



**Consultoría**  
**LOW COST**

**Aumentar las probabilidades  
de la Venta**

**Castelló 2020**



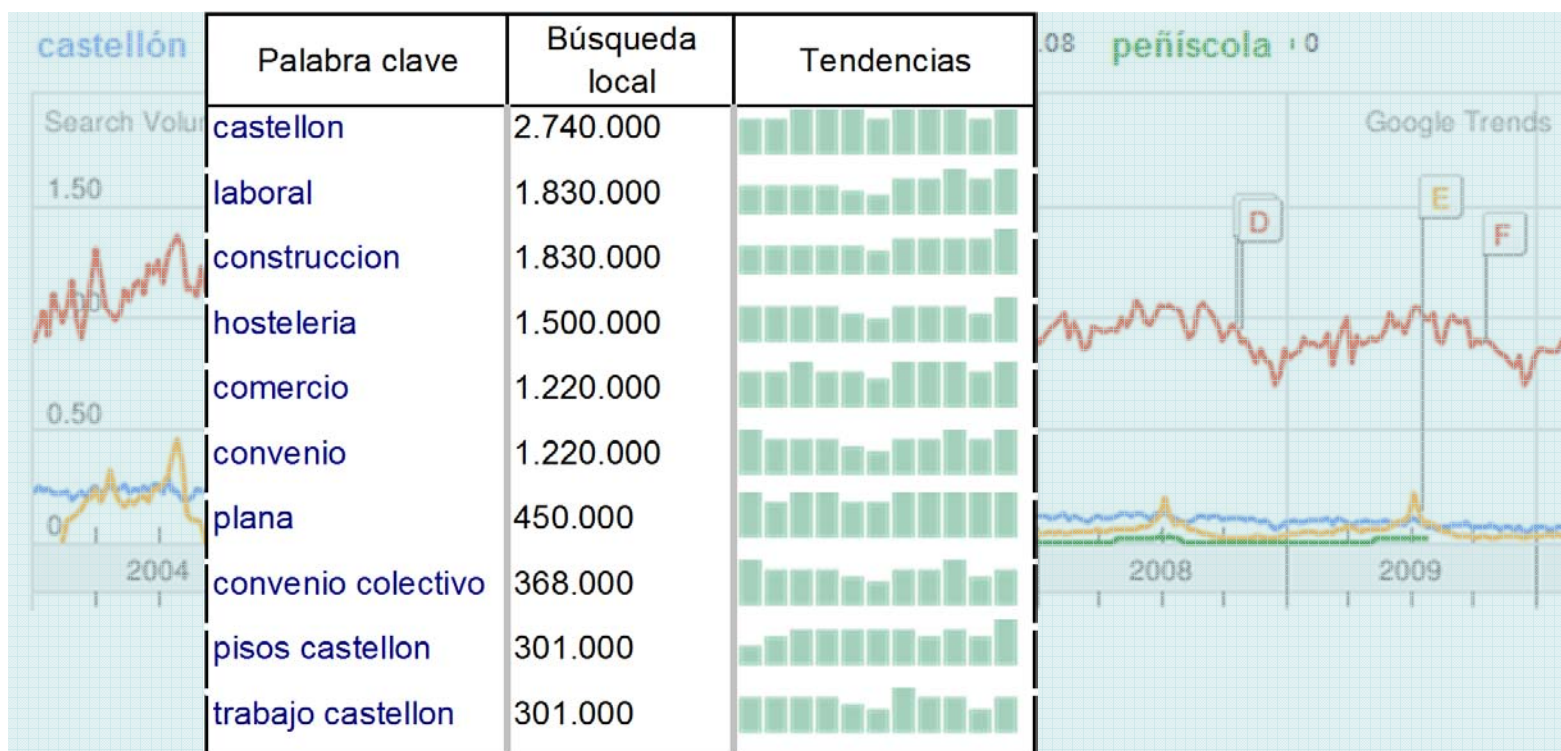
**Consultoría**  
**LOW COST**

# **El futuro de Castellón**



# Búsquedas Castellón

España





# Búsquedas Castellón

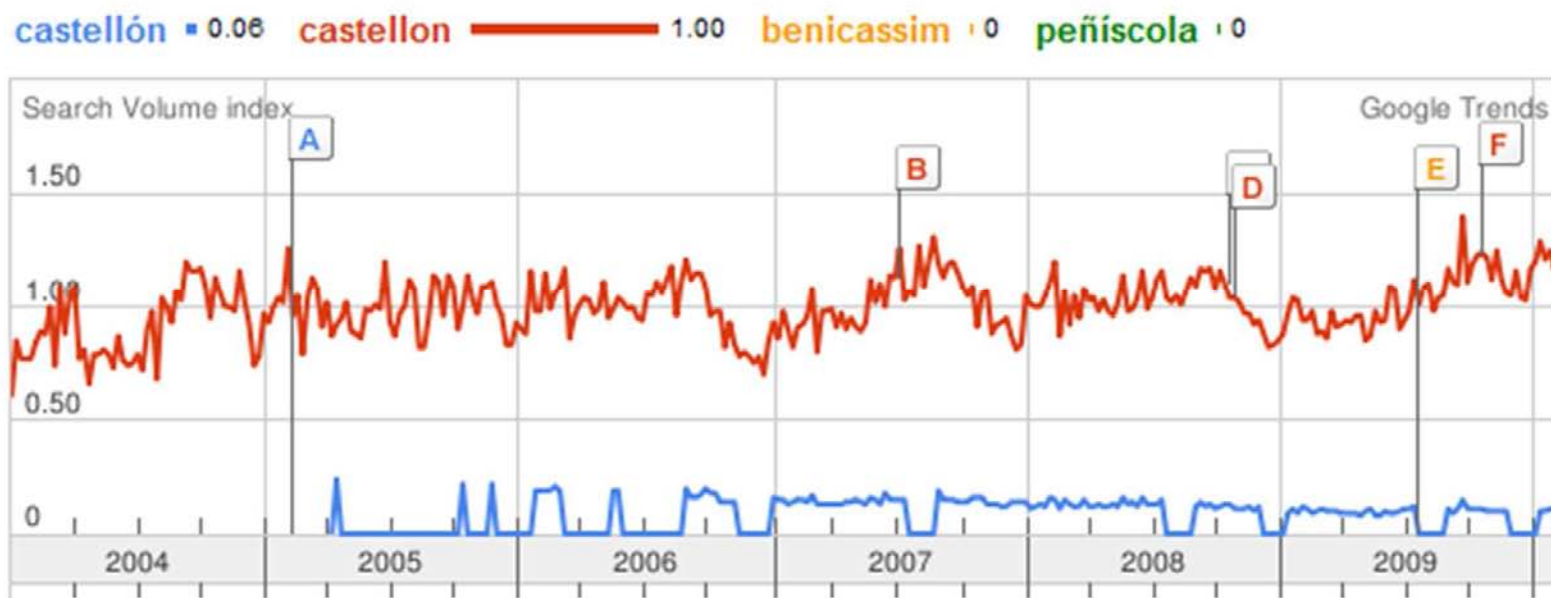
Barcelona





# Búsquedas Castellón

Valencia





# Búsquedas Castellón

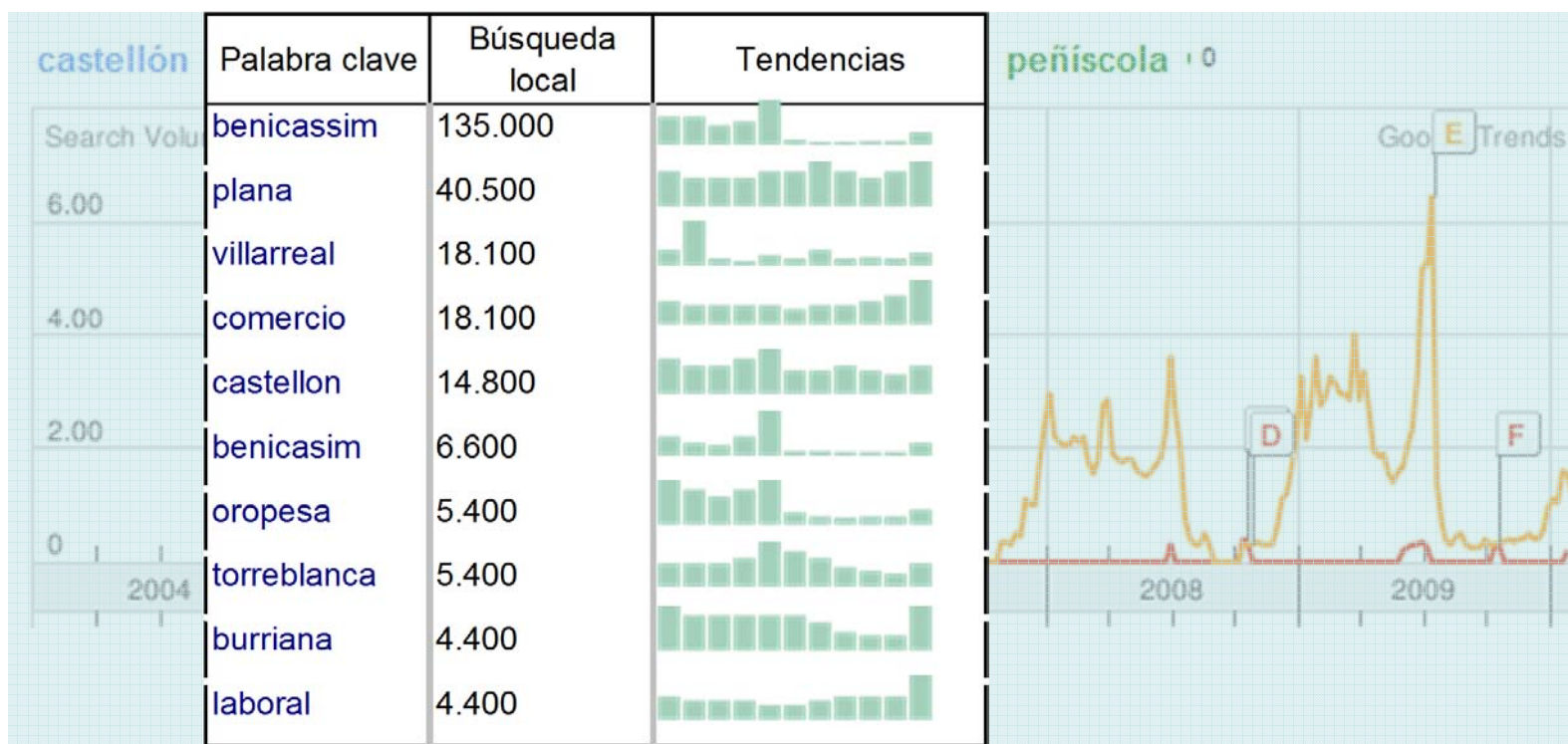
Madrid





