



# Las 5 claves para la gestión de equipos y el liderazgo comercial



Ebook

De entre todas las acciones que puede llevar a cabo el director de ventas, ¿Cuál es la que afecta directamente al rendimiento de su equipo?

Como ya sabrás, los directores no pueden conseguir los objetivos solos, necesitan la ayuda y el apoyo de un equipo. Un equipo cohesionado, eficiente y motivado. Y, ¿cómo lo consiguen?

Mediante una gestión de equipos que incluya:

- ✓ Coaching comercial
- ✓ Capacidad de liderazgo y motivación
- ✓ Herramientas y técnicas de gestión

Sabiendo que el coaching comercial es una de las palancas más importantes que el director puede utilizar para aumentar el rendimiento del equipo, suponer que está implementado y utilizado en todos los departamentos de ventas sería lo más normal del mundo...

Estamos **todos equivocados**.

En base al estudio<sup>1</sup> realizado por David A. Brock, a la pregunta "¿Con qué frecuencia haces coaching a tu equipo comercial?" **más del 60%** de los directores contestaron una vez cada cuatrimestre o menos.

Un resultado realmente sorprendente siendo el coaching comercial una de las competencias fundamentales para la gestión de equipos de ventas.

Por esta razón, el objetivo de este eBook es trazar un camino para la correcta gestión de equipos incluyendo el coaching comercial, la motivación, la opinión de los expertos y las técnicas y herramientas necesarias para conseguirlo.

Sigue las **5** claves que pueden ayudarte a mejorar la salud del departamento y con ello mejorar el rendimiento y la productividad del equipo.

<sup>1</sup>David A. Brock (2016) *Sales Manager Survival Guide: Lessons from Sales' Front Lines*

# Índice

- La figura del **coach comercial** en la gestión de equipos **1 >**
- La **motivación 24/7** del equipo de ventas **2 >**
- ¿Qué opinan los **expertos**? **3 >**
- Herramientas** que facilitan la cohesión y el rendimiento **4 >**
- El secreto de la **dirección por objetivos** **5 >**

# La figura del **coach comercial** en la gestión de equipos

# 1

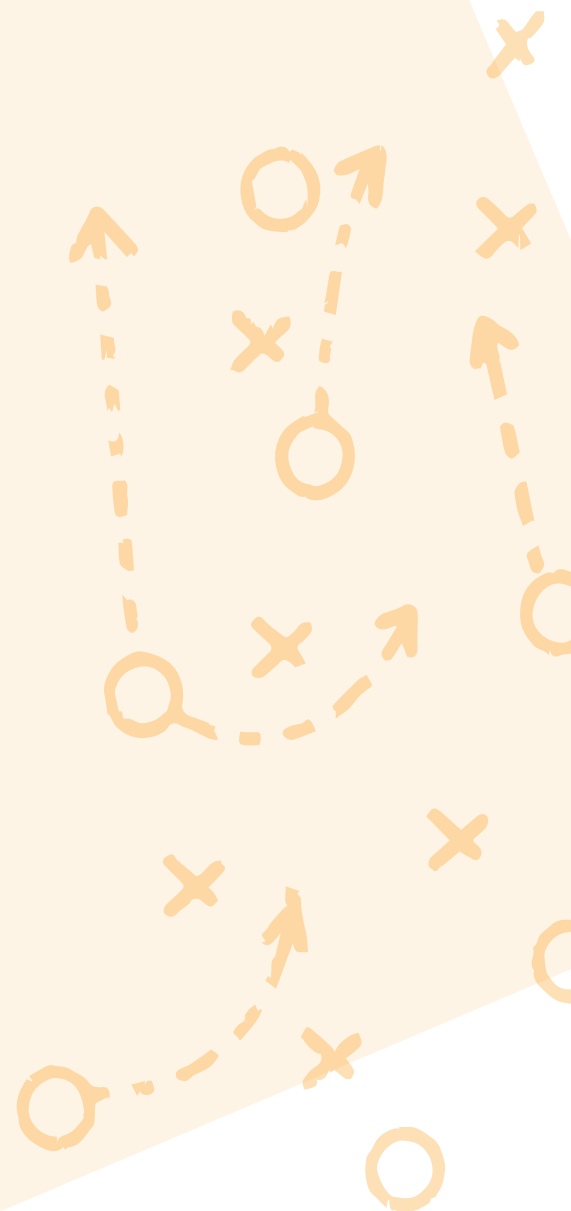
La función principal del director de ventas es conseguir resultados, o en otras palabras, conseguir que el equipo venda. Pero no todo es marcar objetivos y esperar de brazos cruzados a que suene la campana de la venta... ¡No! ¡Claro que no!

