

1ª SESIÓN

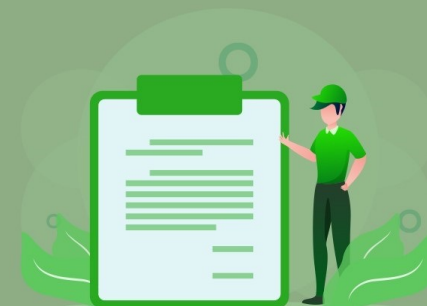
Programa online de CAPACITACIÓN DE AGENTES DEL ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

“Un plan para vender”

Sesión BIK: Refresh herramienta BIK  IDEA + BIK  STARTUP

 2 de diciembre 2022

 de 10h a 12h



ORGANIZA:



Centro Europeo de
Empresas e Innovación
de Castellón

FINANCIA:



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

IVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

JAVIER
ARNAL

CONSULTOR DE
PRODUCTIVIDAD
Y EFICACIA



Castellón

Un Plan Para Vender

2 dic 2022

La situación

¿Podrías decirme, por favor, qué camino debo seguir para salir de aquí? -Esto depende en gran parte del sitio al que quieras llegar, dijo el Gato. No me importa mucho el sitio, respondió Alicia. Entonces tampoco importa mucho el camino que tomes, le contestó el Gato.

(Lewis Carroll)



IMPROVISE

PLAN



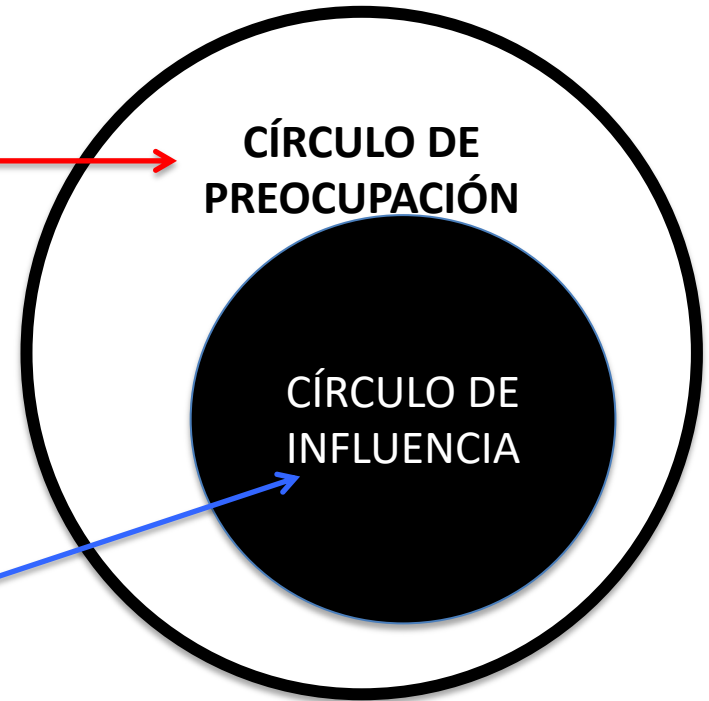
¿Dónde estoy poniendo el foco?

Lo que me preocupa
No es mi responsabilidad
Ideas, palabras, creencias,
acciones de los demás y sus
consecuencias
Actitud **REACTIVA**
**El camino me lo marca el
entorno**

**CÍRCULO DE
PREOCUPACIÓN**

**CÍRCULO DE
INFLUENCIA**

Es mi responsabilidad
Mis acciones, conductas,
ideas, palabras,
consecuencias de lo que yo
hago
Actitud **PROACTIVA**
El camino lo defino yo



Contenidos

1. Primero pensar, después hacer.
2. Hacer con foco y contundencia
3. Una vista al proceso comercial
4. Ingredientes del plan de acción comercial

1 Primero Pensar después Hacer



Hay que pensar como hombre de acción y
actuar como hombre pensador.

