

Título del artículo

12 de febrero de 2018

Navarro Consultores

navarroconsultores@navarroconsultores.com



Artículo

Contratar un nuevo Director Comercial es una decisión comprometida para un Director general. Encontrar la persona correcta y que los resultados del negocio mejoren significativamente, haciéndolo crecer y creando valor para los accionistas. Una decisión equivocada no sólo hará retroceder el negocio, sino que pondrá en peligro la propia supervivencia del Director General.

He aquí algunas características clave a tener en cuenta cuando se busca un Director General.

Capaz de seleccionar un equipo de comerciales excelentes.

Los líderes de equipos comerciales más efectivos saben cómo reclutar a los mejores vendedores en cualquier organización. Conseguir vendedores de alto nivel no es fácil, porque normalmente ya tienen el trabajo que estaban buscando. Los buenos directores comerciales no sólo saben vender la Empresa y su desarrollo a largo plazo, sino también cómo convencer a los vendedores de que pueden tener aún más éxito del que tienen hoy si se unen a su equipo de trabajo.

Capacidad para desarrollar el desempeño de los vendedores.

A menudo se deja de prestar atención a la formación y desarrollo de los vendedores. Los directores de ventas efectivos entienden que para incrementar la productividad de sus vendedores necesitan constantemente invertir en formación, tanto de producto como de ventas. Esto significa tener a los vendedores entrenados en cómo

presentar el valor y las características diferenciales que ofrecen sus productos o servicios y cómo descubrir y cerrar con éxito oportunidades de negocio. Por otro lado significa que los directores comerciales deben entrenarse en desarrollar planes comerciales, zonas, tanto como en desarrollar y motivar a sus equipos.

Entender el proceso de ventas.

Las organizaciones que destacan en ventas tienen un proceso claro y consistente que marca el camino desde la oportunidad hasta su cierre. Han de atravesarse ciertas etapas –identificar los problemas del cliente, evaluar producto o servicio, identificar comprador y prescriptor, demostrar que el producto o servicio funciona tal como se publicita, y negociar el contrato hasta su firma. Los mejores directores comerciales entienden la importancia de un robusto proceso de ventas.

Mirando al futuro.

Una responsabilidad clave de cualquier líder es hacer una proyección ajustada de su negocio. Los directores comerciales capaces tienen pleno conocimiento de dos cosas que les permiten hacer previsiones certeras: su equipo y cuán realista éste a la hora de predecir cierres de ventas, y cómo medir dónde estarán los acuerdos en el proceso de ventas y los riesgos que pueden conllevar.

Incomprensiblemente, muchos equipos comerciales se concentran demasiado en el actual trimestre. Si los tiempos del ciclo de ventas se pueden medir en meses o en años los directores de ventas lo tienen en cuenta para hacer sus presupuestos. Necesita empezar a trabajar pensando en el más adelante –contratación de nuevos vendedores, entrada en nuevos mercados, etc. Siempre están pensando meses después de dónde está hoy el negocio y son capaces de anticipar las necesidades de la organización.

Asegurar que las disciplinas de ventas están interiorizadas.

Así como es muy motivante crear una visión de lo que el equipo de ventas es capaz de conseguir, la única forma de asegurar que se consiga es hacer el duro y repetitivo trabajo de hacer seguimiento constante y revisión de cómo se están haciendo las cosas para conseguir que se hagan correctamente.

Por ejemplo, asegurarse que un nuevo proceso de ventas se está implementando, que lo que se ha entrenado se está poniendo en práctica, y que el equipo está enfocado a construir el camino del próximo trimestre mientras se cierran ventas del actual. Los buenos líderes comerciales saben cómo implantar un enfoque disciplinado.

Dispuesto a escuchar.

Aunque venga con un historial de resultados impresionante, es importante que el director comercial muestre una actitud que "tengo mucho que aprender antes de dar resultados". Aprender a construir un equipo comercial de éxito no es un proceso estándar, No hay dos empresas iguales. Mucho cuidado con los líderes comerciales que tienen todas las respuestas. Muchos directores comerciales tienden a poner el foco en sí mismos y sus carreras, pero los buenos de verdad se centran primero en el éxito de sus colaboradores.

Valores.

Un director comercial marca los estándares de comportamiento del equipo comercial en términos de cómo tratan al cliente, a socios, o a compañeros de trabajo. Un líder sólido marcará claramente las líneas que no se pueden cruzar, formará a su equipo adecuadamente y se asegurará de que trabajen como equipo con el resto de la empresa. Hay muchos casos de vendedores que se han salido de los raíles, porque han creído que podían hacer lo que quisieran para conseguir la venta, y que la empresa va bien gracias a ellos. Cuando esto sucede hay que reflexionar acerca de la forma de liderar a ese equipo, y ver qué valores son los que se les han transmitido.

Motivado a largo plazo.

Un director de ventas ha de trabajar muy duro para tener éxito –la cuestión es si tiene el empuje necesario para rendir de forma consistente durante mucho tiempo. Un error común a evitar es seleccionar personas cuya motivación es solo económica. Tienden a tomar atajos para alcanzar resultados de forma rápida –como hacer demasiadas concesiones para cerrar un gran trato, o no invertir en que su equipo se desarrolle. También son normalmente los primeros en marcharse si piensas que les está costando demasiado tiempo alcanzar los ingresos que deseaban.

Conocimiento del sector.

A menudo los clientes se entusiasman con la idea de contratar a alguien de la competencia. Si tiene un buen conocimiento del mercado, es un plus, y muchas veces esencial. No es nunca una buena idea si eso pesa más que las capacidades de liderazgo. Puede ser útil que llegue alguien nuevo en el sector para que ponga en cuarentena muchas cosas que están preestablecidas. Lamentablemente que el requerimiento número uno sea ser experto en el sector es un error frecuente cometido por los directores generales.

Sentido común, juicio.

La capacidad de un director comercial para tener éxito está directamente relacionada con su habilidad para tomar consistentemente buenas decisiones, por ejemplo en reclutamiento, proceso de ventas, evaluación de operaciones comerciales, manejo del tiempo, etc. Una forma de evaluar la habilidad de tomar decisiones de un candidato es valorar las que ha tomado sobre su propia carrera. La información que puedes extraer de las elecciones de la carrera de alguien pueden ser reveladoras.

Ventas es un área sobre la que todo el mundo opina. Aunque las impresiones de otros directivos pueden ser tenidas en cuenta, la decisión es del director general.

En contadas ocasiones encontrarás un candidato que reúna todas las características descritas, así que en última instancia habrás de confiar en tus propias intuiciones a la hora de decidir a quién eliges como director comercial. Acierta y tu negocio se beneficiará enormemente.

Sobre la empresa

Navarro consultores es una empresa de consultoría especializada en las áreas de **Dirección General y Comercial**, dedicada a asesorar y trabajar con las empresas para mejorar su desempeño, obtener resultados y generar beneficios.

Para contactar con **Navarro consultores**:

Dirección postal:

C./ Esteban Ballester, 26, 3º, 9ª.

46022 Valencia (Valencia - España).

Teléfono: 96 353 03 28

Fax: 96 353 07 41

Correo electrónico:

navarroconsultores@navarroconsultores.com

Sitio Web:

<http://www.navarroconsultores.com>