El director no solo vela por el cumplimiento de los objetivos marcados, también es el encargado de **formar** y **motivar** a su equipo. Todo ello con una **comunicación** eficaz, ágil y personalizada.

¿Cómo se pueden cumplir dichas áreas de forma efectiva? Se cumplen fomentando el crecimiento y el desarrollo del vendedor mediante el coaching comercial.

El director comercial suele ser quien se encarga de ejercer la función de coach y su objetivo es ser capaz de sacar lo mejor de cada uno de su equipo.

Dentro de un departamento tan cambiante y en muchas ocasiones sacrificado, tener un componente de automotivación personal es imprescindible, pero también lo es tener una persona que crea en ti, te guíe y te ayude a conseguir los resultados.



## ¿Cuáles son las funciones del coach comercial?

- ✓ **Dejar** a un lado la imagen del director que ordena lo que se ha de hacer y no se ha de hacer.
- ✓ **Dar** paso al director que ayuda a su equipo y les abre la ventana para que ellos mismos propongan las soluciones a los problemas que enfrentan.

Para la gestión del equipo no solo has de ayudarles con aspectos que giran en torno al cliente, sino también con los mismos comerciales.

Por lo tanto, has de fomentar en tu equipo una autogestión de cada situación con escucha activa, inteligencia emocional y empatía, a partir de las siguientes áreas que ampliaremos a continuación:

- ✓ La **motivación** y el espíritu de equipo
- ✓ La **cohesión** y la **actitud colaborativa**
- ✓ La **tecnología** y las **herramientas** comerciales



# La motivación 24/7 del equipo de ventas

# 2

La segunda clave para la gestión de equipos y el liderazgo comercial es la motivación de tu equipo de ventas. Para motivar a un equipo debes empezar por uno mismo. ¿Sabías que existe una relación directa entre la felicidad y los resultados de los trabajadores? Está comprobado que los que son más felices; son más productivos y mejor valorados.

Para conseguirlo necesitas que **estén motivados** siempre al 100% y 24/7.



**“Para tener un equipo motivado, has de pensar en cada uno de los integrantes de forma individual”**



**“Una vez has conocido a los comerciales, puedes crear estrategias de motivación distintas y personalizadas para cada uno de ellos”**

## ¿Cómo puedes conseguirlo?

- ✓ Aprovecha las reuniones o los encuentros esporádicos para saber de ellos y preguntarles su opinión. Saca 5 minutos diarios para mantener una conversación, también puedes utilizar encuestas o preguntas abiertas. ¡Cualquier momento es buen momento!
- ✓ Reconoce los pequeños y grandes logros de tu equipo. Ten en cuenta que aunque no se muestre en los resultados finales, también se debe reconocer el proceso, el esfuerzo y la perseverancia. Demuéstrales que los buenos comportamientos, las innovaciones, las propuestas y las estrategias son también valoradas y premiadas.
- ✓ Genera espíritu de equipo mediante talleres y actividades tanto dentro como fuera de la oficina. Gracias a este tipo de encuentros consigues que tu equipo interactúe entre ellos, se conozcan e intercambien experiencias y conocimientos. No solo eso, también ayudan a que se fomente el trabajo en equipo, haya una mejora en la comunicación y se cree una cohesión fuerte dentro del departamento.
- ✓ Utiliza métricas cuantitativas y sobretodo cualitativas para medir el rendimiento de tu equipo, así conocerás la realidad de mercado de cada uno de ellos. Interpreta bien qué hay detrás de cada indicador y basa tus decisiones en una combinación de unos y otros.