# Búsquedas Castellón

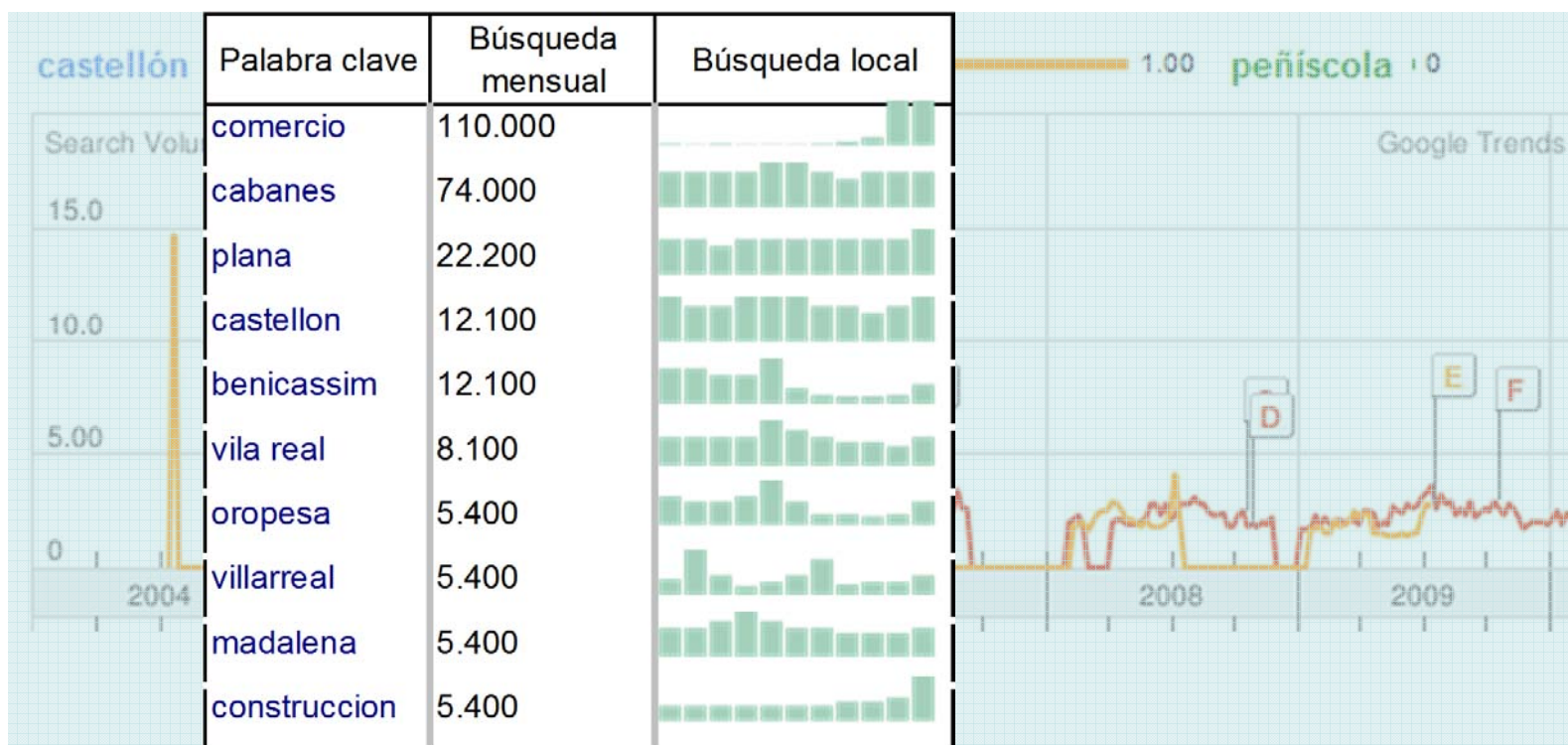
Reino Unido





# Búsquedas Castellón

Francia

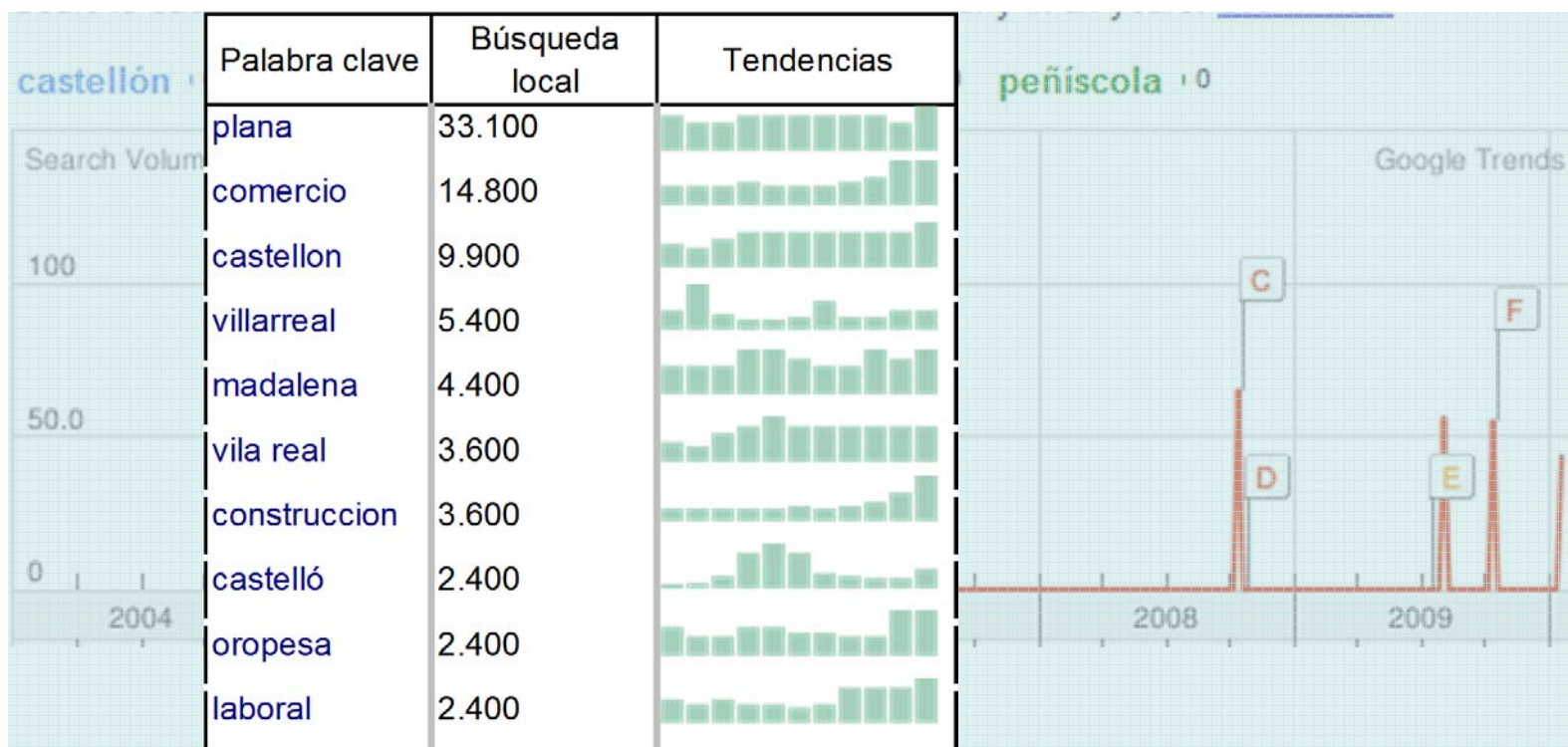






# Búsquedas Castellón

## Alemania





# La iniciativa privada

<http://estosololoarreglamosentretodos.org/>

Fundación Confianza (Consejo Superior de Cámaras de Comercio)

esto solo lo arreglamos entre todos .org

Estás en: Súmate

### Súmate

Yo también quiero arreglar esto y apoyo el manifiesto

E-mail:

Nombre:

Comunidad autónoma:

Deseo recibir en mi email las buenas noticias de la semana

**SÚMATE**

¿Qué puedes hacer tú?

- Difunde, tanto como puedas, los contenidos de esta web
- Cuéntanos historias inspiradoras
- Propón ideas para arreglar esto

**Y MUCHO MÁS**

Lo más valorado

EL LANGUI  
★★★★★  
18 de Febrero de 2010

Ya se han sumado **48.266** Personas que quieren arreglar esto.

