

HERRAMIENTAS PARA HACER CRECER SU NEGOCIO

¿Sus sistemas de
mercadotecnia y ventas crean
riqueza para su negocio --
o simplemente aumentan el
volumen de ventas?

*Los tres elementos en los que
debe enfocarse para crear el
crecimiento de ventas
exponenciales para su
compañía en el siglo XXI*

The Strategic Laser Sales System™

por Carlos Dias

**CRECIMIENTO EXPONENCIAL EN VENTAS A TRAVÉS
DE UNA ESTRATEGIA, PRECISIÓN Y ENFOQUE**

LA IDEA EN POCAS PALABRAS

Los años del crecimiento de las ventas de dos dígitos estables y predecibles son cosas del pasado. Ahora debemos hacer negocios en un mercado global que se encuentra cambiando casi diariamente, y el crear riqueza a través de la empresa, es más desafiante de lo que había sido nunca.

Si bien muchas empresas consumen un tiempo valioso y recursos en tratar de mantenerse al frente de su competencia, existen muy pocos ejecutivos que se han dado cuenta de que sus competidores no tienen la clave del éxito.

Estos ejecutivos han aprendido que para incrementar drásticamente sus ingresos a partir de las ventas, deben ser estratégicos en lo que hacen y en la forma en la que lo hacen; esto significa poner atención a sus clientes – esto es, en aquellas personas que compran sus productos o servicios.

La supervivencia hoy en día requiere de innovación. Para crear riqueza a través del crecimiento exponencial de las ventas, se requiere cada vez más de la innovación. Se requiere de un minucioso conocimiento de su persona, de sus clientes y de su mercado. Entonces, y sólo entonces, usted podrá desarrollar una estrategia de mercadotecnia y ventas que optimice su conocimiento, experiencia y gente, al mismo tiempo que crea y entrega los productos o servicios a sus mejores clientes, con lo que obtendrá los más altos índices de recuperación.

El *Strategic Laser Sales System*[™] (Sistema Estratégico de Ventas Láser) es uno de los componentes del *Wealth Creation Ecosystem* (Ecosistema para la Creación de Riqueza), diseñado para crear riqueza a través de las ventas de vanguardia para los clientes muy fieles.

En este artículo aprenderá los tres elementos en los que deberá enfocarse para crear un crecimiento de ventas exponencial para su empresa.

LA IDEA EN PRÁCTICA

El *Strategic Laser Sales System*[™] ha sido diseñado para ayudar a las empresas a aumentar exponencialmente sus ventas posicionando sus productos, servicios y métodos de ventas, conforme a la perspectiva de sus *clientes*.

Por ejemplo, la compañía "A" fija su atención en el desarrollo de mejores productos que sus competidores, y en vender esos productos a cuantos clientes le sea posible. El crecimiento de sus ventas tiene una frecuencia lineal de acuerdo con el aumento en el número de sus clientes.

Por otro lado, la compañía "B" desarrolla una estrategia en la que se engloban las necesidades más apremiantes de sus clientes. Desarrolla productos y servicios para esos clientes y, por lo tanto, crea una lealtad de larga duración, incrementando exponencialmente sus ventas y utilidades.

¿Cómo? Esa es la belleza del *Strategic Laser Sales System*[™], y la respuesta a estas interrogantes se encuentra en las siguientes páginas.

¿POR QUÉ ESTRATEGIA?

El posicionamiento de sus productos, servicios y métodos de ventas, de acuerdo con la perspectiva de los clientes, es de vital importancia para el conocimiento del crecimiento exponencial de sus ventas. La mayoría de las compañías tratan de crear el mejor producto o servicio, en comparación con los productos o servicios de la competencia, lo que los deja a merced de la competencia. Por ejemplo, diversas compañías de tecnología juegan al "salto del burro" entre sí, tratando de producir un producto que sea más rápido o que tenga más campanas y silbatos, ignorando por completo a la persona que va a comprar el producto. Este método solamente funcionará en tanto tenga suerte, y las características de su producto vayan de acuerdo con las necesidades del cliente. Pero, ¿qué sucede si no van de acuerdo?