Para tener a un equipo motivado lo más importante son los propios integrantes del equipo, así que valora siempre su opinión y sus propuestas. La mentalidad positiva, las reuniones, los reconocimientos y el análisis cualitativo del rendimiento son algunos de los aspectos más importantes según los expertos que veremos a continuación.

## ¿Qué opinan los **expertos**?

# 3

Tras conocer que más del 60% de los directores comerciales solo hacen coaching comercial una vez cada cuatrimestre o incluso menos, hemos querido dar voz a los expertos en ventas acerca de la gestión de sus equipos. Les hemos preguntado sobre la importancia del coaching y cómo consiguen un alto rendimiento, productividad y eficiencia:

Según Mike Wolpert, co fundador de [Social Jumpstart](#), el mejor escenario para hacer coaching comercial son las sesiones de one to one. Estos meetings están hechos para dar feedback sobre lo que se ha hecho bien y lo que se ha de mejorar. No solo eso, para Wolpert es muy importante reconocer siempre lo **positivo** y dar apoyo cuando no se ha conseguido lo esperado.

Por otro lado y con el objetivo de generar espíritu de equipo, confianza e interconectividad, Wolpert pone especial énfasis en que los trabajadores se han de ayudar entre ellos: "*¿En qué eres bueno y te gustaría ser mejor? ¿Quién en el equipo es mejor en esa área y qué puedes aprender de él?*". Si hablamos de rendimiento, Wolpert opina que es importante que los equipos estén motivados, centrados en su actividad comercial y siempre conscientes de los resultados. Porque al final del día, el indicador personal ha de ser: "*¿Cuánto has vendido y cuál es el grado de satisfacción de tus clientes?*".

Kevin Dorsey, VP de ventas en [PatientPop](#), también pone especial hincapié en las sesiones de coaching comercial para mejorar el rendimiento de los equipos comerciales. Dorsey afirma que el éxito de estas es basar sus decisiones y feedbacks en las **métricas** tanto cuantitativas como cualitativas. Además, gracias a ellas puede hacer seguimiento, ver las áreas de mejora y conocerlos mejor para poder motivarlos de forma personalizada.



Para Tom Stanfill, CEO en [ASLAN Training](#), las sesiones de coaching son muy importantes porque permiten tanto al manager como al vendedor ver los comportamientos a mejorar o mantener estables: *“Es fundamental asegurarse de que cada uno de los comerciales de tu equipo tenga claras cuáles son las actividades o tareas en las que necesita mejorar”*. Es decir, **conocer al equipo**, formarlo y saber dónde centrar los esfuerzos; si es necesario trabajar su pitch, las técnicas de venta, el cierre... etc.

Por último, tal y como apunta Santi Trenchs, VP de ventas en [ForceManager](#), lo más importante es *“Identificar a cada persona y su comportamiento para poder liderar de diferente manera pero consiguiendo los mismos resultados”*. Para Santi, los talleres de **team building** son importantes para conseguir que el equipo esté cohesionado, *“En este tipo de actividades los motiva a que piensen de qué manera se puede conseguir un objetivo, haciendo que las ideas salgan de ellos y por consiguiente se crea mucho mejor la estrategia que rige el departamento”*.

Marta Segarra, Sales Operations Manager en ForceManager, añade que la mejor manera de mantener motivado al equipo es hacerlo de forma individual. Y para conseguir que el equipo tenga un alto rendimiento necesitas hacer formación por un lado y seguimiento continuado por otro.



