

# ESTRATEGIAS DE ÉXITO PARA **VENTAS EXITOSAS<sup>2</sup>**

Criterios y Métricas para guiarlo a convertirse  
en Socio Estratégico de Negocio de sus Clientes

Dr. Nico Schinagl

## **Introducción** Pág. 11

La importancia de que usted tenga un nuevo panorama, una visión holística de sus ventas, por primera vez poner una puntuación a su esfuerzo de ventas, identificar e implementar las estrategias de éxito correspondientes.

## **Capítulo 1. La Metodología** Pág. 21

Aplicar una metodología a sus números y a sus clientes para identificar sus estrategias de éxito

- El peligro de quedarse estancado en la forma tradicional de medición del desempeño de una empresa; sinónimo de organización de ventas.
- La lógica de una nueva visión y un panorama de evaluación en términos de venta de una organización de ventas.
- Cómo generar y organizar su propia información de ventas para crear su tablero de análisis con sus números.

## **Capítulo 2. La Puntuación** Pág. 37

A ver cómo sale librado de ésta

- Explicación en detalle de cada uno de los criterios que componen la metodología de evaluación de su esfuerzo comercial.
- Guía para identificar la puntuación que obtuvo en cada uno de los criterios para identificar sus fortalezas y debilidades.

## **Capítulo 3. Tabla de Puntuación** Pág. 53

Identificar dónde cae su cartera de clientes en el *ranking*, y qué significa para usted

- Validar sus resultados contra la tabla de puntuación establecida para evaluar a una organización de ventas.
- Entender los criterios para cada nivel de puntuación del tablero de evaluación.
- Comenzar a visualizar las acciones y las estrategias que tendrá que implementar para mejorar la puntuación de su empresa, unidad de negocio o cartera personal de clientes.

## **Capítulo 4. Corrigiendo las Discrepancias** Pág. 61

Enfocar su esfuerzo de ventas para obtener esa puntuación perfecta

- Lo necesario para aspirar a una puntuación perfecta.
- Las estrategias a implementar para cada criterio en el que se encuentra volando bajo o de plano no ha podido despegar.
- Unificar sus estrategias del año para no perder su enfoque y lograr mejoras en su puntuación y, con eso, de su cifra de ventas.

## **Capítulo 5. Análisis 80/50** Pág. 101

Entender el 80/50 y analizar a su cartera de clientes fácilmente

- De ese fácil análisis, obtener cuatro estrategias de crecimiento específicas para su cartera de clientes.
- De cómo guiar estratégicamente su esfuerzo comercial para lograr una cartera sólida y balanceada de clientes.

## **Capítulo 6. Actualizando el F2F** Pág. 123

Dejar de ser un simple asesor para llegar a ser un verdadero socio estratégico

- A nunca más utilizar viejos mitos y trucos de venta.
- La lógica de la evolución de nuestra profesión a la cúspide de un socio estratégico.
- De cómo aterrizar esta evolución en su realidad de ventas.

## **Capítulo 7. Propuestas Profesionales** Pág. 137

Finalizar la venta como un socio estratégico con una propuesta estratégica

- Construir una propuesta profesional con los elementos descubiertos durante su proceso de venta consultiva.
- Comenzar a vislumbrar cómo justificar la propuesta en términos de retorno de inversión para el cliente.
- Dar una propuesta de real valor agregado para sus clientes.

## **Capítulo 8. Negociación De Un Socio Estratégico De Ventas** Pág. 147

- Una visión clara de lo que se enfrenta en la actualidad dentro de la negociación compleja, no solamente a nivel mundial, sino a nivel América Latina.
- Un proceso profesional de preparación y guía para una negociación de alto nivel.
- Las mejores prácticas dentro de este eje de éxito que le sorprenderán y le darán las herramientas para conseguir cada vez más clientes y ventas.

## **Capítulo 9. Liderazgo en Ventas** Pág. 157

Aclarar finalmente lo que realmente representa ser un verdadero líder de ventas

- Qué es lo que de verdad significa y qué implica ser un verdadero líder de un equipo de ventas.
- Las mejores prácticas que un líder debe de implementar día con día para impactar las ventas de su equipo.
- Cómo adaptar estas prácticas a su estilo personal de liderazgo, en lugar de que usted se adapte a un estilo predeterminado.

## **Capítulo 10. Medición de Éxito ROI** Pág. 175

Justificación de la propuesta, tanto para el cliente como para la empresa

- Construir un análisis de retorno de inversión de sus propuestas para sus clientes.
- Hacer lo mismo, pero para justificar los proyectos con sus departamentos internos, así como obtener los recursos y el presupuesto con el propósito de consolidar el negocio.
- Utilizar atajos para evaluar rápidamente la rentabilidad del proyecto.

## **Anexos.** Pág. 191

Anexo 1	Ejemplo ilustrado del Análisis
Anexo 2	Listado completo de Criterios de Puntuación
Anexo 3	Ejemplos ilustrados de Puntuación
Anexo 4	Embudo de Ventas <i>Reloaded</i>
Anexo 5	Investigación de Mercado Rentabilidad
Anexo 6	Ejemplos de Análisis 80/50