A hand holding a pencil points to a tablet displaying business charts. The background is a solid orange color. The tablet screen shows a pie chart labeled 'Item 3' and a bar chart labeled 'b' with five items. The bar chart has a y-axis from 0 to 30. The items are labeled 'Item 1', 'Item 2', 'Item 3', 'Item 4', and 'Item 5'. The bar chart shows values of approximately 10, 20, 30, 25, and 15 for items 1 through 5 respectively. The text 'EL CRM' is centered in large, white, outlined letters.

EL CRM

**Una Herramienta Para Motivar
Y Recompensar A Las Fuerzas
De Ventas En La Economía Digital.**

UN PAPER DE:

inxait[®]
the next level

COMUNICAR, MOTIVAR, ORIENTAR Y RECOMPENSAR

Las implicaciones de la economía digital presentan una gran oportunidad para relacionarse con las fuerzas de ventas y buscar una real alineación en tiempo real que permita influenciar comportamientos y actitudes que conlleven a mejorar el desempeño y por ende a un **incremento exponencial de las ventas**.

Normalmente llegar a la fuerza de ventas con un mensaje estratégico de la organización, buscando cualquier objetivo de movilización, implica un tiempo, varios canales de contacto, inversión, que en muchos casos se convierte en un teléfono roto y que al final del día se vuelve ineficiente. Hoy es fundamental tener en cuenta las oportunidades que brinda hoy la economía digital para orientar estratégicamente a los vendedores de las compañías.

LAS ORGANIZACIONES TIENE UN GRAN RETO,

deben adaptarse y buscar formas innovadoras de alinear, energizar y enfocar su gente en torno a formas más dinámicas y ágiles de trabajo.

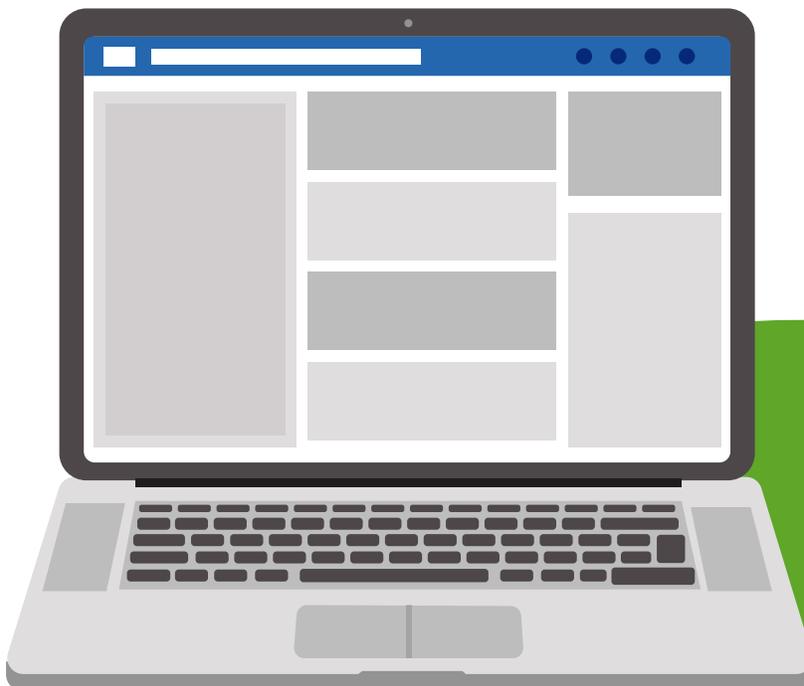


Con información y datos de las fuerzas de ventas, de clientes, se puede guiar de manera más inteligente el negocio y asegurar:



- Una venta más eficiente.
- Mejores procesos y eficiencia de la fuerza de ventas.
- Equipos dotados para analizar las necesidades del cliente.
- Optimización del tiempo.
- Llegar a los clientes de forma estratégica.
- Crecimiento.