Alfonso Gadea



# Innovación

## Creatividad

Google   [Búsqueda avanzada](#)

Buscar en:  la Web  páginas en español  páginas de España

---

Web [+ Mostrar opciones...](#) Resultados 1 - 10 de aproximadamente 328.000

[Alfonso Gadea: ¿Tus \*\*vendedores\*\* están \*\*bloqueados\*\*? Ponte a trabajar](#)

16 Feb 2010 ... Etiquetas: comunicación, crisis, esfuerzo comercial, estancamiento, marketing, mercado, ponte a trabajar, **vendedores bloqueados**, ventas, ...  
[alfonsogadea.blogspot.com/.../tus-vendedores-estan-bloqueados-ponte.html](http://alfonsogadea.blogspot.com/.../tus-vendedores-estan-bloqueados-ponte.html) -  
[En caché](#) -

[Límites de actividad, anuncios \*\*bloqueados\*\* y cuentas restringidas ...](#)

Límites de actividad, anuncios **bloqueados** y cuentas restringidas de los **vendedores**. eBay se compromete a reducir las actividades de compra fraudulentas o ...  
[pages.ebay.es](http://pages.ebay.es) > ... > [Resolver problemas de compra](#) - [En caché](#) -

[BlaBla Spain: ¿Tus \*\*vendedores\*\* están \*\*bloqueados\*\*? Ponte a trabajar](#)

¿Tus **vendedores** están **bloqueados**? Ponte a trabajar. La crisis ha estado en boca de todos desde hace casi tres años. Pero a todos nos ha costado ser ...  
[blablaSpain.blogspot.com/.../tus-vendedores-estan-bloqueados-ponte.html](http://blablaSpain.blogspot.com/.../tus-vendedores-estan-bloqueados-ponte.html) -  
[En caché](#) -



Innovación

Gestión

**Gestión**



**Consultoría**  
**LOW COST**

**Las empresas de Castellón  
necesitan vender**



# Efectos de la crisis

La Crisis

Cambios en el mercado

Cambios en la empresa

# Efectos de la crisis

La Crisis

Cambios en el mercado

- Menos clientes.
- Mayor plazo de compra.

Cambios en la empresa

# El vendedor se bloquea

La Crisis

Cambios en el mercado

- Menos clientes.
- Mayor plazo de compra.

Cambios en la empresa

- Mayor esfuerzo de venta.
- Peores resultados.



Faltan otros cambios en la empresa que dependan de su gestión.  
Si esta es toda la realidad, será que hemos dejado solo al vendedor.  
¿Cuánto vende un vendedor deprimido?





# Qué hacemos

## 1. SER CONSCIENTES

de que hay que cambiar algo, para lo cual necesitamos información.

## 2. UN “PACTO” DE EMPRESA

## 3. ORGANIZARNOS

## 4. AUMENTAR LAS PROBABILIDADES DE LA VENTA

Hasta aquí llega lo que puede controlar el gestor de la empresa.



