



GUÍA RÁPIDA DE COACHING



REUNIÓN DE REVISIÓN DE PIPELINE

PASO 1: PREPARACIÓN

Consensue con el ejecutivo la dinámica de la reunión.

Planificar las reuniones de ventas es clave para optimizar el uso del tiempo y lograr allí repasar los temas de mayor relevancia.

PASO 2: TÁCTICO / OPORTUNIDADES

Analice las habilidades de calificación del vendedor.

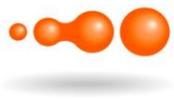
Evalúe cómo está calificando los negocios, si aplica la metodología objetivamente y si logra obtener los compromisos por parte del cliente.

(Ver hoja 3: ANEXO - ¿Cómo revisar las habilidades de calificación?)

PASO 3: ESTRATÉGICO / PIPELINE

¿Cómo hace pipeline management?

Cuide la forma del embudo. Considere los **gaps**. Comprenda cuál es la brecha entre lo esperado y la situación actual.



Utilice preguntas como:

- ¿Hay cantidad y calidad de oportunidades?
- ¿El ciclo de ventas tiene la extensión adecuada?
- ¿Estamos pensando en el corto, mediano y largo plazo?
- ¿Cómo priorizarás tu tiempo en base a tus objetivos?
- ¿A qué actividades les pondrás foco en los próximos 3 meses?

Si hubiese una brecha en la gestión de pipeline, comprenda sus razones ¿son de aprendizaje o de aplicación?

PASO 4: OFREZCA COACHING.

Fije un **plan de acción correctivo en caso de que sea** necesario, y luego dé **seguimiento** para asegurarse que se llevará a cabo. Obtenga un compromiso del vendedor que resuelva la brecha detectada.



ANEXO: ¿CÓMO REVISAR LAS HABILIDADES DE CALIFICACIÓN?

DOLOR

¿Cuáles fueron los **desafíos** de negocio/prioridades/problemas que el cliente manifestó?



DIMENSIÓN ECONÓMICA

¿Cuáles son las **causas** que provocan el desafío reconocido?
¿Qué **consecuencias** de negocio se derivan de ese desafío?
¿Cuál es el **impacto** económico en el negocio del cliente?



CONSENSO DE VISIÓN DE SOLUCIÓN

¿Se consensó una **visión de solución** junto con el cliente?
¿Cuál?
¿Qué diferenciadores incluye?



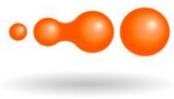
VALOR PERCIBIDO

¿Qué **valor** verbalizó el cliente?



PODER Y PLAN DE ACCIÓN

¿Quién es el **poder** en esta oportunidad?
¿Cuándo vas a hablar con él?
¿Qué otras personas intervienen en la toma de decisión?
¿Cuáles son los pasos administrativos de la compra?



¿CÓMO DETECTAR LUCES AMARILLAS?

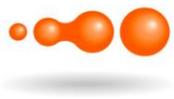


A nivel de oportunidad:

- Asegúrese que el vendedor conoce perfectamente los resultados que debe obtener en cada etapa.
- Ayude al vendedor a analizar cada oportunidad preguntando, en lugar de dar consejos.

A nivel de pipeline:

- Ayude al vendedor a analizar su pipeline mirando el mes, Q actual, Q siguiente y año.
- Utilice los indicadores clave (KPI's) para tomar la decisión de acción correcta.



DIAGNÓSTICO GENERAL SOBRE LOS VENDEDORES



- ¿Su lenguaje de ventas está centrado en la **creación de valor** o en la oferta de productos y servicios?
- ¿Su territorio de cuentas es target para el portafolio de soluciones de su compañía o son cuentas no target?
- En las cuentas clave, ¿están haciendo **cross-selling** creando demanda o sólo venden lo que el cliente quería comprar?
- Sus oportunidades de venta, ¿en qué proporción son **captura** de demanda versus **creación** de demanda?
- ¿Están **prospectando** lo suficiente? Y si lo están haciendo, ¿es una prospección utilizando proposiciones de valor relevantes o con un discurso de oferta?
- ¿**Indagan** bien durante las reuniones o hacen muchas visitas y traen pocos negocios?
- ¿**Califican** bien esos negocios o se dejan llevar por su apreciación subjetiva afectando su *win rate* al perseguir negocios basura?
- ¿Tiene suficiente **dinero en pipeline** como para cumplir cuota considerando su histórico de cierre?