El hecho más simple es que sus clientes compran sus productos o servicios porque perciben el valor de esos productos o servicios como importantes para sus necesidades inmediatas.

Las ventas no son una función aislada

Si bien es cierto que muchas compañías eternizan la batalla entre la ingeniería, la producción, la mercadotecnia y las ventas, esta batalla es completamente innecesaria, ya que, como usted bien sabe, van en detrimento del éxito de su compañía. La pregunta que muchas personas se hacen es: "¿Cómo hacemos que estas funciones tan divergentes cooperen entre sí?"

El secreto está en encontrarse cimentados en el ecosistema de la empresa. El ecosistema se define como "una comunidad ecológica que, junto con su medio ambiente, funciona como unidad". Esta es la forma compleja de decir que todas las piezas individuales funcionan juntas para el progreso del conjunto. ¿Qué tiene que ver el ecosistema con las ventas?

Antes de explicar el *Strategic Laser Sales System*[™] con más detalle, es importante que conozca cómo es que la estrategia de ventas se ajusta al ecosistema de su empresa. Si éstos no se encuentran estrechamente vinculados, definitivamente su empresa experimentará un conflicto interno. Por lo tanto, sus ventas probablemente experimentarán pérdidas debido a que su compañía no está vendiendo lo que los clientes necesitan o quieren.

Después de años de trabajar con organizaciones globales, me di cuenta de la importancia del ecosistema en una empresa. Aquellas compañías que alimentaron su ecosistema prosperaron, mientras que aquellas que ignoraron su ecosistema, a la larga flaquearon y fracasaron. He visto esto muchas veces como para ignorar la relación que existe entre ambas. Como resultado, desarrollé el "Strategic Wealth Creator Ecosystem[™]", en donde se unifican los diferentes departamentos o divisiones de la empresa, con un objetivo y estrategia común. Todos trabajan en conjunto a fin de generar riqueza para la compañía, produciendo y entregando lo que los clientes quieren en el momento que lo quieren.

CONOCIENDO SU ECOSISTEMA

En estos tiempos en que hay frecuentes e importantes cambios en el mercado, es difícil saber hacia dónde y cómo enfocar los esfuerzos de ventas. La mayoría de las compañías continúan haciendo lo mismo que hacían antes, lo que incluye frecuentemente presionar al personal de ventas para cerrar más ventas con más clientes.

De lo que estamos seguros es que sus ventas no aumentarán exponencialmente si usa los métodos tradicionales, sobre todo en presencia del agitado cambio global.

Aristóteles Onassis, el bien conocido magnate del transporte marítimo decía: "El secreto de un negocio es saber algo que nadie más sepa."

Todo el mundo en estos días conoce los "secretos" para generar grandes ventas, incluso el concepto para las soluciones de ventas y las diversas técnicas de cierre. A lo que Onassis se refería no era a las técnicas de ventas ni a tener un conocimiento privilegiado acerca de la competencia.

La única forma de aumentar las ventas exponencialmente, es por medio del *Divergent Strategic Thinking*[™] (Pensamiento Estratégico Divergente). Solamente en ese momento, usted sabrá algo que nadie más sabe. La gran mayoría de los ejecutivos no saben lo que significa pensar estratégicamente. Para pensar estratégicamente en los negocios, uno debe prestar atención a los dos factores clave que permiten que las compañías permanezcan al frente de la competencia actual y futura. Éstos son:

1. Tener una **Propuesta de Valor**, la cual se crea a partir de un modelo empresarial único y de una estrategia singular de posicionamiento en el mercado. La **Propuesta de valor** da a conocer la forma en la que su empresa es percibida por el mercado y manifiesta el "futuro crecimiento de las ventas y ganancias" de su compañía. Esta es la base de su crecimiento futuro.
2. Crear la **Lealtad del Mercado**, la cual se encuentra fundamentada en la Propuesta de valor creada estratégicamente. La lealtad del mercado va más allá de la satisfacción del cliente, y si se conceptualiza de la manera correcta, será el elemento más importante para el crecimiento exponencial de las ventas. La lealtad del mercado influye directamente en los resultados de la empresa, y es la base del *Strategic Laser Sales System*[™].

