

El manual del vendedor institucional

La guía completa sobre el proceso de venta B2B

ISBN: 978-607-8704-569 impreso
978-607-8704- 583 ebook

FECHA: Julio 2022

EDITORIAL: LID Editorial Mexicana

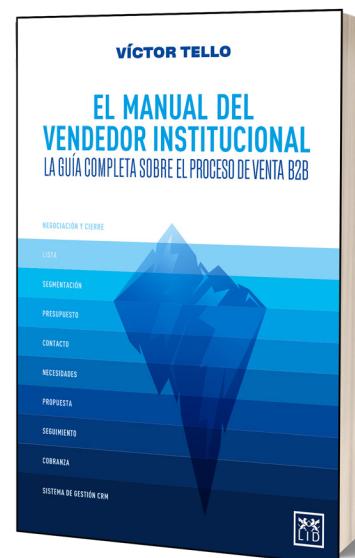
COLECCIÓN: Acción empresarial

EDICIÓN: 1era edición

FORMATO: Rústica con solapas e ePub

PÁGINAS: 228

PVP: 393 impreso, 159 ePub



Autor

Víctor Tello



El autor es ingeniero mecánico eléctrico por el Tecnológico de Monterrey; cursó una maestría en Negocios y Mercadotecnia en la Universidad Tecmilenio, donde se inició en la teoría de planeación y administración de proyectos. Con más de 20 años de experiencia en ventas B2B, ha laborado en áreas como Servicio al Cliente, Gerente de Cuentas Clave y Gerencia Comercial.

También colaboró con empresas del sector energético como GE y ABB, donde se desempeñó en áreas operativas y de Administración de Proyectos. Su trayectoria le ha permitido identificar los retos de las compañías para captar y desarrollar una fuerza de ventas con verdaderas habilidades comerciales. Este libro es una propuesta que permite trabajar bajo un esquema apegado a procesos efectivos. Es una obra de consulta obligada, tanto para los profesionales de las ventas como para todo emprendedor cuyo mercado sean organizaciones públicas y privadas.

Índice

- 1.- ¿Qué es vender?
 - 2.- El proceso de ventas
 - 3.- Desarrollar una lista de prospectos
 - 4.- Segmentación del mercado y clientes objetivo
 - 5.- El presupuesto de ventas
 - 6.- El contacto
 - 7.- Conoce a tu cliente y entiende sus necesidades
 - 8.- Presentar una propuesta efectiva
 - 9.- Seguimiento
 - 10.- Negociación y cierre
 - 11.- Posventa, cobranza y empezar de nuevo
 - 12.- La venta como profesión
 - 13.- El sistema de gestión de calidad en el área de ventas
- Conclusiones
- Anexos



La obra

Cuando el equipo comercial de una empresa vende, toda la empresa gana. Así es la importancia de esta área en todas las compañías. *El manual del vendedor institucional* ofrece herramientas y un amplio panorama sobre cómo llevar a cabo esta función, ya sea para iniciar o desempeñarse mejor.

Ha quedado atrás la idea de que para ser un buen vendedor había que nacer con las aptitudes adecuadas; ahora se sabe que éstas se pueden adquirir con práctica. Sin embargo, para tener un buen desempeño en las áreas de comercialización Business to Business (B2B) hay que prepararse y mucho. Este libro de Víctor Tello es una importante guía y un gran apoyo.

El entorno de los vendedores se ha modificado en los últimos tiempos; la disponibilidad de información a la que tienen acceso los clientes, la competencia y ellos mismos, ha provocado que ahora la disputa sea más feroz, los tiempos más rápidos, la mayor parte de los procesos son digitales, pero lo que no ha cambiado es la imperante y eficaz necesidad de, todavía, buscar la interacción personal.

Víctor Tello, quien se ha dedicado a esta labor desde finales de los años noventa, dice: “En estos tiempos nuestra labor como vendedores ya no recae en demostrar nuestros productos y servicios a los clientes, sino en educarlos en cuestión de las ventajas de nuestra oferta para ayudarlos a encontrar estos elementos diferenciadores, no tanto en función de las características, sino más bien en función de entender sus necesidades específicas”.

Ninguna universidad ofrece la posibilidad de profesionalizarse en ventas, las personas que lo hacen, a través del tiempo, lo logran con el trabajo diario y con los conocimientos técnicos que obtuvieron en sus carreras universitarias. Uno de los principales problemas a los que se enfrentan es que no encuentran programas de apoyo serios que los guíen en el proceso de ventas como un todo.

Este es un manual que puede ser utilizado para apoyar a cualquier persona, sin importar sus características de personalidad, antecedentes o habilidades previas, en el que encontrarán desde las bases de las ventas, su conceptualización, técnicas de acercamiento y entendimiento del cliente, del mercado, el proceso, paso a paso, con sus diferentes aristas según la industria y el tamaño de la empresa, presupuestos, negociaciones, postventa, cobranza, etcétera.

Una de las grandes ventajas que nos propone el autor, con el marco de trabajo propuesto, es que cualquier persona, sin importar sus antecedentes, sea capaz de iniciarse en las ventas institucionales y puede convertirse en un profesional lo antes posible. Podrá dar resultados rápidos y consistentes, además de que logre éxitos ofreciendo soluciones a la industria y al comercio formal. Para esto se apoya con ejemplos y tablas ficticias de clientes y prospectos como herramientas para realizar ejercicios que permitan ejemplificar los conceptos explicados.

Contacto

Bertha Herrerias
bertha.herrerias@lidbusinessmedia.com
Móvil: 55 41 90 96 02