

5 áreas clave para las ventas

Si para las actividades comerciales el año 2020 consistió en ser todo lo ágiles, resilientes y centrados como fuera posible durante la pandemia, el año 2021 consiste en planificar el futuro.

Seguir impulsando la actividad comercial en períodos de cambio es fundamental tanto para la supervivencia como para la continuidad a largo plazo de la empresa. Entonces, ¿cómo se puede desarrollar un equipo comercial más resiliente, lograr que los equipos estén centrados y motivados y prepararse para los cambios que se avecinan?

A continuación, se describen las cinco áreas clave que debe tener en cuenta para afianzar la infraestructura comercial de su empresa y que ésta esté preparada para el futuro.

El 14% de las empresas aceleraron su crecimiento durante las cuatro últimas recesiones. Para este crecimiento es fundamental contar con una actividad comercial resiliente.*

1. Experiencia y compromiso

¿Cómo se puede desarrollar una relación continua e interactiva con los clientes?

2. Mayor Venta Asesorada

¿Qué áreas de su proceso de ventas puede automatizar y qué áreas deben conservar los procesos de ventas más tradicionales?

3. Ventas y servicios sin fisuras, en cualquier canal

¿Está preparado para atender al cliente de la forma en que quiere ser atendido? Las opciones adecuadas para dar la mejor asistencia y asesoramiento en el momento en que lo necesiten, tal y como ellos decidan.

4. Administración optimizada

Reducir los gastos administrativos y ofrecer al mismo tiempo una experiencia directa a los clientes.

5. Actividades de venta eficientes

Desarrollar un sistema de feedback focalizado e informativo que permita una asignación más eficiente de los recursos, la evaluación y la mejora del rendimiento, y facilite las operaciones.

Y hay una característica que vincula y sustenta todas estas áreas.

Nada de esto puede funcionar si no se ha invertido en las tecnologías necesarias para asistir y ayudar a los equipos a alcanzar los altos niveles de calidad que se esperan de ellos.

Garantizar que las principales inversiones realizadas en las tecnologías de datos y empresa se enfocan en mejorar la comprensión, la experiencia y las interacciones de los clientes. Para poder ofrecer unas capacidades comerciales equilibradas, en cualquier canal, será necesario contar con la combinación correcta de herramientas y tecnología a medida que usted y sus clientes avanza.

¿Y ahora qué?

Para crear una estrategia que genere una mayor resiliencia en sus actividades comerciales, tendrá que planificar sus actividades con antelación. Hemos publicado un artículo sobre la resiliencia comercial que le ayudará a comprender lo que necesita para avanzar con confianza.