Existen etapas específicas y concretas que usted puede realizar para el desarrollo de su propuesta única de valor y de una lealtad importante del mercado. Este artículo no abarca la totalidad de las etapas, solamente se enfoca a sus ventas. Después de la experiencia que he tenido con compañías de todos tamaños en Europa, América Latina y los Estados Unidos, he reducido este complejo ecosistema en cuatro diferentes sistemas interrelacionados. Estos cuatro sistemas constituyen el *Wealth Creator Ecosystem*[™] para cualquier organización:

- ✓ El *Strategic Wealth Creator System*[™] centra su atención en la creación de un modelo empresarial único y en una estrategia singular para su mercado, señalando exactamente los clientes que son más importantes para obtener el éxito de larga duración de su compañía

- ✓ El *Dynamic Value Management System*™ le permite calcular periódicamente el valor entregado por su compañía, y el valor percibido por el mercado – su propuesta de valor.
- ✓ El *Strategic Value Innovation System*™ le ayuda al lanzamiento continuo de nuevos productos y servicios en el mercado.
- ✓ El *Strategic Laser Sales System*™ le permite enfocarse en tres elementos, que hacen posible que sus ventas crezcan exponencialmente.

Las compañías que usan el *Wealth Creator Ecosystem*™ operan más eficientemente y efectivamente que sus competidores. La razón fundamental por la cual este sistema funciona tan bien, es porque cada uno de los sistemas estratégicos mencionados anteriormente se enfoca en que su empresa haga exactamente lo que debe hacer para crear y entregar lo que sus clientes perciben como lo más valioso para sus necesidades actuales.

En vez de enfocarse en la competencia, esta atención al cliente asegura que usted constantemente creará los productos y servicios más valiosos, mismos que serán determinados por aquellas personas que compran los productos y servicios – sus clientes.

"Las buenas compañías satisfacen las necesidades. Las compañías líderes crean mercados en función de las necesidades fundamentales de los clientes de ese mercado."
Philip Kotler

¿Cómo conocer y usar el concepto de Ecosistema?

El Ecosistema permite de forma natural que su compañía se distinga de las otras compañías del mercado. Mientras sus competidores luchan entre sí por la participación en el mercado fundamentada en las características y ventajas de los productos o servicios, usted está creando una percepción duradera en la mente de los clientes, en la que les transmite que no existe un sustituto para su compañía. Debido a que los clientes perciben claramente que usted ofrece más valor, prácticamente ignorarán a la competencia aún cuando ésta realmente tenga un producto o servicio con mejores características!

Los cuatro sistemas descritos con anterioridad se encuentran incluidos en el *Wealth Creation Ecosystem*™, y funcionan en sincronía con su compañía.

Cada uno de los competentes contribuye a la percepción del valor superior único de sus clientes

Este sistema complementario e integral es lo que hace posible que el *Strategic Laser Sales System* genere un crecimiento exponencial para cualquier compañía.

Un ecosistema empresarial efectivo utiliza el camino de menor resistencia para ofrecer un crecimiento óptimo. Dicho ecosistema se centra únicamente en aquellas alternativas que entreguen el valor más grande a los clientes más importantes, y no se molesta en hacer comparaciones con la competencia. Si usted puede comprender este punto clave, se encuentra en el buen camino para entender la forma en la que las ventas de su compañía aumentarán exponencialmente.

