

REUNIONES DE VENTAS EFECTIVAS

JASON ESTEBAN PAEZ ESPINOSA
UNIEMPRESARIAL FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE LA CÁMARA DE COMERCIO
DE BOGOTÁ
BOGOTÁ, COLOMBIA

RESUMEN

El presente artículo enfatiza en la importancia de las reuniones de ventas en cualquier empresa sin importar su tamaño, ubicación, modelo de negocio u objeto económico.

Lo que busco con el desarrollo de este artículo es generar recomendaciones y pautas a los Gerentes Comerciales para llevar a cabo y desarrollar una estrategia para crear y dirigir reuniones efectivas de ventas con sus equipos, teniendo en cuenta detalles como el tiempo y el dinamismo que debe llevar la reunión para que no se torne como un espacio aburrido, si no al contrario, se torne como un espacio provechoso donde se puedan intercambiar opiniones, estrategias, mejoras, aprendizajes, análisis y lo más importante motivación para lograr tener un equipo comercial altamente productivo.

PALABRAS CLAVES: Reunión, ventas, gerencia.

Bachiller, Aspirante a Profesional en Finanzas y Comercio Exterior
Tv. 34 Bis No.29^a-44 Bogotá Jason.paez@hotmail.com

ABSTRACT

This article emphasizes the importance of sales meetings in any company regardless of size, location, business model or economic purpose.

I am looking for with the development of this article is to generate recommendations and guidelines to the Commercial Managers to carry out and develop a strategy to create and direct effective sales meetings with their teams, taking into account details such as the time and the dynamism that must take the meeting so that it does not become a boring space, if not on the contrary, it becomes a profitable space where you can exchange opinions, strategies, improvements, learning, analysis and most importantly motivation to achieve a highly productive commercial team

KEYWORDS: Meeting, Sales, Management.

INTRODUCCIÓN

Desafortunadamente, la mayoría de reuniones de trabajo no se explotan o aprovechan como debería ser. Muchas veces, éstas sirven sólo para tomar del pelo, contar los últimos chismes, perder tiempo en temas sin ninguna importancia y en comentar de todo, menos lo que se pretendía aclarar o hablar para mejorar algún proceso o solucionar algún inconveniente.

Para evitar que lo anterior ocurra, deben seguirse algunos parámetros que harán que las reuniones sean productivas y sirvan para el fin con el cual fueron creadas, teniendo en cuenta que el Gerente de Ventas juega el papel más importante se dará a conocer una serie de pautas y consejos para que la reunión de ventas no se vuelva un espacio cansón, aburrido y monótono, si no que al contrario, sea un espacio provechoso y dinámico para lograr los objetivos.

DESARROLLO Y REFLEXIÓN

¿Qué es una reunión?

"Lo primero que vamos a hacer antes de entrar de lleno en lo que es el establecimiento del significado del término reunión es conocer su origen etimológico. En este caso podemos decir que deriva del latín, de "reuniré" que es fruto de la suma de las siguientes partes:

- El prefijo "re-", que significa "hacia atrás" o "repetición".
- El sustantivo "unus", que es sinónimo de "uno".
- La terminación "-ire", que se emplea para darle forma a ciertos verbos.
- El sufijo "-ion", que se utiliza para indicar acción y efecto.

Reunión es el acto y el resultado de reunir (agrupar, asociar, aglutinar, acoplar o acumular). El uso más habitual del concepto está asociado al grupo de individuos que se junta, ya sea de manera espontánea u organizada, por algún motivo.

Existen todo tipo de reuniones, en los contextos más diversos. En el ámbito laboral, suelen organizarse reuniones para determinar el funcionamiento de una empresa, brindar instrucciones a los trabajadores o establecer acuerdos comerciales." (Pérez Porto & Merino, 2016)

De acuerdo a lo anterior el enfoque de este artículo es el cómo realizar una reunión de ventas efectiva.

Las reuniones son la mejor herramienta de motivación, seguimiento y activación de la fuerza de ventas.

Ten en cuenta que las reuniones de venta tienen como objetivo:

1. Informar.
2. Motivar.
3. Corregir errores: perfeccionar o formar.
4. Crear y sostener el espíritu de equipo.

Son contraproducentes y mejor no hacerlas, si:

Los vendedores se aburren, no aprenden nada nuevo y salen peor de lo que entraron.

