

EVALUACIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS

Para conocer cuáles son las posibilidades y **potencialidades** de cada miembro del equipo de ventas, el Dr. Chamoun aporta un esquema muy simple y funcional, elaborado a partir de las características y hábitos de trabajo de cada miembro. Para tales fines, clasifica los miembros del equipo en cuatro categorías:

- **Mente en blanco (MB).**
- **Vendedor básico (VB).**
- **Desarrollador de negocios potencial (DNP).**
- **Desarrollador de negocios ideal (DNI).**

Como es lógico, la situación ideal es que todos los miembros del equipo pertenezcan a la última categoría. Pero esto no siempre es así o lo es excepcionalmente. El esquema propuesto permite, en consecuencia, iniciar un proceso de capacitación y formación que permita ir, progresivamente, llevando a todos los comerciales o vendedores a la categoría de **Desarrollador de Negocios Ideal (DNI)** al llenar o cubrir los “vacíos” o deficiencias que pudiesen los miembros del equipo que, en el momento de la evaluación, **resulta que no pertenecen a esta categoría.**

El esquema también es útil para asignar áreas de responsabilidad (zonas de ventas, tipos de clientes, carteras de clientes) a los diferentes integrantes del equipo en función de su potencialidad, con el fin de evitar el error de asignar a un comercial o vendedor un área que esté muy por encima de sus posibilidades, con lo que no sólo se afecta el desempeño del área de ventas en su totalidad, si no que, además, se frustra al comercial o vendedor, llevándolo a una situación en la que se convierta en un empleado irrecuperable.

Veamos las características generales de las cuatro categorías.

PRIMERA CATEGORÍA

MENTE EN BLANCO (MB)	
1	No tiene objetivos claros.
2	Desconoce qué es lo que está vendiendo.
3	Desconoce por qué lo hace.
4	No sabe quienes son sus clientes potenciales.
5	No tiene mucha seguridad en si mismo.
6	Está en ventas porque cree (erróneamente) que es un trabajo fácil.
7	Se deja llevar por la corriente hasta que la misma corriente lo desaparece.
8	Puede estar muy bien relacionador y ser amistoso, pero no estratégico.
9	Es creativo, pero no tiene iniciativa.
10	No se le ocurren las ideas hasta que pasan los hechos.
11	Definitivamente, no concreta acciones ni confirma acuerdos.
12	No reconoce sus errores.

SEGUNDA CATEGORÍA

VENDEDOR BÁSICO (VB)	
1	Es un toma pedidos.
2	El cliente le compra, él no vende.
3	Existe una necesidad en el mercado y la satisface su producto o servicio, no su presencia.
4	No tiene muy claro el concepto de post-venta.
5	No entiende ni reconoce el servicio al cliente.
6	Se limita a hacer la venta del producto.
7	Se concentra en el cierre.
8	No crea oportunidades más allá de la simple venta.
9	No piensa en el cliente como un cliente a largo plazo.
10	Solo está enfocado al corto plazo

TERCERA CATEGORÍA

DESARROLLADOR DE NEGOCIOS POTENCIAL (DNI)	
1	Es un diamante en bruto (sólo le falta pulir algunas facetas).
2	Conoce las necesidades del cliente.
3	Conoce sus puntos fuertes y débiles (fortalezas y debilidades).
4	Conoce a su competencia.
5	Conoce el mercado.
6	Está preparado cuando visita a un cliente.
7	Tiene un plan de acción.
8	Conoce y practica las estrategias.
9	No sabe cerrar.
10	A pesar de tener un objetivo, no lo tiene tan claro.
11	Se desvía del objetivo de la visita cuando está con el cliente.
12	Crea castillos en el aire.
13	Sabe vender, pero no concreta.
14	Se pierde en los detalles (principal razón por la que no concreta).
15	Utiliza su propio criterio.

CUARTA CATEGORÍA

DESARROLLADOR DE NEGOCIOS IDEAL (DNI)	
1	Conoce a su cliente en detalle (en especial, sus necesidades).
2	Conoce a sus competidores y las estrategias que siguen.
3	Tiene la sensibilidad para saber cuando el cliente está a punto de cerrar positivamente.
4	Es efectivo en las visitas con sus clientes.
5	Es muy efectivo al implementar su propio plan de negocios.
6	Es cuidadoso con los detalles, lo que implica que cierra con éxito la más de las veces.
7	No cede tan rápidamente.
8	Cuando cede, sabe lo que debe obtener a cambio.
9	Busca constantemente al cliente con soluciones creativas.
10	Es un solucionador de problemas.
11	Le da seguimiento a sus clientes.
12	Es un convencido del servicio post-venta.
13	Los clientes le compran no solo por sus productos o servicios, si no por su persona y su nivel de servicio al cliente.
14	Usa su propio criterio para resolver las necesidades del cliente.