Al comprender este concepto en su totalidad, su compañía no evaluará sus acciones con base en las cifras del año anterior, ni en las participaciones del mercado, ni en las encuestas de satisfacción. En lugar de ello, definirá las metas de sus ventas en función de la entrega de un valor más alto a los clientes más importantes. Para que esto suceda, deberá cuantificar el valor que actualmente entrega, lo comparará con el valor más alto percibido por el cliente; posteriormente realizará todos los esfuerzos de la compañía por cerrar la brecha entre el valor entregado actualmente y el percibido. Una vez que haya identificado este sistema para su compañía, será imposible que cualquiera de sus competidores duplique su éxito. La competencia pensará que el éxito radica en las especificaciones de sus productos, y no importará lo que hagan, no darán en el blanco.

Sus competidores pueden imitar sus políticas, procedimientos e incluso los productos, pero no podrán duplicar el ecosistema intangible que ha creado.

Toyota da en el blanco: **"Todos nos quieren copiar, ipero nadie podrá copiar nunca nuestra alma!"**

El ecosistema enfocará toda su energía en lo que su empresa necesita hacer, y con qué clientes necesita hacerlo, liberando gran cantidad de energía que actualmente dedica a clientes y productos que no son relevantes para la estrategia de su compañía. Esto dará como resultado un crecimiento más sano, y un aumento en las ganancias de su compañía.

EL STRATEGIC LASER SALES SYSTEM™

En armonía con el *Wealth Creator Ecosystem™*, el *Strategic Laser Sales System™* dirige todos sus esfuerzos a tres elementos que son trascendentales para lograr el éxito:

1. Sus clientes
2. La cantidad promedio de transacciones
3. El promedio de la frecuencia anual de compras (dividir todas las facturas emitidas en el año, entre el número de clientes).

Por medio de la multiplicación de estos tres elementos, obtenemos las ventas anuales de cualquier compañía, sin importar su tamaño, actividad o ubicación.

Generalmente, la gran mayoría de los ejecutivos se concentra en el número de clientes para aumentar las ventas. Este es un error estratégico que explica por qué tan pocas compañías logran un crecimiento constante y no se vuelven líderes en sus mercados. En su afán por crecer, estos ejecutivos tratan de vender cualquier producto, a cualquier persona, en cualquier lugar. El resultado de esta "estrategia" es frecuentemente la obtención de enormes inventarios y una gran cantidad de demoras en los pagos o en cuentas por cobrar que frenan el flujo de capital. Cualquier compañía que trate de aumentar el crecimiento enfocándose solamente en el número de clientes, nunca se distinguirá de la competencia.

Una muestra del *Strategic Laser Sales System™* en acción

Supongamos que una compañía tiene 5000 clientes con un promedio anual de transacciones de \$1,500 y una frecuencia de compra de 3 veces por año. Las ventas totales por lo tanto serían de \$22.5 millones al año (5000 x 1500 x 3).

Ahora, examinemos los resultados de los distintos escenarios:

- ✓ Un 5% de aumento en cada uno de los tres elementos nos colocaría con un 16% de aumento en las ventas ($5250 \times \$1,575 \times 3.15 = \$26,047,000$);
- ✓ Un 10% de aumento en cada uno de los tres elementos, nos colocaría con un 33% de aumento en las ventas ($5500 \times \$1,650 \times 3.30 = \$29,948,000$);
- ✓ Un 20% de aumento en cada uno de los tres elementos, nos colocaría con un 73% de aumento en las ventas ($6000 \times \$1,800 \times 3.60 = \$38,880,000$);

Este es el milagro del crecimiento compuesto, y es lo que usted podría experimentar si utiliza este sistema para su compañía. Al desarrollar una estrategia que ponga atención en los tres elementos, experimentará un crecimiento exponencial en las ventas y ganancias para su compañía!