Se pretende analizar datos: Los análisis colectivos son imposibles, absurdos y nunca se llega a ninguna conclusión.

Las hace el director para enterarse de cómo están las cosas: Debería saberlo antes de entrar, ahí seguro que todo va bien o mucho menos mal de lo que realmente es.

CLAVE DE UNA REUNIÓN DE VENTAS EFECTIVA

"1. No deben durar más de 1 hora." (venmas)

En el ámbito de ventas el tiempo es oro, tener a tus vendedores más de 1 hora sentados es pérdida de dinero para la empresa y a su vez puede generar molestia e incomodidad a los participantes de la reunión, lo que no puedas decir en ese tiempo, no merece ser contado.

"2. Debes haberla preparado a fondo." (venmas)

Si no has tenido tiempo como gerente para preparar las reuniones, tiene un problema, no tus vendedores, como director y líder de ventas debes estar preparado en cada momento.

"3. Antes de entrar debes conocer perfectamente los datos y lo que ocurre, debes haber decidido una estrategia para resolverlo." (venmas)

Eres el director y como tal debes ir un paso adelante, buscando alternativas o innovaciones ya sea tecnológicas o en los procesos ya establecidos, lo cual aporten no solo a tu equipo comercial si no a todos los involucrados en el proceso.

"4. La reunión debe seguir un guión previamente definido por ti y de acuerdo con los objetivos que te hayas marcado." (venmas)

Como director debes plantear y planear un plan de trabajo en la reunión.

"5. Aparentemente, la reunión no debe seguir ningún guión." (venmas)

Nunca envíes un orden del día, haz que parezca que la reunión fluye de acuerdo a la dinámica que se propone desde el inicio.

"6. Debe ser plenamente participativa y dinámica." (venmas)

Como gerente debes ser hábil y tratar los puntos que realmente interesan a las partes para llegar al final al objetivo por el cual se está realizando la reunión

"7. Escucha todas las intervenciones con respeto e interés real, casi siempre aprenderás algo útil." (venmas)

Independientemente que seas el Gerente siempre hay algo más que aprender a diario, y que mas que tomar enseñanzas de tu equipo comercial el cual vive en el día a día del negocio.

"8. Habla justo lo necesario, pero muy clarito." (venmas)

Un buen gerente no se extiende, siempre habla claro y deja saber lo que piensa y lo que se debe hacer para tratar de mejorar el proceso de ventas de su equipo, claro está, escuchando y haciendo también valer las opiniones o sugerencia de su equipo.

"9. Usa siempre lenguaje positivo." (venmas)

Siempre apertura, lleva y finaliza la reunión con voz de aliento, un Gerente negativo solo indispone a su equipo.

"10. Nunca censures y mucho menos humilles a nadie en público." (venmas)

Si como Gerente tienes que expresar alguna inconformidad a alguien de tu equipo, es indispensable que solo hables con esa persona y le indiques en que debe ajustarse y lo alientes para que mejore, pero nunca sin usar un lenguaje tosco, el buen trato hace que las personas realmente quieran superarse y mejorar en su trabajo.

"11. Felicita a todos los que se lo merecen, sólo a los que se lo merecen, incluso si son vendedores un poco díscolos." (venmas)

Haz que disfruten de su éxito.

Olvídate de tus protegidos, evita tener preferencias, todos son tu equipo de trabajo y todos merecen el mismo trato e importancia, las preferencias no te llevarán al éxito, un equipo consolidado y solido si te hará crecer.

"12. Nunca castigues a nadie, ni siquiera con la mirada, muéstrate claro y firme pero amable con todos." (venmas)

No es fácil pero es el mejor camino.

"13. Anima a los que no han tenido éxito, no felicitándolos, es absurdo, sino manifestándoles tú apoyo, confianza y tu disponibilidad." (venmas)

Siempre que se hayan esforzado, en caso contrario mejor ignorarlos.

"14. Nunca contagies ni compartas tus temores. No es el sitio ideal para hacerlo."
(venmas)

Si tienes dudas, miedos o problemas habla con tu confesor, pero nunca lo hagas con tu equipo de ventas, ellos no están para eso y generara indisposición y mala energía en tu equipo.