(Henri Bergson)

Distintos Niveles de Perspectiva



+ PERSPECTIVA
+ LARGO PLAZO
- CONCRETO
- ACCIONABLE

- PERSPECTIVA
+ CORTO PLAZO
+ CONCRETO
+ ACCIONABLE

Misión y Visión

Mapa de Negocios

Objetivos

Estrategia

Ejes estratégicos

Acciones

Pensar implica que:

- Se han identificado uno o varios negocios donde actuar
- Se han identificado las ventajas competitivas en los negocios y estrategias para hacerlas valer
- Se han marcado objetivos
- Hay un presupuesto y recursos asignados
- Se han identificado las acciones clave
- ...

2 Hacer con Foco y contundencia



ACTUAR CON FOCO Y CONTUNDENCIA

- ✓ No es el momento de pensar
- ✓ Es el momento de ejecutar
- ✓ Sigue el plan
- ✓ Poner foco en mejorar cómo hacemos las cosas
- ✓ Visualiza el resultado final y los beneficios
- ✓ Sigue el plan
- ✓ Persistencia: los hábitos cuestan de implantar
- ✓ Y...Sigue el plan

3 Una vista al proceso comercial

Etapas del Proceso de ventas



BAJANDO EL PROCESO COMERCIAL A LA ACCIÓN

EL PROCESO COMERCIAL EFECTIVO

FASE	1 SEÑALIZACIÓN		2 NEGOCIACIÓN		3 GESTIÓN	
Tarea	Identificación	Concertación	Análisis de Necesidades	Cierre	Revisión/Entrega	Gestión del Cliente
Objetivo fase	Obtener información de decisores para llamada de concertación Optimización de Tiempo	Conseguir entrevista con decisor Recoger información de interés y actualizar datos Distinguirnos	Identificar/Analizar necesidades con Cierre o Precierre Cualificarnos	Compromiso/contrato/pedido Fidelizarnos	Cliente satisfecho Nuevo cliente por referencia Participar en la entrega	Venta cruzada Retención Fidelización y ampliación de gama
Material de Apoyo	Presentación de empresa (corporativa) Oferta de captación	Carta/mail de presentación Propuesta de Valor Guión Llamada (indagación)	Ficha de Info del cliente Agradecimiento y cierre próxima visita Oferta Personalizada	Oferta a Medida incluyendo ROI y Beneficios	Histórico de Cliente (feedback positivo)	Ficha de cliente Plan Clienting
Método	Listados, LinkedIn, búsqueda por sectores o google, web, puerta fria, etc	Llamada telefónica(nº x día)	Visita preparada (nº x semana)	Entrevista Estructurada (nº x semana)	Visita o llamada en la entrega Repaso de condiciones (para verificar cumplimiento expectativas)	Visita, Llamada o correo programados
Gestión y Control	Seguimiento de diario de actividad Lista de 100 potenciales/históricos		Seguimiento ofertas presentadas Seguimiento de prospectos lista 100		Ficha de cliente, CRM, BI Plan clienting seguimiento Baja de prospectos en lista 100	

CAPTACIÓN

FIDELIZACIÓN

4 Ingredientes del PAC



PAC-PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL

PLAN

Incorpora fechas

100% operativo

A corto plazo: 3 meses

Tiene un soporte físico o digital

Cuantifica: acciones y resultados

Tiene una intencionalidad clara y evidente: conseguir unos resultados medibles

ACCIÓN

Implica ponerse en movimiento y ejecutar

Utilizar verbos de acción, implican actuar

- Escribir listado 50 contactos
- Hacer 5 llamadas
- Visitar prospectos
- Apuntar en CRM

Aplicarse con energía: evitar Ley de Parkinson

COMERCIAL

Es para vender, no tiene otra finalidad

Incluye las 6 W: Why, Who, What, Where, When, hoW

Video "De la idea a la acción en 6 pasos"

<https://www.subscribepage.com/q4h8z5>

BENEFICIOS DE UN PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL

- ✓ Clarifica lo que hay que hacer hoy para conseguir un resultado futuro
- ✓ Reduce el estrés que provoca la indefinición
- ✓ Elimina la improvisación
- ✓ Aporta indicadores de acción
- ✓ Se puede compartir-comunicar
- ✓ Motivador: sensación de avance y logro
- ✓ Persistencia: los hábitos cuestan de implantar
- ✓ Evita la procrastinación



Gracias

JAVIER
ARNAL

CONSULTOR DE
PRODUCTIVIDAD
Y EFICACIA

T. 609 670 405
jarnal@javierarnal.com