Como resultado, la combinación de; estrategia y tecnología de CRM, plataformas digitales, comunicación uno a uno con medios como; mail, sms, whatsapp, integración de sistemas, dispositivos de móviles y redes sociales, se puede lograr tener una fuerza de ventas moderna, dinámica, rentable y vendedora.



¿CUÁL ES EL KIT PERFECTO?

1. Plataformas digitales a través del cual cada vendedor, tenga su cuadro de mando (metas, tipos de clientes, resultados, contenido educativo, contenido motivacional, incentivos).



GRAND PRIX



CLUB DE LIDERES



EL PARCHE



MAESTROS



GUERREROS



2. Comunicación estratégica de manera permanente con la fuerza de ventas a través del cual se transmitan objetivos, estrategias, clientes que deben alcanzar, actividades de edutainment, resultados de ventas e incentivos alcanzados, ranking de ventas, mensajes de la alta dirección, entre otros.

EL PARCHE

TRABAJA, ALCANZA

Ángela,

¡A DEMOSTRAR TODO TU POTENCIAL!

Participa en tu primer gran reto y demuestra que tienes todo el conocimiento de:

EL SOBRE FISCAL

1, 2, 3 ¡Llegó el momento!

¿CÓMO HACERLO?

- Ingresar a: www.elparchedd.com.co
- Seleccionar el icono de tienda.
- Escribir tu usuario y contraseña.
- En la sección actividades, elegir la opción fiscal.
- Ahí, encontrarás el material de estudio para participar.

Tienes del 21 al 23 de agosto. Y si eres uno de los 5 primeros en responder, llevate un:

— Premio sorpresa —

DESCARGA AQUÍ EL MATERIAL DE ESTUDIO

¡Junto al Parche superarás todos los retos!

www.elparchedd.com.co

CLUB DE LOSER

UN NUEVO CAMINO GANADOR

Este nuevo reto espera por ti. Participa en nuestra trivia de información básica y podrás ganar un premio con tu conocimiento.

LLEVATE UN BONO SORPRESA

Tienes del 13 al 16 de agosto de 2018

¡SIGUE ESTOS PASOS!

- Ingresar a www.clubdeaddress.com y en el menú
- Hacer clic en la sección Actividades
- Entrar en la opción Trivia
- PARTICIPA Y GANA.**

PARTICIPA EN LA TRIVIA DE PLANES COMERCIALES AGOSTO 2018

70% - 80% = 10 Puntos

80.01% - 95% = 20 Puntos

95.01% - 100% = 40 Puntos

Conviértete en uno de los 5 ganadores respondiendo correctamente en el menor tiempo posible.

INGRESA AHORA

RECORRIENDO EL CAMINO DE LA RECOMPENSA

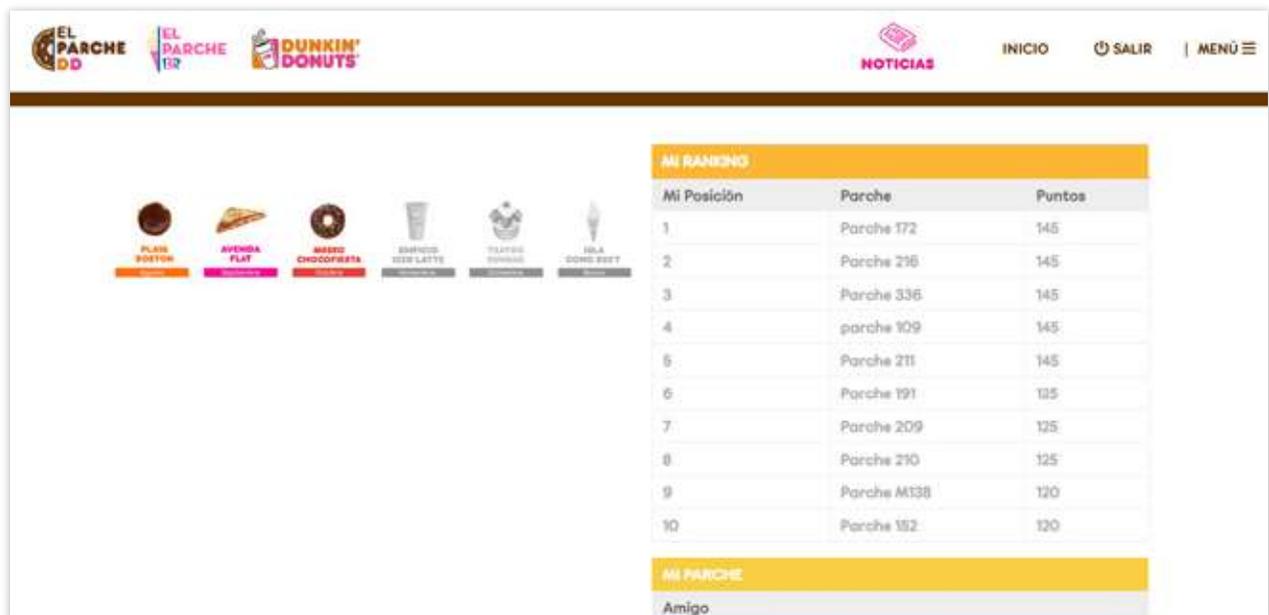
Para más información te puedes comunicar con TU ASISTENTE DE EL CAMINO