"15. Siempre finaliza la reunión con un brevísimo resumen de lo importante y muchas palabras de ánimo y fe en la victoria." (venmas)

Hazlo pase lo que pase y pienses lo que pienses, destaca siempre lo más importante y representativo de la reunión teniendo en cuenta tu opinión y la de tu equipo

¿DÓNDE, CUÁNDO, CON QUE FRECUENCIA Y CON QUIEN HACER UNA REUNION DE VENTAS?

¿DÓNDE?

El lugar más adecuado para llevar a cabo una reunión de ventas es la "OFICINA".

Teniendo en cuenta que un equipo comercial diariamente esta fuera de la oficina cumpliendo con sus obligaciones con los clientes, es indispensable invitar a los mismos a las instalaciones de la empresa cuando realmente sea importante, en este caso una reunión a tratar.

¿CUÁNDO?

Las reuniones deben ser programadas cuando el Gerente decida que existe un tema urgente a tratar para algunas de las siguientes situaciones:

- Ve algo anormal en el mercado donde se compite a diario y quiere darla a conocer a su equipo, para tener una posición y estrategia para manejar una estabilidad en el día a día.
- Existe alguna situación ya sea buena o mala dentro de su equipo y quiere revisarla con las personas que están afectadas o beneficiadas con la misma.
- Quiere dar a conocer nuevas políticas o cambios dados en la empresa para seguir los lineamientos correctos y ajustarse a estas.
- Desea compartir estrategias y recibir retroalimentación de sus colaboradores comerciales de algunas de sus ventas.

¿CON QUE FRECUENCIA?

Lo recomendado para que la reunión no se vuelva un espacio de rutina y aburrido es programarlas 1 vez por mes.

“La frecuencia de reuniones de una empresa, tanto pequeña como mediana o grande, es muy relativa. Esto se debe a que son los mismos procesos y el alcance de las metas empresariales lo que incentiva a este tipo de reuniones, tanto de manera interna, como también para concretar citas con los clientes.” (Masclics, 2017)

“Realmente una empresa no sabe exactamente cada cuanto les resultará necesario realizar este tipo de reuniones. Sin embargo, si es posible establecer un balance de cuantas sesiones pueden realizarse a lo largo de un mes. Lo importante es apuntar a lo mínimo de modo que si se accede a otra sesión imprevista, esta se facture de manera adicional.” (Masclics, 2017)

¿QUIÉN DEBE ESTAR PRESENTE EN LA REUNION?

El Gerente es responsable de convocar a las personas que realmente debe presenciar y estar en la reunión, las cuales van a tener conocimiento de la situación que se va a exponer.

No hay necesidad de convocar a personal que no tiene idea de los puntos a tratar, ya que esto trae consigo pérdida de tiempo y dinero para la empresa.

El gerente debe tener la habilidad y muy cuidadoso de reunir las personas adecuada en su reunión.

*Resumen:



CONCLUSIONES

La presente investigación se ha dedicado al estudio de clave de éxitos para realizar una reunión de ventas efectiva, teniendo en cuenta el papel que juega el Gerente de ventas y como este puede desenvolverse para sacar adelante y hacer productivo y provechoso el espacio de las reuniones con su equipo comercial.

Para tener una reunión de ventas efectiva, no se necesita de mucho tiempo, por el contrario, el Gerente debe enfocarse en mostrar y detallar un contenido de alta calidad y expresar de manera clara y detallada lo que se necesita y lo que se debe hacer para llevarlo a cabo.

El trabajo en equipo es una parte indispensable para el desarrollo de habilidades de cada persona que conforma el equipo, a pesar que son competencia fuera de la oficina, cada uno tiene experiencia el cual puede compartirla y aportarla para que crezcan a nivel personal y laboral, esto con el fin de consagrarse como un equipo consolidado y solido, que pueda enfrentarse a cualquier tipo de situación e inquietud que se les sea presentada por cualquier de sus clientes en el día a día.

AGRADECIMIENTOS

A mi madre, mi padre y hermana con mucho amor y cariño le dedico todo mi esfuerzo y trabajo puesto para la realización de este artículo.

A todas las personas que de una u otra forma se toparon conmigo y me compartieron algo de su sabiduría y buenos consejos.

Y gracias a la vida que me ha brindado la oportunidad de llevar un proceso de aprendizaje, el cual me ha permitido mejorar cada día como persona y como profesional tratando de aportar algo bueno a esta sociedad.