Ser director de ventas no es tarea fácil.

Para conseguir los resultados esperados de tu equipo necesitas dedicarle mucho tiempo, esfuerzo y trabajo a la gestión del mismo.

Pero como director comercial medirán tus capacidades por los resultados que consigas. Tu éxito y el de tu equipo está en los números.

Por esta razón, tendrás que encontrar las palancas necesarias para sacar el mayor partido posible a cada uno de los comerciales a tu cargo. Unas veces serán las formaciones o las estrategias que utilices y otras la incorporación de nuevas herramientas.



**En el 100% de los casos, el éxito se debe a una combinación de trabajo, esfuerzo y mejora constante**

Dicho esto, conozcamos las herramientas que pueden ayudarte.



# Herramientas que facilitan la cohesión y el rendimiento

# 4

La labor principal del director comercial es capacitar a su equipo y empujarlo a lograr los **objetivos comerciales**. Las herramientas comerciales ayudan y facilitan el trabajo del director y de su equipo.

Una de las maneras más efectivas para medir el **rendimiento** de los comerciales son los informes de ventas, ya que estos miden y monitorean las acciones llevadas a cabo por el departamento.

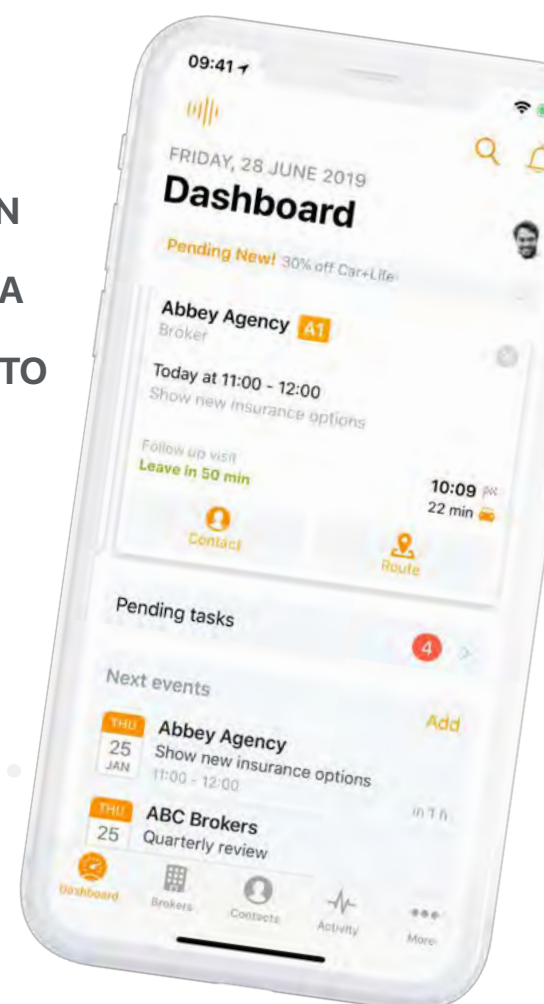
Gracias a los informes, el director comercial dispone de una visión global con la que planificar las estrategias comerciales y la previsión de los resultados futuros. Además, ayuda a corregir o mantener constantes los procesos mediante el coaching comercial.

## ¿Cómo deben de ser los informes?

- Focalizados
- En tiempo real
- Predictivos
- Precisos
- Customizables

Si inviertes en tecnología que tu equipo comercial quiera utilizar podrás **conseguir informes rápidos, sencillos y eficientes**, que te serán realmente útiles para comprobar el rendimiento y la evolución de vuestra actividad.

+ COHESIÓN  
+ EFICIENCIA  
+ RENDIMIENTO



Dentro de la gestión de los equipos a veces nos olvidamos de uno de los factores más importantes: la correcta transmisión y recepción de la información comercial. Si la información comercial no está centralizada no puede haber **cohesión** ni alineación entre director y equipo.