## Video 1

Jesús Montalbán  
Director Comercial  
Onda Cero Castellón

**Haz click  
para ver VIDEO**

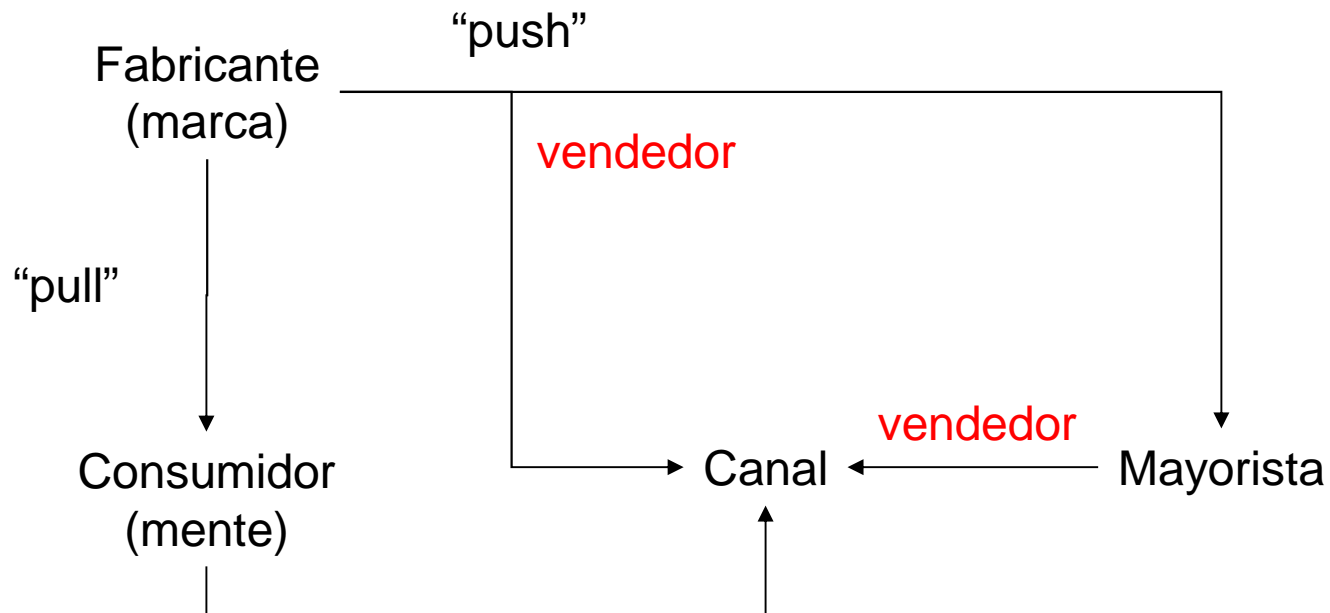


**Consultoría  
LOW COST**

# **I. Ser conscientes**



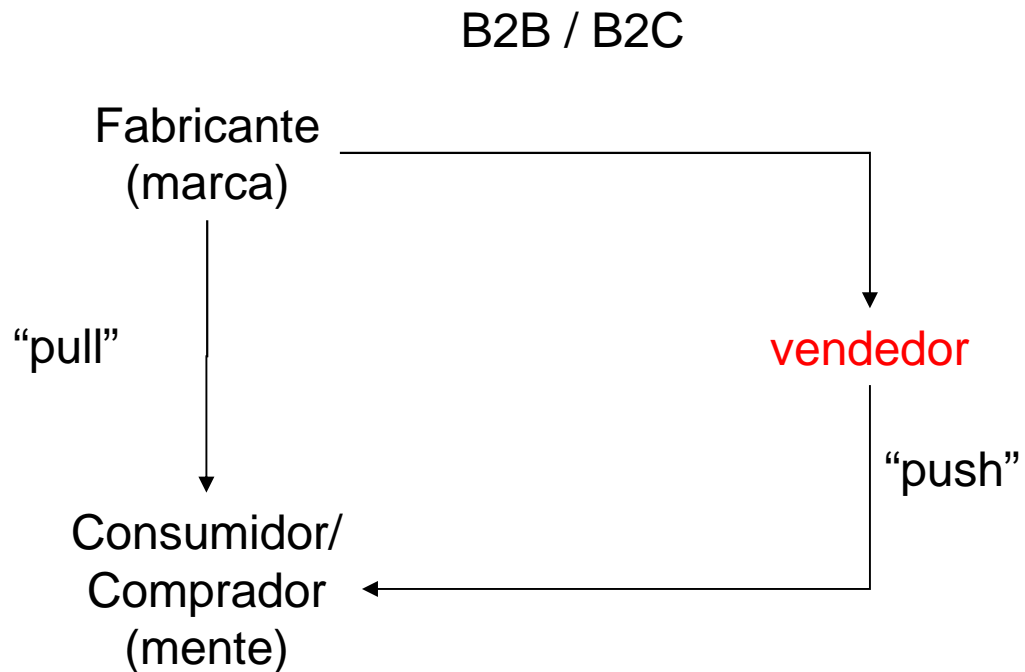
# Ser conscientes



El vendedor ocupa un lugar en el ciclo comercial.  
Es el último paso en la venta, pero no debe ser el máximo responsable.



# Ser conscientes



Cuando no hay canal, “la venta” hace las veces.  
Suele ocurrir entre empresas (B2B) y casos particulares a consumidor (B2C).



# Ser conscientes

¿Qué va antes?

“pull / push” – comunicación / venta

No es cuestión de orden, sino de equilibrio.

Valorar “masa crítica” vs “notoriedad”.

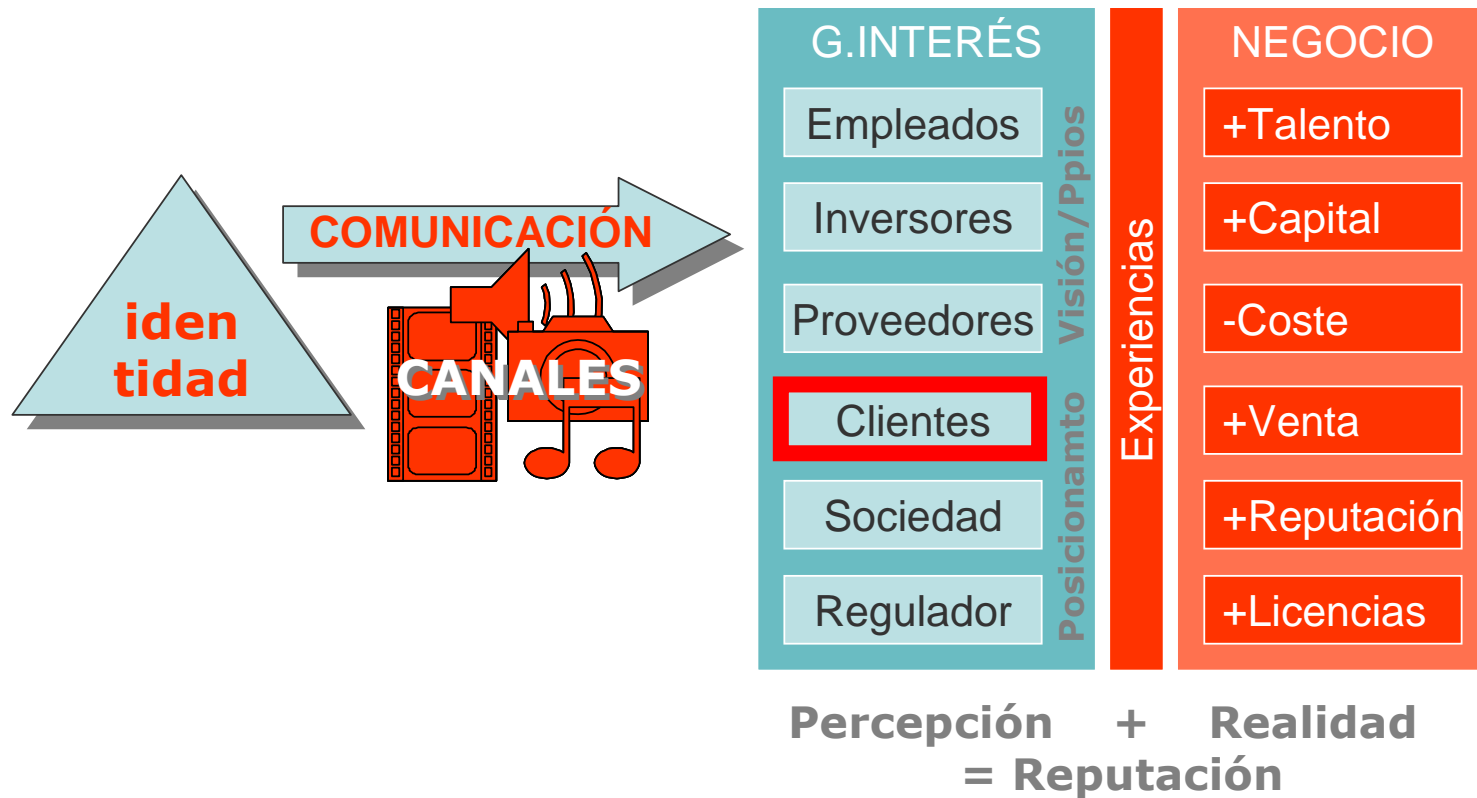


Proceso comercial.



Liderazgo  
Posicionamiento  
Punto de venta

# Ser conscientes



El cliente tiene un peso específico: también la venta es comunicación.



