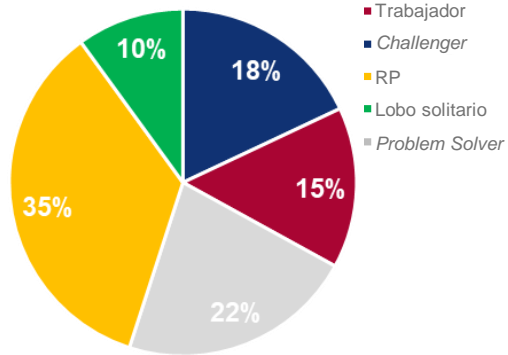


Implementación del modelo de organización de ventas

IMÁGENES ANTES

Análisis de los perfiles de ventas



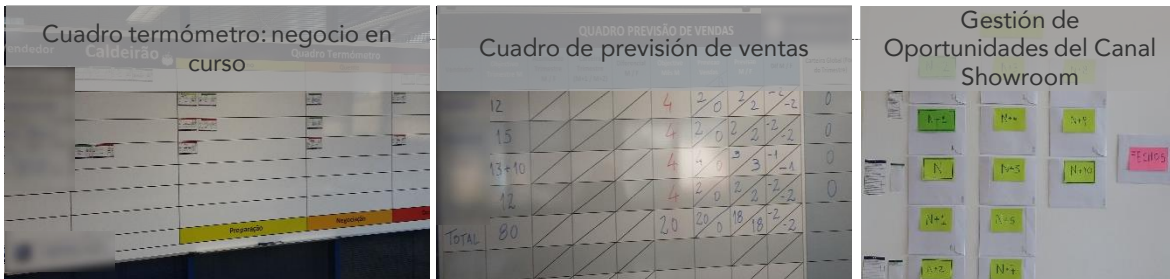
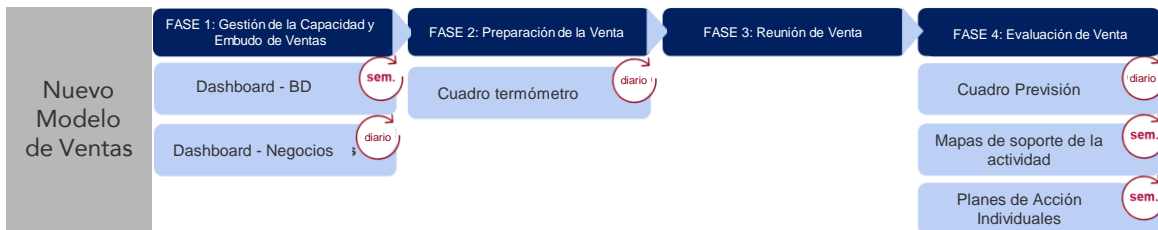
Análisis al dimensionado del equipo de ventas

Tipo de cliente	Nº de clientes	Nº de clientes			Ciclo de troca Nº de años: 8			Ciclo de troca Nº de años: 8			Ciclo de troca Nº de años: 7			Potencial Total
		Verdes	Amarillos	Rojos	Potencial Verde	Potencial Amarillo	Potencial Rojo	Potencial Verde	Potencial Amarillo	Potencial Rojo				
Particular	8138	2083	134	5919	2083	80%	106	134	22%	4	2083	134	10	287
ENI	274	132	17	125	132	80%	15	17	25%	1	132	17	1	13
A	1464	352	246	866	352	80%	28	245	25%	8	352	246	18	53
							193			12				353

Basándose en el cálculo potencial, determinar el número de gestores de clientes

Ventas por vendedor	60
Número de vendedores	3
Número de vendedores (después de redondear)	3
Productividad por vendedor	5

IMÁGENES DESPUÉS



Problema

- Ventas por debajo del presupuesto
- Organización poco enfocada en el cliente
- Baja productividad en Ventas por vendedor

Causas raíz

- Falta de preparación para el momento de la venta
- Proceso de venta no controlado
- Vendedores relacionados con diferentes canales de venta: multitarea
- Desconocimiento de la segmentación de los clientes por su potencial de venta
- Equipos de ventas no dimensionados según la cartera potencial

Soluciones

- Nuevo modelo de organización enfocado en el cliente: asignación de vendedores y gestores por canal de ventas según perfiles y segmentación
- Proceso de control y seguimiento del Embudo de Ventas
- Estándares de preparación y argumento de venta
- Plan de formación y coaching para mejorar los resultados de los vendedores

Beneficios

3M€/año

