

Organiza:



Coor. Técnica:



MADRID  
**SALES  
CONGRESS**  
2015

MSMK -  
MADRID  
SCHOOL OF  
MARKETING

Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**



Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

**Organiza:** **Coor. Técnica:**



**IPMARK**  
**%Retail.**

# CONSTRUYENDO VENTAS CON VALOR



20 Octubre 2015

Jose M<sup>a</sup> Vara

Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

Organiza:      **Coor. Técnica:**



**IPMARK**  
**%Retail.**



## AGENDA:

1. Una mañana en un Museo.
2. La vida es una Gymkana.
3. El siguiente paso.

Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

Organiza:



Coor. Técnica:

**IPMARK**  
**%Retail.**



# 1. *Una mañana en un Museo*

Churchill war rooms( westminster)



R.E.C

.

Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

Organiza:



Coor. Técnica:

**IPMARK**  
**%Retail.**



# 1. Una mañana en el Museo

## Churchill war rooms: R.E.C.

Respet  
o

Estim  
a

Colaboració  
n

Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

Organiza:



Coor. Técnica:

**IPMARK**  
**%Retail.**



## 2. *La vida es una Gymkana: Competitividad personal*

- 1) Exigirse a uno mismo.
- 2) Uso adecuado del tiempo.
- 3) Hacer los números siempre.
- 4) Construir un carácter firme e integro.
- 5) Ser una persona fácil.
- 6) Aprender a dominar tus pensamientos

Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

Organiza:      Coor. Técnica:



**IPMARK**  
**%Retail.**

## 2.1 Competitividad personal: Exigirse a uno mismo

“Y es indudable que la división más radical que puede hacerse en la humanidad, es esta, en 2 clases de criaturas: las que exigen mucho y acumulan sobre si mismas dificultades y deberes y las hay que no se exigen nada esencial, sino que para ellos vivir es ser en cada instante lo que ya son, sin esfuerzos de perfección sobre si mismas, boyas que van a la deriva”.

José Ortega y Gasset

## 2.2 Competitividad personal: del tiempo

Hacer uso adecuado

- Hacer pocas cosas con impacto

Definir

3/5 Prioridades

+

Definir

Qué vamos a  
Dejar de hacer

Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

Organiza:      Coor. Técnica:



**IPMARK**  
**%Retail.**

- Haz lo más difícil lo primero .
- Cerrar el día.
- Cerrar la semana.
- Cuaderno de Bitácora mensual.



Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

Organiza:      Coor. Técnica:



**IPMARK**  
**%Retail.**

## 2.3 Competitividad personal: **Hacer los números**

- “Primero los números y luego me cuentas”.
- Dar/Pedir explicaciones de los parámetros de tú Compañía:  
Ventas, Ebitda , Deuda, Margen
- Es básico para negociar bien !!.
- Los números te permite generar escenarios.

Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

Organiza:      Coor. Técnica:



**IPMARK**  
**Retail.**

## 2.4 Competitividad personal: **Construir un carácter firme e integro**

- Hablar claro y ser autentico
- Decir **NO** es muy bueno
- **Integridad:** Coincidir lo que haces con lo que dices



Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

Organiza:      Coor. Técnica:



**IPMARK**  
**%Retail.**

## 2.5 Competitividad personal: “Ser una persona fácil”

- No avergonzarse de expresar Ilusión/ Alegría
- No ser susceptible
- “No preocupar”
- ¿Eres curioso?





Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

**Organiza:**      **Coor. Técnica:**



**IPMARK**  
**%Retail.**

# TEST DE PERSONA FÁCIL



20 Octubre 2015

Jose M<sup>a</sup> Vara



Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

Organiza: **msmk**      Coor. Técnica: **IPMARK**



**IPMARK**  
**%Retail.**



## 2.6 Competitividad personal: Gestionar tus pensamientos

Rumiar

Evitación

Conducta inducida por las emociones

Autocrítica



Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

**Organiza:**      **Coor. Técnica:**



**IPMARK**  
**%Retail.**

## *3. EL SIGUIENTE PASO*





Un Congreso Único para la  
Fuerza de Ventas.