**Consultoría**  
**LOW COST**

## **II. Organizarnos**





# Organizarnos

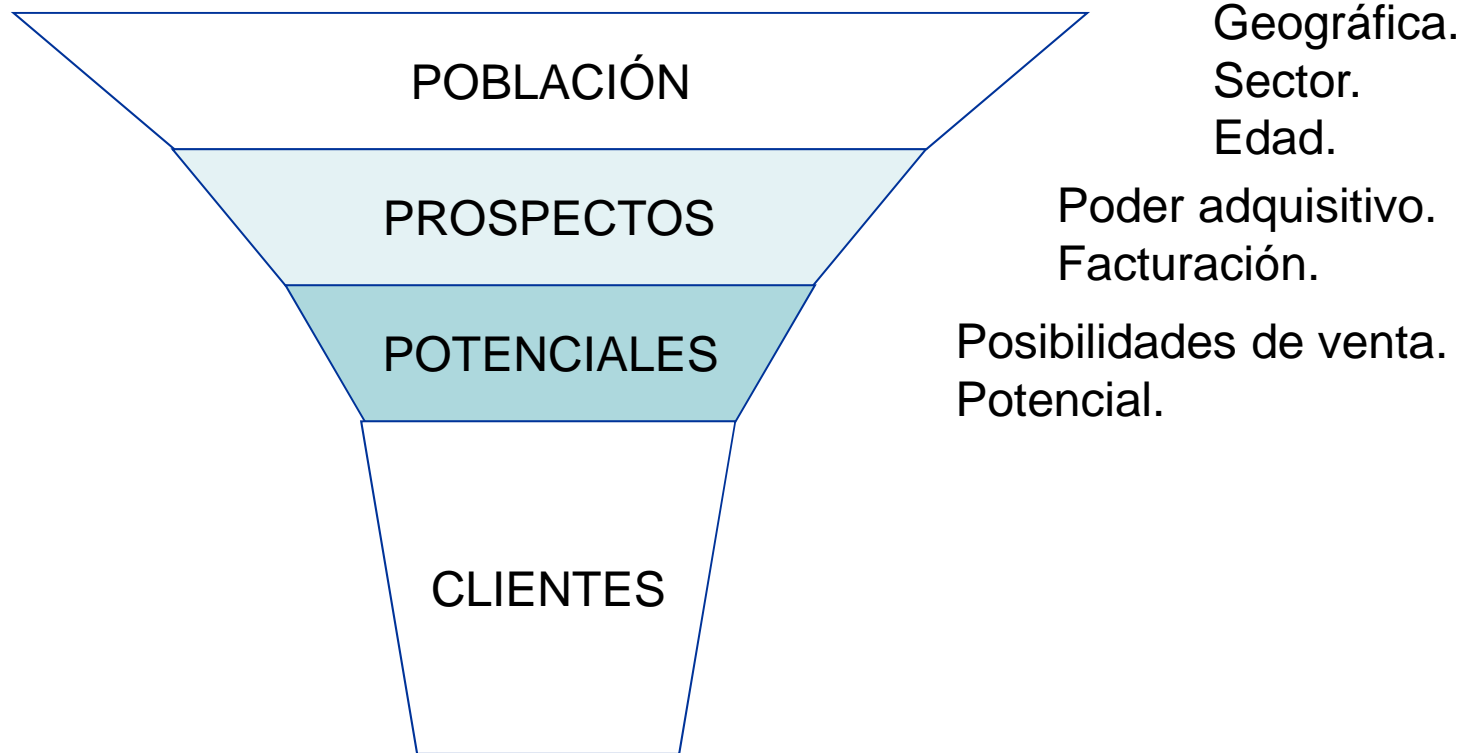
POBLACIÓN

Geográfica  
(Castellón, España, Extranjero).  
Sector.  
Edad.





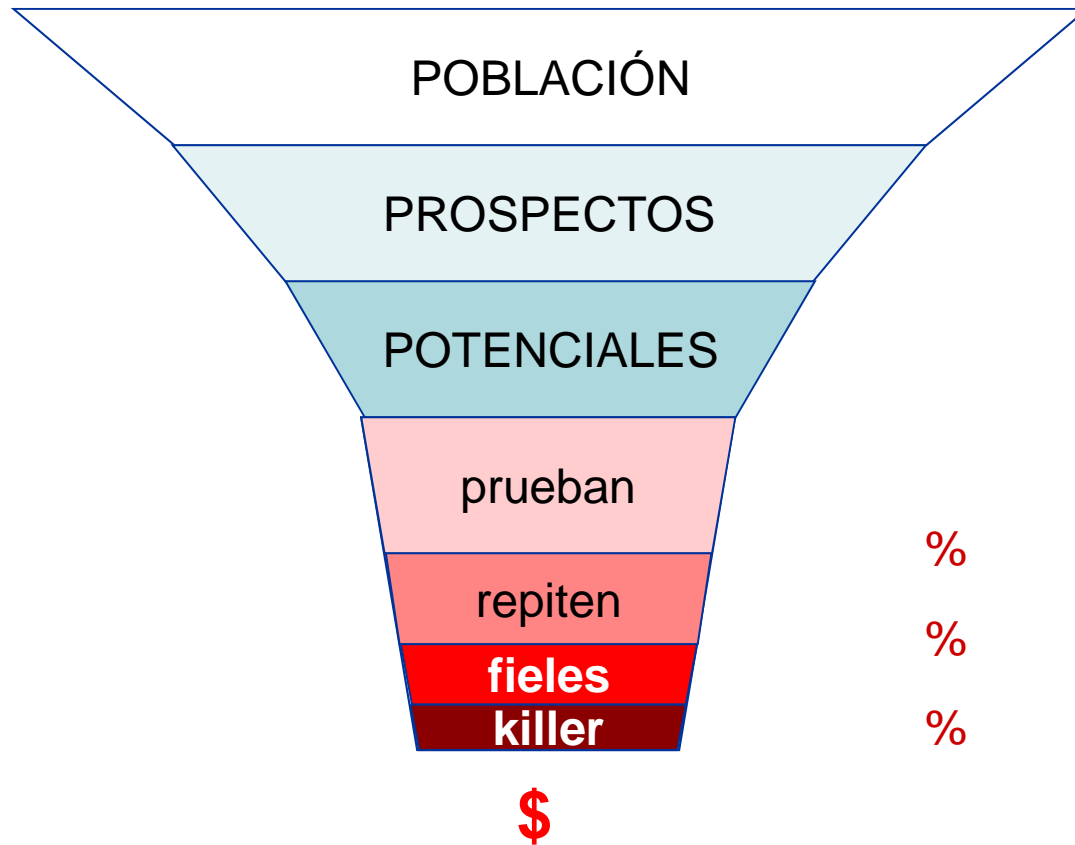
# Organizarnos





# Organizarnos

¿LA FÓRMULA MÁGICA?