RECOMENDACIONES

Una vez concluido el artículo, se considera interesante investigar sobre otros aspectos relacionados con la buena práctica para desarrollar una reunión de ventas efectiva:

- Se puede extender el estudio de que aptitudes y actitudes debe tener un buen Gerente de ventas y como sus competencias ayudan a desenvolverse con su equipo comercial en una reunión.
- Trabajar en mejorar o adicionar alguna clave extra, diferente a las 15 propuestas en el artículo, para tener en cuenta.
- Analizar con mayor detenimiento y decidir si los objetivos de una reunión de ventas propuestos en el presente artículo son los indicados o no y tratar de dar desarrollo a este punto más a fondo, si hay lugar a lo mismo.

BIBLIOGRAFIA

1.

https://www.venmas.com/venmas/boletin/actual/sales_force/reuniones_de_ventas_si_gracias

2. <https://definicion.de/reunion/>

3. <https://www.gestiopolis.com/importancia-reuniones-trabajo/>

4. <https://jobcenterenlinea.com/cada-cuanto-se-deben-realizar-las-reuniones-de-juntas/>

LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE ESTUDIANTES.

Los suscritos

JASON ESTEBAN PAEZ ESPINOSA con C.C. No. 1.026.275.283

actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado), (presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título **REUNIONES DE VENTAS EFECTIVAS** elaborada para efectos de optar por el título, de **FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR** Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

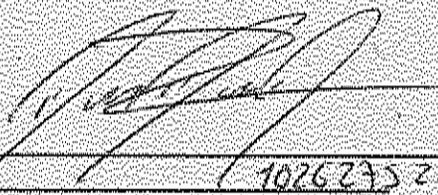
PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá, el año 2018 del mes Mayo a los 30 días.

FIRMA

Firma

C.C.


Jason Paez
1026275283

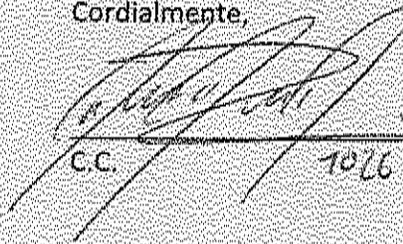
Bogotá D.C., 30/Mayo/2018

Señores
Dirección Académica y Empresarial
UNIEMPRESARIAL
Ciudad

Respetados Señores:

Por medio de la presente hago entrega del trabajo de grado para optar al título de
FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR.

Cordialmente,


C.C. 1026275283 Jason Parra

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TÍTULO COMPLETO

REUNIONES DE VENTAS EFECTIVAS

AUTORES

Apellidos completos

PAEZ ESPINOSA

Nombres completos

JASON ESTEBAN

TUTOR DE TRABAJO DE GRADO

Apellidos completos

Castro Rodriguez

Nombres completos

Christian

PROGRAMA ACADÉMICO

Nombre del programa

FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR

Tipo de programa
(marque con una x)

Pregrado

X

Especialización

Maestría

CIUDAD

Bogotá

AÑO DE PRESENTACIÓN DEL
TRABAJO DE GRADO

2018

NÚMERO DE PAGINAS

14

PALABRAS CLAVES

Español

Reunión, ventas, gerencia.

Inglés

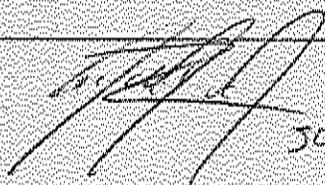
Meeting, Sales, Management.

RESUMEN

(Máximo 250 palabras)

El presente artículo enfatiza en la importancia de las reuniones de ventas en cualquier empresa sin importar su tamaño, ubicación, modelo de negocio u objeto económico.

Lo que busco con el desarrollo de este artículo es generar recomendaciones y pautas a los Gerentes Comerciales para llevar a cabo y desarrollar una estrategia para crear y dirigir reuniones efectivas de ventas con sus equipos, teniendo en cuenta detalles como el tiempo y el dinamismo que debe llevar la reunión para que no se torne como un espacio aburrido, si no al contrario, se torne como un espacio provechoso donde se puedan intercambiar opiniones, estrategias, mejoras, aprendizajes, análisis y lo más importante motivación para lograr tener un equipo comercial altamente productivo.



Jason Paez

CC 1026 270 283