

- EcoDiario
- España
- Deportes
- TV
- Informalia

¿Cómo operar 40.000€ invirtiendo sólo 100€?

Descubre las ventajas del apalancamiento...
Capital en riesgo

¡Recibe tu guía PDF gratis!

IFOREX

El arte de vender, un reto para las empresas en el 2017

Rafael Muñiz

28/12/2016 - 13:56



En un mercado en constante evolución como el actual, solo serán competitivas aquellas compañías que sean capaces de saber poner en valor, a través de los equipos comerciales, sus productos y servicios. Esto las obligará a tener profesionales más informados, más formados y más innovadores, amén de contar con una plena integración en el nuevo ecosistema digital.

Somos conscientes de que es un motivador reto para 2017, un año que viene aún cargado de incertidumbres e interrogantes estratégicos, pero que por encima de todo tiene un claro objetivo: vender, y esto pasa invariablemente por reflexionar si en nuestros resultados económicos de 2016 deberíamos haber vendido más. La experiencia nos indica que tenemos que pensar igual que el poeta Rilke y saber cómo sortear las dificultades para poner en valor la empresa y nuestros productos para conseguirlo.

Vivimos en una época en la que la innovación del producto o la venta *low cost*, por sí solas, no son la base del éxito de la empresa. Los clientes demandan a las compañías soluciones, por eso estamos totalmente convencidos de que "vender es un arte" y dominarlo pasa, invariablemente, por detectar nuevas formas de acercarse al cliente que abran nuevas perspectivas de mercado.

Tras estos últimos años de incertidumbre, de cambio y de adaptación a las nuevas tecnologías, ha llegado el momento de posicionarnos estratégicamente para competir con éxito y para ello los equipos comerciales cuentan con una gran variedad de herramientas de marketing a su servicio cuyo objetivo es facilitar su tarea de venta.

Entre ellas, destaca la comunicación: una "disciplina" que deben dominar todos los vendedores y profesionales de la venta. Por ello, el principal objetivo radica en dialogar con nuestro interlocutor, para conocer cuáles son sus necesidades y así poder satisfacerle con nuestros argumentos de venta.

El arte de vender

A veces existe una visión tradicional y caduca sobre el apasionante mundo de las ventas, la venta sigue siendo la asignatura pendiente de las escuelas de negocio. Todas se afanan en enseñar marketing, *management*, estrategias... pero son muy pocas las que han visto en la gestión comercial una apuesta firme de formación.

Y si no, ¿cuántas familias están dispuestas a pagar unos estudios universitarios para que su hijo o hija acabe de vendedor? Este es un error que han cometido más de unos padres. La profesión de comercial en España es una de las que prácticamente no tiene paro, es de las que mayores salidas profesionales tiene y permite escalar a importantes puestos.

Los profesionales de las ventas están cada vez más cualificados, hoy son piezas claves en las decisiones estratégicas de las compañías y, en países como Estados Unidos, gozan de gran reputación, ¿Por qué? En la meca del capitalismo lo tienen claro: El objetivo de cualquier empresa es conseguir y mantener clientes, a través de un proceso de ventas que nos ayude a poner en valor nuestra compañía.

Ya que, en un mercado tan dinámico y competitivo como el actual con un descenso de las ventas, una competencia cada vez más agresiva, constantes innovaciones tecnológicas y aderezado con el cambio de ciclo económico y social, lo que verdaderamente marca la diferencia es entre el éxito y el fracaso es sin duda la gestión del equipo de ventas, pues al fin y al cabo es quién convierte en realidad el sueño de poner en manos de los clientes nuestros productos y soluciones, contribuyendo con ello a la rentabilidad y viabilidad de la empresa, sabiendo mostrar y argumentar al cliente el verdadero elemento diferenciador de nuestra propuesta .

Playbook de ventas

Por ello, las compañías necesitan aportar soluciones y seducir de nuevo al cliente anticipándose y prediciendo la conducta del comprador, pero generalmente la actividad y comunicación que realizan carecen del marco adecuado para conseguirlo.

En la actualidad, la empresa debe considerar la venta y su proceso como una técnica estructurada y organizada hacia su objetivo final, que es: VENDER. Por tanto, las empresas están obligadas a ofrecer a su red de ventas una herramienta de trabajo que permita un mejor conocimiento de ella misma, el entorno y el producto.

Esta solución es el *playbook* de ventas, el cual permitirá homogeneizar su fuerza de ventas, además de dar unas pautas de comportamiento y un amplio conocimiento para realizar mejor su labor. Con ella el vendedor aportará a la empresa el nivel de competitividad tan deseado por las compañías

Resumiendo, podemos decir que nos encontramos frente a un mercado que ha cambiado en los últimos 16 años más que en todo el siglo XX. Las compañías necesitan aportar soluciones y seducir de nuevo al cliente anticipándose y prediciendo la conducta del comprador, pero generalmente la actividad y comunicación que realizan carecen de los ingredientes básicos para alcanzarlo.

Por ello creo que ha llegado el momento de reflexionar y aportar las principales directrices estratégicas para poner en valor nuestra empresa y sus productos:

- Ser innovador
- Dar el salto a la era digital
- Mantener una actitud emprendedora
- Contar con una base de datos operativa
- Realizar tareas de networking
- Focalizarse en el cliente
- Potenciar la comunicación comercial
- Potenciar la política de branding
- Contar con equipos humanos eficientes

** Rafael Muñiz es profesor de Marketing y Ventas del CEF (Centro de Estudios Financieros) y de la UDIMA.*

PUBLICIDAD

[Éste Artículo le dice la verdad: 5 cosas que su banquero no quiere que usted aprenda.](#)

Otras noticias



Renfe, Alstom y Enagás presentan un nuevo proyecto de tren de hidrógeno



Euskadi perderá unos 200 millones de impuestos de Mercedes en 2018



Los 30 valores para invertir en bolsa en el primer semestre de 2017



Las aerolíneas temen a los 'Superjumbos'

Contenido patrocinado



Esta Linterna Táctica está
Creando no Pocas Polémicas en
España
(useful4real.com)



Los desplomes en bolsa son
oportunidades de invertir
(Vici)



Descubre 5 consejos para ganar
más
(La Noticia Perfecta)



EE UU cierra la presidencia de
Obama con el desempleo en el 4,7
% en 2016
(La Razón)

recomendado por

Nuestros partners: **CanalPDA** | **Boxoffice** - Industria del cine | **iISole** - **English version** | **Empresite: España - Colombia** | **Administradores y Ejecutivos** | **Ranking de Empresas**

Copyright 2006-2016, Editorial Ecoprensa, S.A. | Política de Privacidad | Aviso Legal | Política de cookies | Cloud Hosting en Acens