%

información



%

%

%

%

%



## Video 2

José Vicente Vidal  
Director Comercial  
El Mundo Castellón

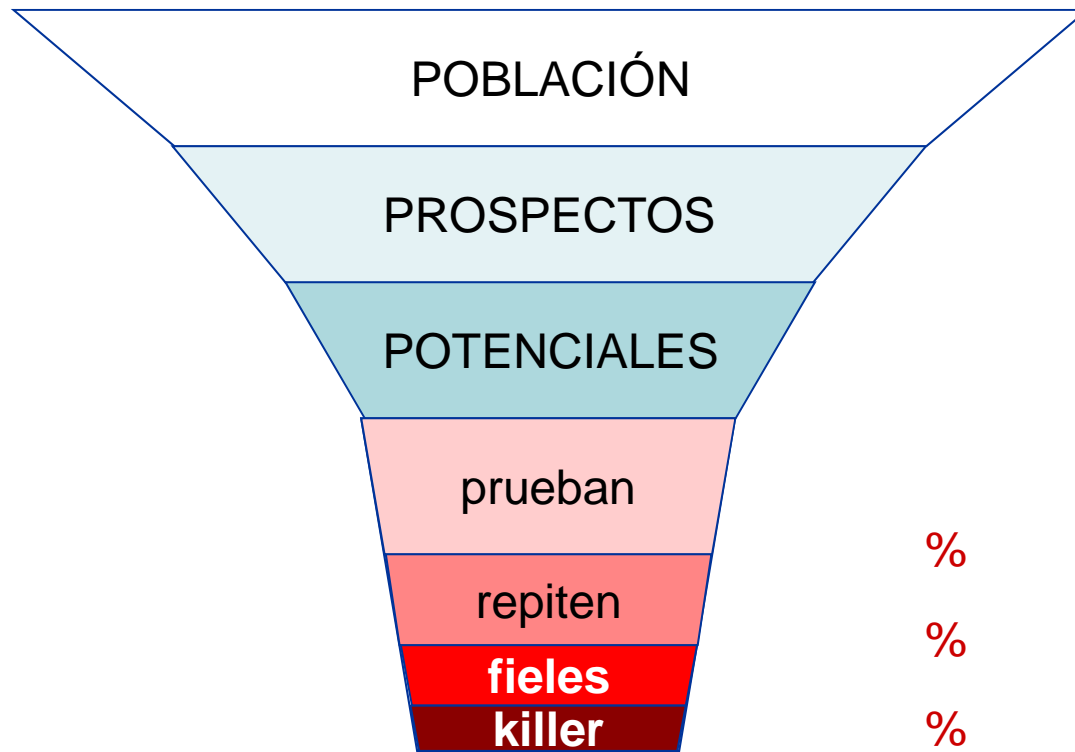
**Haz click  
para ver VIDEO**



## Coca-Cola como ejemplo de uso útil de la información

- Consumidor:
  - Conocer el volumen de consumo de colas por edad le sirve para lanzar productos como Coca-Cola Light o Zero que prolongan el consumo de cola.
- Canal:
  - Clasificar a los clientes por el número de marcas Coca-Cola compradas, para lanzar acciones de desarrollo de cartera.
  - Medir la rotación de clientes, para lanzar planes de fidelización y prevención de abandono.
  - Establecer parámetros de medida de la fidelidad, para potenciar la inversión en los fieles y buscar clientes que, por sus características, también pueden llegar a ser fieles.

# Organizarnos



\$

¿LA FÓRMULA MÁGICA?

información →

← comunicación

- Medios
- Visitas
- Llamadas
- emails...

PLANIFICACIÓN  
(Estrategia)



# Organizarnos

LOS  
CLIENTES

LAS  
VISITAS



# Organizar LOS CLIENTES

¿Tienes una bdd de PROSPECTOS?

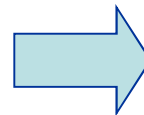
¿Tienes una bdd de POTENCIALES?

¿Tienes una bdd de CLIENTES?

¿Tienes identificados los clientes FIELES?



