema
5. Que tengan inteligencia emocional, quizá la más difícil de conseguir, pero hace la diferencia con el equipo, con sus resultados y con su entorno.



1. EQUIPO DE MARKETING

Perfil del personal	Chihuahua Basset Hound
Actividades	Análisis de competencia (5 puntos) Crear estrategias, Túneles y Plan de contenidos Crear planeación de publicidad Coordinar y Diseñar materiales audiovisuales y tecnológicos Medir la visualización e interacción por canales Contestaciones de primer contacto Llenar la base de datos Paso a NEGOCIACIÓN Y VENTAS
Educación	Análisis de competencia Copywriting Segmentación Contenidos visuales Túneles de venta Sistemas tecnológicos Plataformas sociales Informar vs Vender Filtrar clientes y mensajes
Medición (kpi's)	Visualizaciones por canales Aumento de seguidores Interacciones, Comentarios, Inbox, Estrellas CPC, CPR Temas favoritos
Comunicación	Semanal



2. EQUIPO DE VENTA

Perfil del personal	<p>French Poodle - Para abrir canales de prospección Labrador - Para sacar la cita y negociar Pitbull - Para cerrar ventas</p> <p>Chihuahua - Para dar calidad en la entrega y relacionarse con áreas técnicas Basset Hound - Para solucionar problemas o evitar la brecha generacional</p>
Actividades	<p>Acordar las metas en equipo y por producto (ABCD) DEFINIR CLIENTE PERFECTO Puntualizar RAZONES DE COMPRA Análisis de competencia Definir canales y agenda de prospección Generar el primer contacto Perfilar y clasificar prospectos Agendar cotizaciones y negociación Diario de ventas y cuatificación de cierres Firmas de contratos Paso a PRODUCCIÓN/ OPERACIÓN/ FIDELIZACIÓN</p>
Educación	<p>Planear metas de prospección y venta Abrir conversaciones Llamadas en “frío” Investigación de clientes Hacer Pitch de ventas Negociar con poder Sacar citas y comandar acciones Seguimiento y diario de ventas Manejar objeciones y comandar cierres Resolución de conflictos Software CRM, TPV y ERP</p>
Medición (kpi's)	<p>Base de Datos Metas de Prospección vs Metas de Venta Canales de Prospección + Pitch de buenas practicas Ventas nuevas vs Ventas recompras</p>
Comunicación	<p>Quincenal</p>



3. EQUIPO DE FIDELIZACIÓN

Perfil del personal	Basset Hound y Labrador - Para empatizar lo más posible Chihuahua - Por mostrar interés con los resultados
Actividades	Definir canales de comunicación con los clientes Crear y enviar mensajes de noticias, ofertas y solución de conflictos Crear encuestas de valoración al servicio Solución de conflictos Historial de clientes Pedir recomendaciones y recompras Paso a VENTAS
Educación	Títulos persuasivos y Copys de valor Planeación y agenda de contenidos Conocer los upselling y crossselling Manejar objeciones y comandar cierres Resolución de conflictos Software CRM, TPV y ERP
Medición (kpi's)	Gráficas de satisfacción Cantidad de ingresos a comunidades Gráficas de recompras y recomendaciones Clientes más fieles
Comunicación	Mensual



4. EQUIPO DE NUEVOS MERCADOS Y FINANZAS

Perfil del personal	<p>Pitbull - Por su pasión por crecer y buscar resultados antes que excusas</p> <p>Labrador - Para entender al cliente en sus necesidades</p> <p>Chihuahua - Por su investigación furtiva y análisis de datos</p>
Actividades	<p>Leer y analizar a la competencia</p> <p>Leer y analizar resultados de mkt, ventas y fidelización</p> <p>Reconocer innovaciones de mercados tecnológicos, económicos, ecológicos, sociales, entretenimiento, etc.</p> <p>Identificar necesidades y tendencias</p> <p>Crear nuevos productos / servicios</p> <p>Definir costos y precios</p> <p>Definir diferenciadores de marca y customer experience (CX)</p> <p>Leer, analizar y crear túneles de venta</p> <p>Crear planes de mkt, venta y fidelización</p> <p>Paso a MKT</p>
Educación	<p>Economía y Finanzas empresariales</p> <p>Investigación de mercados</p> <p>Liderazgo</p> <p>Sistematización de empresas</p> <p>Modelos de negocios</p> <p>Franquicias e Inversiones</p> <p>Software CRM, TPV y ERP</p>
Medición (kpi's)	<p>Top 20 de innovaciones y tendencias</p> <p>Top 20 de Influencer</p> <p>Integración de tablas de MKT - VENTAS - FIDELIZACIÓN</p>
Comunicación	<p>Mensual</p>