Dos reglas para lograr un crecimiento exponencial de ventas

El *Strategic Laser Sales System*™ usa dos reglas que le permiten tener un papel importante en el ecosistema:

- 1. Enfocarse en los clientes actuales y potenciales más importantes para su estrategia;** aquellos clientes para los cuales su compañía ha decidido crear las mejores alternativas de valor ofrecido en el mercado.
- 2. Poner más énfasis en la transacción y en el promedio de la frecuencia anual de cada cliente importante.** Un aumento de estos dos factores, al igual que un aumento exponencial en las ventas, funcionará como calibrador que nos permitirá ver si realmente estamos creando la percepción en el mercado de tener un valor innovador y único.

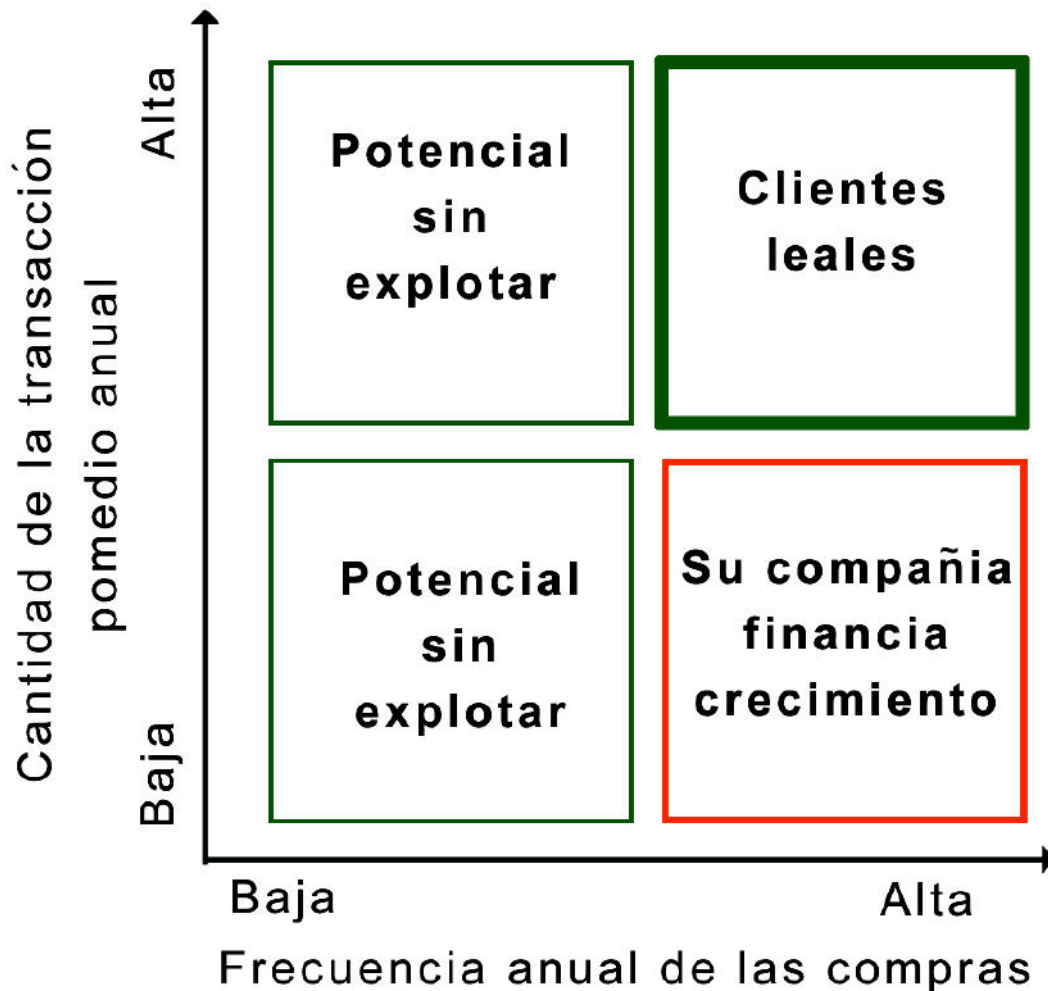
El sistema le permitirá sustituir la transacción y frecuencia de las compras por ganancias netas; por ejemplo, la ganancia promedio de cada transacción, y las ganancias promedio de cada frecuencia de compra.