Organiza:      Coor. Técnica:



IPMARK  
Retail.



# 3. EL SIGUIENTE PASO

## SI NO VAS ¡ NO HAS IDO!

Quejarse de cómo está el mercado, de que ya no es lo que era o de que la competencia aprieta son algunas de las excusas con las que los vendedores justifican sus malos resultados. Sin embargo, nunca deberían dejar de hacer la esencia de su trabajo: **VISITAR y VISITAR. Porque la suerte existe, pero te tiene que pillar visitando.**

Muchas son las tentaciones que acechan a los vendedores para justificar unos resultados insuficientes, tantas que a menudo, caen en la trampa y acaban creyéndose las excusas fáciles. Se oyen por doquier lamentos acerca de que el mercado está difícil, que la competencia aprieta, que no hay alegrías en el sector...y, posiblemente, la mayoría de ellas sean objeciones ciertas. **¿Cómo se sale de este círculo vicioso que mina la moral del vendedor y repercute en sus resultados? Pues como siempre, haciendo lo que tiene que hacer un vendedor, la esencia de su trabajo, visitar y visitar.**

La mayoría de los clientes dejan de trabajar con sus proveedores por el abandono de estos. **Se abusa de la confianza del cliente cautivo y se deja de ir a verle**, hasta que se descubre que de cautivo no tenía nada. Basta recordar que cada vez que captamos un nuevo cliente, algún vendedor iluso ha perdido otro. La informática, el tele-marketing y los CRM son excelentes herramientas de apoyo, **pero vender lo que se dice vender, se hace cara a cara, escuchando, cazando oportunidades in situ, pues detrás de cada cliente hay una persona de carne y hueso, con sus manías y sus deseos.** Y si nos olvidamos de tratar con él, nos merecemos perder ese cliente.

En mi empresa, a menudo decimos.. **"Si no vas, no has ido, y si no llamas, no has llamado"**. Sirve para recordarnos que está como esté el mercado, el producto y lo que se quiera echar en el saco de las pamplinas, **lo que hay que hacer es visitar**. Que el mercado está durillo ¡pues a visitar aún más! Que se anuncia la llegada de un meteorito gigante que podría arrasar el mundo! pues a visitar por si acaso! Afortunadamente, también tenemos dentro a ese **profesional marchoso**, ese que disfruta de la aventura, ese que le encantan los retos, que le divierte el contacto con la gente, **que vive intensamente la libertad del vendedor**, que saborea cada logro, que persevera con incansable tenacidad, que cuando se encuentra con un cliente que le trata de forma indeseable, lejos de venirse a bajo, grita para sus adentros ¡me vengaré vendiéndote!. A él es a quién debemos despertar (cuando el veneno de la mediocridad nos amenace con su visita, y la mejor forma de alejarlo es visitar y visitar. **Porque la visita es la esencia de la venta**, es el patio de operaciones del vendedor, es su momento de la verdad, allí dónde te juegas el todo o nada. Es donde vuelve la adrenalina comercial que alimenta el espíritu del profesional de la venta. Que sí, que hay que planificar, que hay que preparar ¡pero visitando!, Si además de organizarse bien, se tiene una alta calidad de visita con una gran técnica comercial, pues fantástico. Pero muchos son los que dicen "es que necesito prepararme mejor", "es que me falta formación", "es que, es que ...", y mientras tanto pasan los días y no se va. Así mientras

de 20 años a 2015. VISITA!

Jose M<sup>a</sup> Vara





Un **Congreso Único** para la  
**Fuerza de Ventas.**

**Organiza:** **Coor. Técnica:**



**IPMARK**  
**%Retail.**



# Muchas Gracias



Jose M<sup>a</sup> Vara



josemaria.vara@deoleo.com



+34 91 558 95 38

