

Fuerza de ventas: ¿Aliados o enemigos?

La llamada "fuerza de ventas" representa a la empresa ante el consumidor y es la responsable de su dinámica comercial. Optimizar ese recurso es parte fundamental del éxito.



PASO 3: "Atienda a sus vendedores"

Con los pasos anteriores logramos que la empresa desarrolle un proceso de elaboración y distribución fluido, dinámico y eficiente. Sin embargo, el caudal de ventas no refleja esa mejoría.

Esto puede deberse a factores propios del mercado, a la estacionalidad del producto, a tácticas agresivas o monopólicas de la competencia o, simplemente, a falencias de nuestra propia fuerza de ventas. Si este es el caso debemos, en primer lugar, tomar conocimiento de la situación laboral del recurso humano, es decir, ¿está cómodo el vendedor con su ambiente? ¿De qué manera se lo está incentivando para alcanzar los objetivos? Un vendedor desmotivado no solo no vende, sino que "boicotea" de forma inconsciente (o no) la verdadera naturaleza del producto.

Las comisiones prometi-

das o las escalas de productividad, ¿se cumplen en tiempo y forma? ¿Tiene el vendedor el apoyo logístico suficiente para lograr lo exigido (publicidad, papelería, stock)? La venta no es como la producción en serie, requiere de atención personalizada, técnicas adecuadas, tácticas específicas y por sobre todo, de personal idóneo, ¿capacita regularmente a sus vendedores? Ellos conocen la realidad del mercado a partir de su contacto diario con él, ¿escucha sus opiniones? ¿Los respeta?

En resumen: agilice los canales tendientes a mejorar el status laboral de su fuerza de ventas y logrará una mayor

motivación en el personal que se traducirá en "orgullo" de cumplir con las metas fijadas, o como se dice vulgarmente: "se pondrán la camiseta".

Tenga presente que un vendedor motivado, equivale a cien clientes satisfechos.

En la próxima edición, del mes de marzo, trataremos: **"Fidelidad del cliente"**.

¿Cómo se "fideliza" un cliente? ¿Es necesario el Servicio de postventa? Y otras cuestiones vinculadas al tópico de los negocios.

GAU BARRERA

Investigaciones de Mercado
gau_barrera@argentina.com