



# EFICIENCIA COMERCIAL

DISEÑO | CONSTRUCCIÓN | DIAGNÓSTICO | MEJORA

## DATASHEET DE SERVICIO

*Desde 2008 ofreciendo operaciones con clientes, soluciones y planes de mejora en estrategia, organización, procesos, modelos de relación con proveedores, planificación, dimensionamiento, cuadros de mando, gestión del conocimiento, procesos de licitación, implantación de soluciones y mucho más.*

Desde ON Soluciones estamos convencidos de que la Fábrica de la Experiencia puede aspirar a convertirse en un auténtico centro de ingresos, a través de Modelos de Eficiencia Comercial. Donde cada interacción con el cliente se convierta en una oportunidad para aumentar su duración como cliente, mejorar la tasa de retención o para hacerle cliente de otros servicios de la empresa.

En definitiva, se trata de convertir nuestro centro de clientes en un auténtico canal de ventas, aplicando modelos comerciales que nos conduzcan al éxito.

[www.onsoluciones.eu](http://www.onsoluciones.eu)

 649 07 70 08

 [info@onsoluciones.eu](mailto:info@onsoluciones.eu)

 91 278 14 84/93 293 34 20

 [on-soluciones](https://www.facebook.com/onsoluciones)

 [@onsoluciones](https://twitter.com/onsoluciones)



Para ello, proponemos un modelo de cinco etapas:



## METODOLOGÍA PROPIA

### Etapa 1- La oferta comercial

Se definen los **productos o servicios** que vamos a ofrecer, los **precios**, los **medios de pago** y los **beneficios** que representan para el cliente, a través de **argumentarios** flexibles y que faciliten el acompañamiento de los agentes en el proceso de venta.

### Etapa 2 - El equipo

Identificamos cuales son las **habilidades comerciales** del equipo o seleccionamos personal específico para esta función, que requiere una elevada **resistencia a la frustración**. La **formación** en técnicas de venta, y el apoyo y conocimiento de los **jefes de equipo**, son piezas clave junto con las acciones de **animación comercial**, que nos permiten cumplir los objetivos de venta.



### Etapa 3- El plan de ventas

Es **La hoja de ruta** que nos marca el camino a seguir. En **número de unidades, en ingresos**, con el detalle específico de los **objetivos individuales** en función de los perfiles de agentes y de las carteras de clientes asignadas a éstos. Es la herramienta que nos permite conducir al equipo al éxito en el canal de venta telefónica.

## IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA PARA VENDER Y FIDELIZAR

### Etapas 4 y 5 - Vender y seguir el plan

Después de las etapas de planificación, estamos preparados para vender, utilizando una **metodología sencilla como el modelo AIDA**. Ello nos permitirá identificar con claridad en que etapas del proceso requerimos más foco o formación.

Se requiere también del **seguimiento de los indicadores** que muestran el cumplimiento del Plan de Ventas, con informes en tiempo real, diario, semanal y mensual.

Con visión individual por agente, para que los **jefes de equipo** puedan dar apoyo y para **establecer medidas preventivas y correctivas** si la oferta no está bien definida, o si la política de precios o descuentos del canal requiere de ajustes, o si... El seguimiento del Plan nos dará las pistas de qué elementos del equipo, de la oferta o del propio plan tenemos que ajustar para alcanzar los objetivos de venta.

En ON Soluciones, somos expertos en transformar y acompañar a los agentes en su camino hacia los canales de venta.