**INFORMACIÓN**



**DECISIÓN**





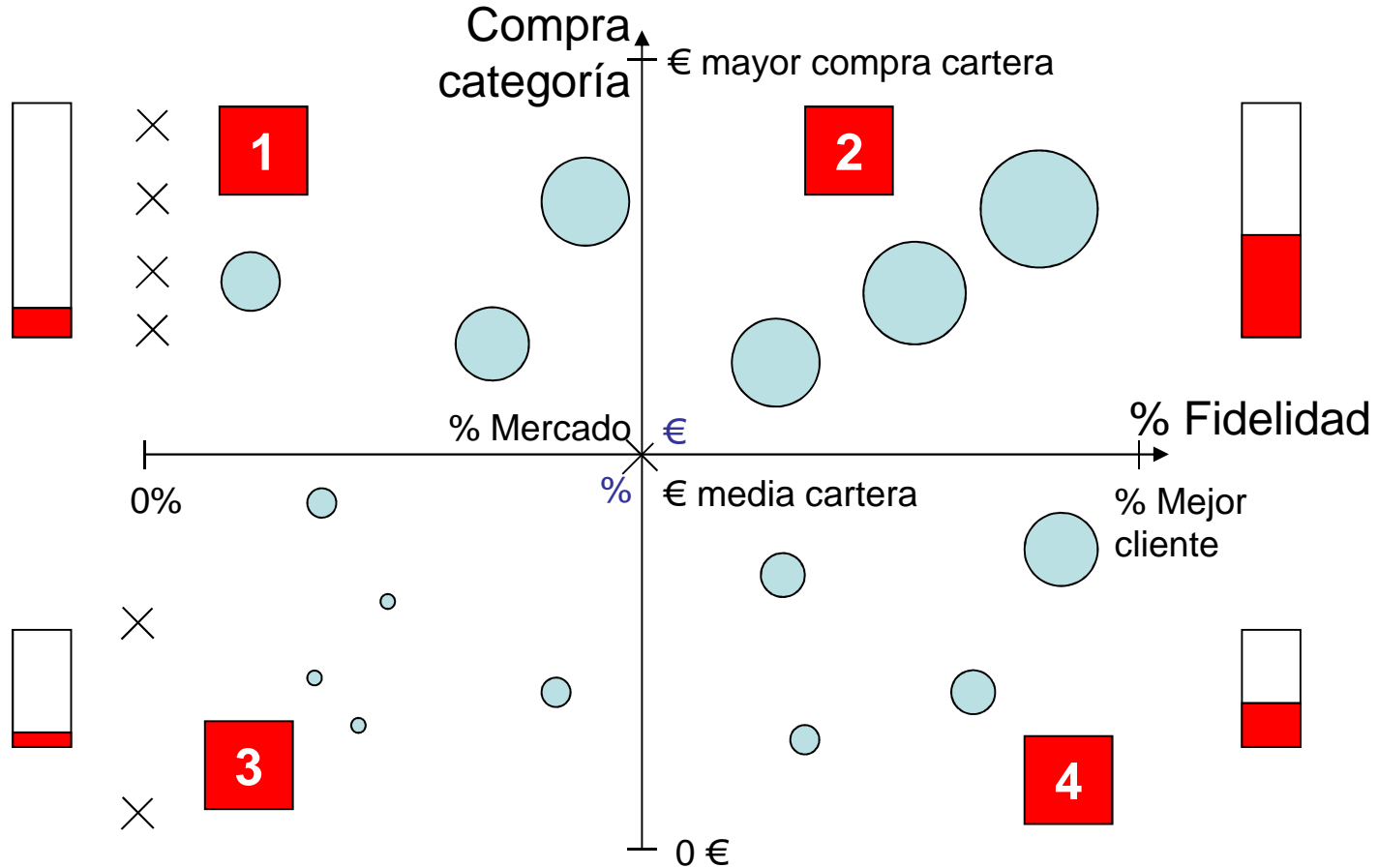
## Video 3

José Luis Ruipérez  
Director Comercial  
Viva Bien Inmobiliaria

**Haz click  
para ver VIDEO**

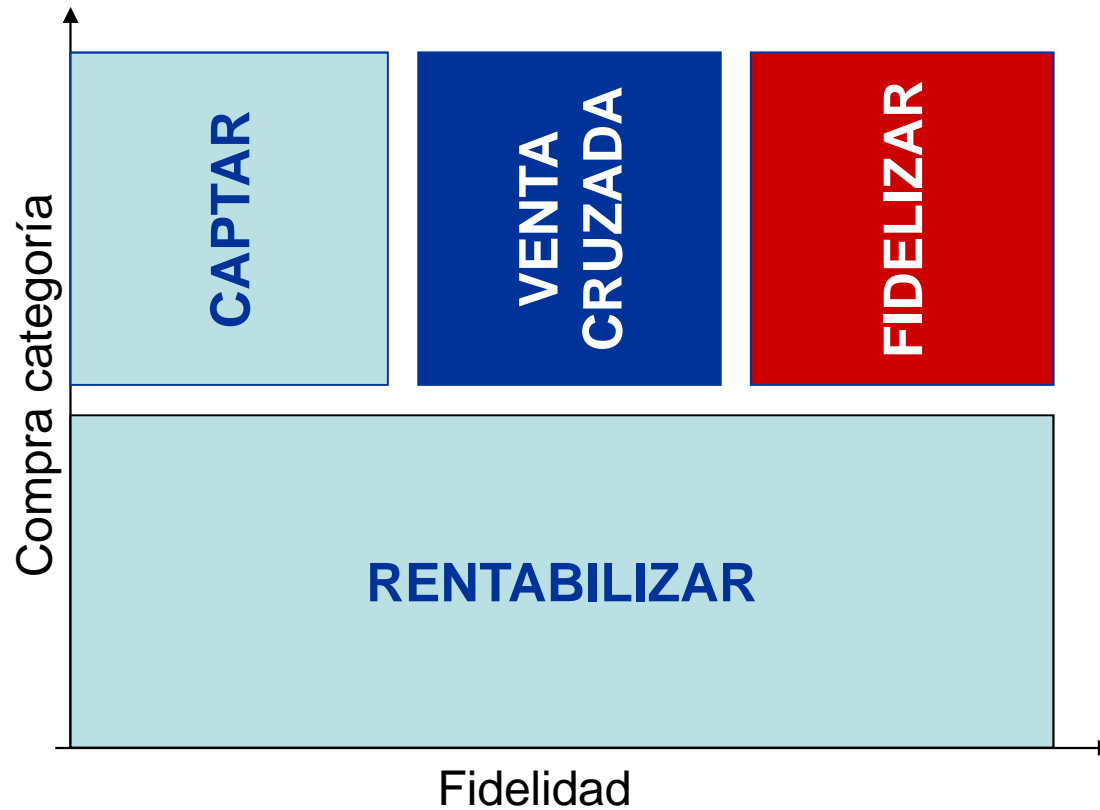


# Organizar LOS CLIENTES





# Organizar LOS CLIENTES



...y un recorrido.



# Organizar LOS CLIENTES

¿Tienes valorados los clientes?



# Organizar LOS CLIENTES

Cliente	Facturación	Compra Categoría	Fidelidad



# Organizar LAS VISITAS

	Cliente	Facturación	Compra Categoría	Fidelidad
A				10% / 40%
B				30% / 30%
C				60% / 30%

...y el resto del esfuerzo comercial.



# Organizar LAS VISITAS

## UN PROTOCOLO COMERCIAL



# Organizar LAS VISITAS

1. ¿Cuál es el plazo de decisión de compra?





# Plazo de decisión de compra



Fuente: idealista.com



# Organizar LAS VISITAS

1. ¿Cuál es el plazo de decisión de compra?
2. ¿En qué fase está el cliente?



# Fase de decisión de compra

	mes	FASE
A	1	Pensando / hablando en familia
	2	Curioseando en internet
	3	Pregunta en banco y hace cuentas
	4	Búsqueda exhaustiva en internet
B	5	Visita promotoras
	6	Feria
	7	Visita banco
C	8	Ajuste precio
	9	Ajuste tipología
D	10	Vigilancia internet
	11	Visita promotoras o feria
E	12	Decisión

Fuente: Estudio cualitativo BlaBla Spain



# Organizar LAS VISITAS

1. ¿Cuál es el plazo de decisión de compra?
2. ¿En qué fase está el cliente?
3. ¿Cuál es su potencial?
4. ¿Cuántas visitas vamos a hacerle?
5. ¿Cuál es el objetivo de esta visita?



## Video 4

José Antonio Millán  
Director Comercial

**Xiob**

**Haz click  
para ver VIDEO**



# Organizar LAS VISITAS

- Fases de la venta

0) Preparación de la visita.

1) Contacto inicial: romper el hielo.

**Atención**

2) Perfil del comprador: qué necesita.

**Interés**

3) Argumentación y tratamiento de objeciones.

**Deseo**

4) Negociación y cierre.

**Acción**

5) Refuerzo de la compra y postventa.

Publicidad, slogans, famosos...

- Relación comercial
- Marketing Relacional
- Construcción de marca
- Posicionamiento
- Reputación



Ventas

Marketing directo

Publicidad

Relaciones públicas



**Consultoría**  
**LOW COST**

## **IV. Aumentar la probabilidad de venta**





**Consultoría**  
**LOW COST**

**Aumentar las probabilidades  
de la Venta**

**Castelló 2020**

[alfonso@blablaspain.com](mailto:alfonso@blablaspain.com)

[www.blablaspain.com/es/consultoria](http://www.blablaspain.com/es/consultoria)