

Sobre **INMERC**

INMERC marketing nace en 1988 con el objetivo de ayudar a orientar a las empresas hacia el cliente. Hoy, seguimos trabajando en la misma línea: crear organizaciones "cliente-céntricas", en las que el núcleo del negocio esté perfectamente alineado con la realidad del mercado. Analizamos los comportamientos del cliente para poder comprender su lógica y acompañamos a la empresa en los procesos de cambio, alineando comportamiento interno y mercado.

En estos años hemos trabajado principalmente en Europa y las Américas con clientes como Consum, Importaco, Greif, TSA Europe, Grupo Royo o Intermón Oxfam.

Sobre **inventa**

INVENTA es una empresa especializada en **provocar cambios** en las estrategias comerciales de las empresas y en los hábitos, actitudes y habilidades de las personas que están en contacto directo con los clientes: equipos comerciales, area managers, dependientes, promotores de venta y personal de atención al cliente.

INVENTA basa sus éxitos en su **experiencia** con equipos comerciales y de front-office y en la **involucración** en los proyectos. En INVENTA tenemos claro que nuestro objetivo es conseguir mejorar los RESULTADOS de las personas y de las empresas cliente. Por todo ello, nuestro lema es "**Asesoramos para provocar cambios**".

Hemos realizado procesos formativos, de coaching y consultoría para emprsas como Aquaservice, Bayer CropScience, La Caixa, Milar, CocaCola o Zumos Juver.

Contacta con nosotros

✉ comercial@inmerco.com

📞 96 362 63 59

www.inmerco.com

Desarrollo estratégico del equipo comercial

Primero investigamos y diagnosticamos las necesidades de tu cliente, después diseñamos una estrategia y finalmente implementamos las nuevas herramientas para tu equipo de ventas.

Un **proyecto 360°** en tres fases para convertir tu fuerza de ventas en un equipo de alto rendimiento.

INMERC | inventa



FASE 1



Investigación y diagnóstico

1 Investigación de mercado

Lo que es importante para el cliente

Cómo estás cumpliendo sus expectativas

Que es lo importante para él

Qué otras cosas espera el cliente y no le estás dando o le están dando otros

Cómo lo estás haciendo respecto a tu competencia

Qué imagen tiene de tu empresa respecto a otros

2 Análisis interno

Análisis de los procesos comerciales y de atención al cliente mediante acompañamientos, entrevistas, focus group y Mystery Shopping.

Oportunidades de mejora en el "Pasillo de Ventas": metodología y herramientas.

Establecer las fuerzas impulsoras de la empresa

Estudio de la cartera de clientes actual y potencial: evolución y segmentación.

Determinación de Fortalezas y Debilidades del equipo comercial y de atención al cliente. Habilidades y Competencias a desarrollar.

Áreas de mejora del sistema de dirección, seguimiento, motivación y remuneración.

El primer paso es conocer en profundidad y de forma científica el comportamiento de tu cliente

Necesitamos indagar en el proceso mental detrás de cómo decide el cliente qué comprar, identificar cómo nos posiciona respecto a la competencia y explorar qué espera de tu producto y de tu empresa. Esto nos ayuda a repensar la empresa desde fuera, desde la perspectiva real y precisa del cliente.

También se debe realizar una auditoría inicial del equipo comercial y de atención al cliente, de las Estrategias y Políticas Comerciales que se están siguiendo en la actualidad por parte de la Dirección de la empresa y de la Organización del departamento comercial.

FASE 2



Diseño de la estrategia

1 Elaboración de un Plan Estratégico Comercial

Objetivos Estratégicos Comerciales y Grandes Líneas de Acción

Definición de Recursos necesarios

Proyectos de mejora

2 Comunicación de la Estrategia al equipo

Distribuir las tareas y responsabilidades en el equipo comercial

Comunicar y Coordinar a través de toda la organización comercial

Acciones de Sensibilización a los equipos

En el segundo paso elaboramos un plan estratégico comercial en base a los insights y los objetivos de la empresa

La empresa define con claridad cuáles son los objetivos que debe perseguir y las principales acciones que le llevará a mejorar la experiencia del cliente en los momentos de contacto. Trabajamos a través de metodologías eficaces la proyección de la propuesta de valor de la empresa como respuesta a la realidad del mercado.

Se trata de definir la estrategia y comunicarla para conseguir el compromiso de las personas responsables de llevar a cabo dicha estrategia, comunicarla para hacerles partícipes, solicitar su punto de vista, sus aportaciones y así conseguir que la hagan suya.

FASE 3



Implementación de herramientas

1 Diseño Sistemas de Remuneración

2 Reorganización del Equipo Comercial

3 Mejoras de Productividad y Efectividad Comercial

4 Formación o Capacitación al Equipo, a nivel grupal o individual

5 Creación de Manuales

Argumentarios

Asistencia a Ferias

Visitas Efectivas

Etc

6 Definición de Sistemas de Evaluación y Seguimiento

El último paso supone implementar una serie de herramientas que aumentarán las capacidades de tus comerciales

Diseñamos herramientas para poner a punto equipos de Alto Rendimiento, redefiniendo todas las interacciones con el cliente a través de un nuevo Modelo de Ventas, reorganizando al equipo comercial, entrenándolo y motivándolo a través de sistemas de incentivos y de mejora de clima.