**¿Sabías que más del 70% de los directores de ventas creen que una falta de comunicación con su equipo tiene un impacto negativo en su rendimiento?**

Este porcentaje aumenta incluso más si gestionas equipos de ventas que trabajan fuera de la oficina. ¿Cuántas veces has escuchado “Lo siento, no he recibido nada” después de haber enviado un comunicado comercial?

Si esto ocurre es momento de encontrar una manera práctica y rápida con la que asegurarte que todos los mensajes que envías a tu equipo se abran, lean y entiendan.

Necesitas una herramienta que te permita comunicar de forma rápida y efectiva, que centralice todas las comunicaciones y por último, evitar que los mensajes importantes se pierdan por el camino.



**“Las herramientas agilizan y mejoran los procesos”**

# 70%

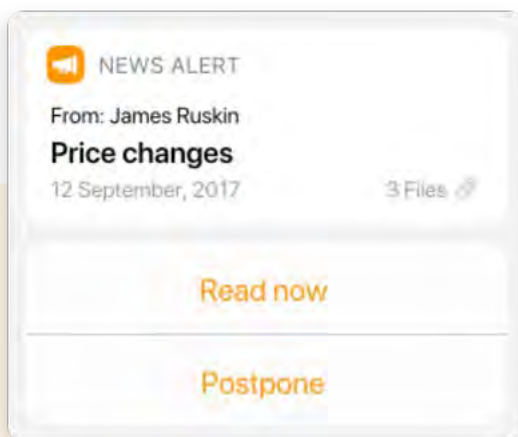
de los directores opina que la **falta de comunicación** con el equipo repercute en su **rendimiento**

## ¿Qué es lo que pasa?

- No tienes herramientas de comunicación efectivas
- Las actualizaciones comerciales no están centralizadas
- Los mensajes importantes se pierden por el camino

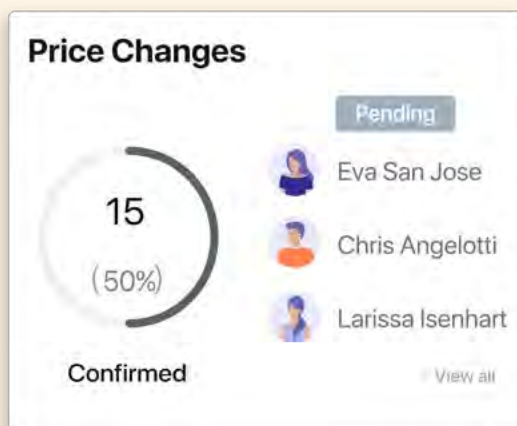
## ¿Quieres potenciar la comunicación con tu equipo?

Invierte en la tecnología que facilita tu trabajo.



## NewsManager

**NewsManager** te asegura que cualquier comunicación que envíes a tu equipo se abra, lea y entienda.



## ¿Qué beneficios consigues a cambio?

- Visibilidad de toda la información comercial
- Alineación completa entre director y equipo
- Seguimiento personalizado de tu equipo

# El secreto de la **dirección por objetivos**

# 5

La dirección por objetivos es la técnica por excelencia de los equipos comerciales. Su finalidad es traducir los objetivos estratégicos del departamento en objetivos específicos para cada uno de los comerciales que integran el equipo.

Estos objetivos han de ser reales, específicos y trazables. Si no cumplen estas 3 características será muy difícil conseguir los resultados esperados.