El sistema aplicado en diferentes situaciones de la compañía

En el caso de una compañía industrial, un porcentaje muy bajo de la frecuencia anual de las compras podría significar que la compañía está financiando el inventario de los clientes. En otras circunstancias, una frecuencia anual baja podría servir como fundamento para proteger la política de descuentos.

La gráfica de la siguiente página muestra la forma en que el sistema permite que los clientes actuales, que son importantes para su estrategia, sean divididos en cuatro cuadrantes diferentes: partiendo desde los clientes leales, con potencial sin explotar, hasta aquellos clientes que usan su compañía para solventar su crecimiento. Por lo tanto, esta gráfica podría ser muy valiosa para decidir las nuevas políticas comerciales e incluso para explicar a los clientes la necesidad de aumentar la frecuencia de sus compras o promedio de transacciones. Simplemente hágalos entender que sus clientes más leales reciben mejores ofertas.

En una compañía de distribución o de servicios se recomienda un análisis de mercado, incluyendo los productos y servicios de terceras personas que hayan probado ser relevantes para la estrategia de su compañía, a fin de aumentar exponencialmente las ventas.



Calcular cómo funciona el sistema con su compañía

Usted mismo podría hacerlo. De manera alterna, yo sugeriría una breve sesión conmigo para ayudarlo a examinar los diferentes escenarios, utilizando información importante para su compañía. Usaremos una hoja de cálculo de Excel para calcular las cantidades, permitiéndole apreciar fácil y rápidamente el poder de este principio.

Para poder hacerlo usted mismo, deberá crear una hoja de cálculo simple que le permita ingresar variables multiplicadoras para cada uno de los tres componentes: Número de clientes, transacción promedio y promedio de la frecuencia anual. Es decir, usted puede insertar diferentes cantidades cada vez mayores, para cada uno de los tres componentes por separado.

Utilizando el ejemplo anterior, podemos observar cómo, al aplicar otras líneas de razonamiento, se puede obtener el crecimiento exponencial:

- ✓ Un 5% de aumento en el número de clientes (de 5000 a 5,250), 10% en la transacción promedio (de \$1,500 a \$1.650) y un 30% en frecuencia promedio (de 3 a 3.9) nos llevaría a obtener un 50% de aumento en las ventas.
- ✓ Un 5% de aumento en el número de clientes, un 30% en la transacción promedio (de \$1,500 a \$1,950) y un 30% en frecuencia promedio nos llevaría a obtener un 77% de aumento en las ventas.

Se requiere de análisis y creatividad para aumentar estos tres factores, que son la clave del crecimiento exponencial de sus ventas.

Llevar el sistema a la potencia 60

El *Strategic Laser Sales System*™ comprende más de sesenta "disparadores" que, a través de la experiencia, han probado aumentar cada uno de estos tres factores. Al usar el sistema, usted sabrá exactamente cómo crear actividades de ventas o promociones que funcionen para su compañía, en su mercado.

El *Strategic Laser Sales System*™ contiene una serie de análisis personalizados para cada tipo de compañía. Un análisis meticuloso nos permitió conocer la fragilidad de una compañía dentro de su mercado:

- ✓ El 80% de las ventas se realizaron únicamente con el 10% de los clientes;
- ✓ El 50 % de las ventas, con el 3% de los clientes;
- ✓ El 60% de los clientes representó únicamente el 2% de las ventas;
- ✓ Ganancias cuestionables de cualquier factura menor de \$11,080 (2,216 o 20%) de un cliente;
- ✓ Todas las facturas menores de \$1,130 son insignificantes, o son una fuente de pérdidas.

En esta empresa, las cifras mostraron una carencia obvia de enfoque de la estrategia preparada por la compañía. Este simple análisis nos mostró la fragilidad de todo el ecosistema de la compañía, el porqué se requiere prestar atención a cada uno de los cuatro componentes del ecosistema, particularmente al *Strategic Wealth Creator System*™.

