

Getxo > MEETING <



Getxo MEETING del 31 de enero

TU ESTRATEGIA COMERCIAL, MEJOR SOBRE EL PAPEL

Tanto si viniste a la sesión “Define mejor tu estrategia comercial” como si no, te vendrá bien este post para darle una vuelta al plan 2019 para vender más y mejor.

Reserva tiempo para estos tres ejercicios para realizar con lápiz y papel. Con 59 minutos tendrás suficiente.

1. EL RETRATO ROBOT. Perfil imaginario de quien mejor te compra o te comprará.

Realizamos un perfil, una “persona tipo” inventada, que representa a quien decide comprarte o contratarte.

- ¿Cómo se llama?
- Edad (No vale de 18 a 80 años, seguro que hay un perfil más concreto que compra más y mejor tu producto, porque se identifica más con él y valora más lo que haces o cómo lo haces). Define una franja de edad de 10 años.
- ¿Dónde vive?
- ¿Qué personalidad tiene? (Es más o menos sociable, qué le interesa)
- ¿A qué eventos acude? Saberlo puede servirte para coincidir con esa persona.
- ¿Qué necesidad tiene que tú le puedas ayudar a resolver?
- Realizar un dibujo de su cara imaginaria te ayudará a centrar quién es.

2. REPASO DEL AÑO ANTERIOR.

En los resultados del año anterior ha habido pistas que puedes aprovechar para tomar decisiones para este 2019.

- Repasa las facturas. ¿A qué clientela le facturaste más €? ¿Cuál es esa clientela estrella?
- Recurrencia: Quien te compró, ¿podría comprarte este año?

- Recomendaciones: Haz memoria de cómo llegó esa clientela interesante a ti. ¿Fue por el boca a boca? Piensa en qué conjunto de situaciones le llevó a esa persona a comprarte.
- ¿Podrías vender más servicios/productos a quien ya te ha comprado? Piensa que lo más seguro es que quien te ha contratado ya confía en ti, y no perder el contacto puede dar pie a conocer nuevas necesidades que tenga.

3. TRAZA UN PLAN:

- Ponte una cifra. ¿Cuántos ingresos quieres obtener en 2019? Aunque dé miedo poner un número en euros, lo cierto es que puede ser clave para motivarte a la acción y responsabilizarte de tu papel. “Mi empresa va a ingresar en 2019 a partir de (CIFRA€). Así podrás entender que la vergüenza, la pereza y el miedo se han de quedar en un cajón y dejarte trabajar para conseguir tus objetivos. Piensa en qué deseas conseguir y piensa en cómo lo vas a hacer.
- Traza un mapa mental. Cuatro apartados son suficientes.
 1. Fidelizar, a quién y cómo saber qué quiere.
 2. Conseguir nueva clientela, quién es y cómo vas a conocerla.
 3. Contactos clave, personas que no te van a comprar pero que pueden ser aliadas para informarte sobre clientela nueva o contarte novedades que pueden ser decisivas para tu labor comercial.
 4. Rescatar contactos, clientela del pasado con quien no hay relación actualmente.



Si trabajas con empresas o instituciones, te convendrá escribir nombres concretos de los contactos que tienes en esos organismos en ese mapa mental. Te ayudará a confiar, pasar a la acción, llamar por teléfono...Detrás de grandes nombres de entidades hay personas con nombres y apellidos y necesidades concretas.

¿A que después de hacer este trabajo lo tienes más claro?

Nos vemos en el próximo Getxo Meeting. Sesiones profesionales para trabajar lo que realmente importa a tu negocio.

Inscríbete en Getxolan o por teléfono.