**¿Sabías que los comerciales que visualizan y hacen seguimiento de sus propios objetivos están más motivados y aumentan las ventas en un 20%?**

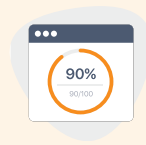
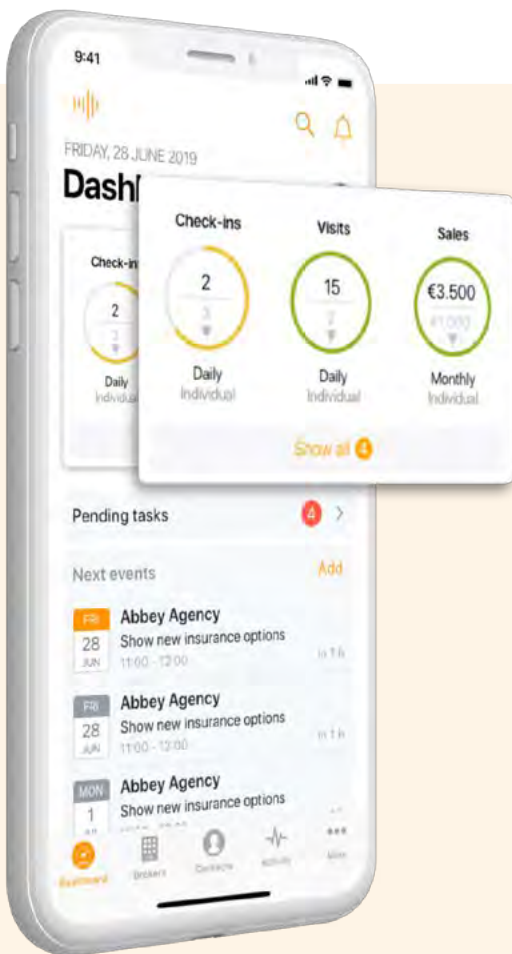
**¿Qué pasa cuando el equipo comercial no trabaja por objetivos trazables?**

**¿Qué es lo que pasa?**

- No tienes herramientas de comunicación efectivas
- Las actualizaciones comerciales no están centralizadas
- Los mensajes importantes se pierden por el camino

**¿Quieres potenciar la comunicación con tu equipo?**

Invierte en la tecnología que facilita tu trabajo.



## GoalManager

**GoalManager** es el add-on que ayuda a los comerciales a visualizar y hacer seguimiento de sus propios objetivos

### ¿Qué beneficios consigues a cambio?

- Mantén a tu equipo 100% motivado
- Aumenta la productividad en un 20%
- Ayuda en la consecución de los objetivos
- Promueve la autogestión y el liderazgo
- Ten 360° de visibilidad del rendimiento

Este tipo de funcionalidades te permiten, por un lado, asignar objetivos y hacer un seguimiento de cada uno de ellos. Por otro lado, los comerciales pueden fraccionar su objetivo final en pequeños objetivos para poder autogestionarse su día a día a su manera y con más facilidad.

La dirección por objetivos trazables y apoyarse en la tecnología son la **combinación perfecta** para que tus equipos puedan hacer seguimiento detallado de sus KPIs, sentirse motivados y saber en todo momento dónde enfocar sus esfuerzos.



# La cohesión del equipo reflejada en los **resultados**

Damos voz a las empresas que **trabajan** con ForceManager

Los informes de ventas, NewsManager o GoalManager son sólo muestras de cómo **ForceManager** puede impactar de forma positiva en los procesos y resultados de la red comercial. La capacidad para gestionar un equipo y ayudarte de la tecnología es la receta perfecta para el éxito.

*“Hemos aumentado en un 25% las visitas a clientes gracias a ForceManager. Con ese algo más aprovechan y analizan de una manera más eficiente todos aquellos datos que antes se perdían, optimizando así de forma exponencial su red de ventas”*



**DANI BALLESTER**

Responsable de IT en **Grupo VMV**

Ascendis ha aumentado la visibilidad de sus comerciales deslocalizados y su productividad además de mejorar de forma total la gestión del tiempo. *“Ahora podemos ver qué es lo que está fallando o dónde puede estar el problema. Con el anterior sistema eso era imposible de localizar”*



**IRENE FERRERIA**

Soporte técnico y ventas  
en **Ascendis Animal Health**



Microdent ha aumentado en un 50% las visitas, además de tener reportings más depurados y una mayor y mejor información del estado de las actividades comerciales. *“ForceManager ha sido un aliado a la hora de crear una dinámica de trabajo que permita hacer seguimiento de todas las actividades comerciales de una manera ordenada, eficiente y eficaz”*