El sistema es simple y fácil de introducir en cualquier compañía. Frecuentemente sólo se requieren de algunos cambios en la computadora. Todo parece tan fácil que frecuentemente los ejecutivos no comprenden el potencial que el sistema podría representar para el futuro de sus compañías.

El *Strategic Laser Sales System*™ también incluye un curso de capacitación de un día para toda la fuerza de ventas. La capacitación usa estrategias y tácticas especiales recientemente concebidas para su compañía, derivadas del conocimiento del valor percibido de su compañía en el mercado, en comparación con el valor percibido de su competencia. Usted crea el mayor impacto emocional posible en su cliente, lo que conduce directamente a una lealtad extrema y ventas futuras.

El *Strategic Laser Sales System*™, al igual que un rayo láser, permite que la fuerza de ventas se enfoque solamente en los tres factores que crean un aumento exponencial en las ventas. He utilizado el sistema en todas mis compañías, al igual que en aquellas que he administrado durante mi carrera profesional, siempre con resultados sorprendentes.

DIEZ MOTIVOS PARA SER ESTRATÉGICO

1. Usted aumenta las ventas de su producto o servicio exponencialmente, no mediante prueba y error, sino mediante un sistema simple y potente que lo posiciona de acuerdo con la perspectiva de su cliente.
2. Maximiza sus ganancias al enfocarse en sus mejores clientes, convirtiendo las ventas aisladas en una constante cadena de ingresos.
3. Materializa el potencial total del cliente. Las ganancias provenientes de las relaciones con el cliente, son parte vital de todo negocio.
4. Puede construir alianzas de sociedades conjuntas con productos o servicios de otras compañías que pudieran completar e incrementar su propia propuesta de valor, aumentando de este modo la cantidad promedio de transacciones.
5. Ahora puede optimizar las relaciones entre su inversión con un cliente en particular, y el rendimiento que esos clientes generen para su compañía por la forma específica en la que eligieron responder a sus ofrecimientos. Esto aumenta el porcentaje de transacción y la frecuencia de compra.
6. Usted crea un valor percibido. Si usted aumenta el porcentaje de transacción y la frecuencia de compras, significa que también tiene la Lealtad del Mercado!
7. Aprender una nueva forma de vender en una nueva economía. El sistema incluye un día completo de capacitación para toda la fuerza de ventas. La fuerza de ventas aprenderá a usar estrategias nuevas y específicas y guiones de ventas hechos especialmente para su compañía, los cuales se encuentran formulados de acuerdo con la propuesta de valor que usted creó, lo que nos da un valor percibido más alto que el de su competencia.
8. Armado con esta información, su equipo de ventas puede estructurar con confianza un acuerdo atractivo, identificando los puntos de venta claves a los que quiere dar prioridad, y posteriormente poner el precio a sus productos o servicios de acuerdo con el valor que el cliente les dé. ¡Eso puede incrementar drásticamente su margen de utilidades!
9. Por lo tanto, el Mapa de Valor es valioso para establecer las nuevas políticas comerciales e incluso para explicar a los clientes la necesidad de aumentar la frecuencia de sus compras para recibir mejores ofertas. También puede mostrar a sus clientes la posición que presenta su compañía frente a la competencia para justificar la venta de sus productos o servicios a precios más elevados.
10. Todas las sesiones que tenga conmigo, están garantizadas al 100%. Esto significa que estará totalmente satisfecho con los resultados que obtenga durante el tiempo que pase conmigo, o no pagará por esa sesión. De este modo, no existe riesgo alguno para usted, ofreciéndole la seguridad que habrá realizado la mejor inversión para el futuro de su compañía.

PARA OBTENER INFORMACIÓN ADICIONAL

Contacto:

Carlos Dias
Carlos Dias y Asociados
Correo electrónico: carlos@carlosdias.com