**MATÍAS VIALE**

General Export Manager Consultant en **Microdent**

*“Necesitábamos de un sistema que tuviese toda la información en una sola app.*

*Una herramienta para planificar y al mismo tiempo ejecutar, y que permitiese reportar todas las actividades en tiempo real”*



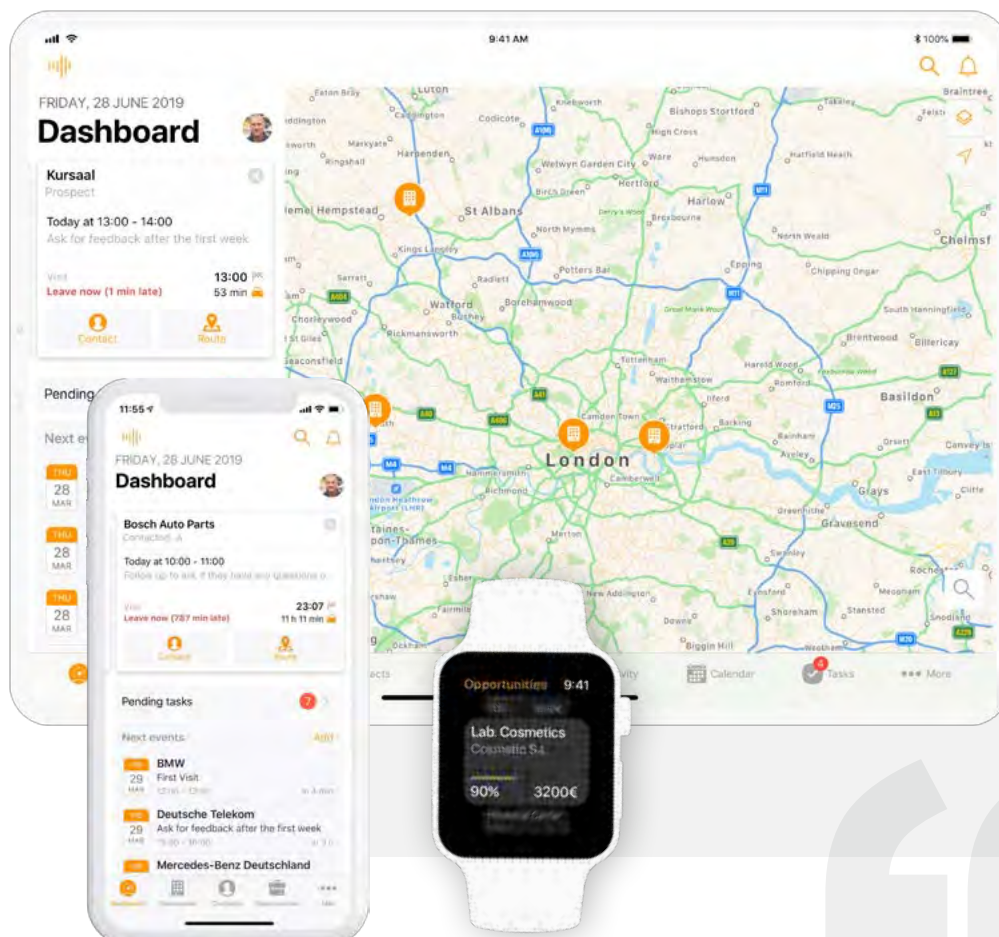
**ALBERT FREIXA**

Marketing Coordinator en **Asics Middle East**

# Invierte en **tecnología** y optimiza el **rendimiento** de tu equipo de ventas

**Solicita una Demo**

Nuestro equipo está disponible para resolver tus dudas, ayudarte y guiarte en todo momento.



[Visita nuestra WEB](#)