FIND NEW ROADS

Copyright © Todos los derechos reservados. Chevrolet España / Chevrolet / Chevrolet Commercial / Chevrolet España



5. Programa de recompensas alineado a ventas, educación, entretenimiento, participación en el programa, uso de las herramientas del programa.



6. Una correcta ejecución

PORQUE ES TAN IMPORTANTE UN PROGRAMA DE INCENTIVOS O RECOMPENSAS

Los vendedores reciben demasiada información diaria, relacionada con objetivos, capacitación, en resumen mucha información técnica que en muchos casos no es vista. Un programa de recompensas, le pone picante a la estrategia, en otras palabras genera dinámica y motivación para acercarse más a los objetivos que la organización quiere lograr.

Los programas de recompensas permiten crear actividades dinámicas y entretenidas, que aseguran incrementar la aperturabilidad de las comunicaciones y como resultado se obtiene una mayor alineación de los objetivos estratégicos de la organización.

Actividades de educación con incentivos por participar en test, concursos flash entre otros, generan engagement, algo muy buscado hoy en el mar de comunicaciones que reciben las personas en el mundo actual.

CONSIDERACIONES CLAVE PARA UNA CULTURA CENTRADA EN EL CLIENTE

- Utilice las recompensas para impulsar los resultados de ventas y los resultados estratégicos.
- Comprender y apuntar a los impulsores clave del compromiso de la fuerza de ventas
- Evite invertir en exceso en programas basados en pago de efectivo. Se debe garantizar que los incentivos generen un ROI positivo y se autofinancien.
- Busque ofrecer beneficios que estén alineados con las necesidades del equipo de trabajo.
- Utilice recompensas no monetarias estratégicamente para motivar y retener talentos clave.
- Utilice programas de reconocimiento para impulsar una cultura centrada en el cliente.



CONCLUSIONES CLAVE:

- El diseño de una estrategia de recompensas de la fuerza de ventas bien alineada debe reflejar la naturaleza y el valor cambiantes de trabajo de la fuerza de ventas, cada vez más influenciado por una relación digital.
- Soluciones de comunicación a través de varios canales, asegura que los mensajes lleguen y pa participación en los programas sea alta.
- Los planes de incentivos deben orientarse a las áreas estratégicas donde la fuerza de ventas tiene el mayor potencial para crear valor.
- Es fundamental tomarse el tiempo para revisar la eficiencia y efectividad de los planes de incentivos, esto conlleva a una fuente de mejora continua en el compromiso de la fuerza de ventas, el rendimiento y mejorando la experiencia del cliente.



¿ QUIÉN ES INXAIT ?



Inxait es una agencia líder en mercadeo relacional de bases de datos y CRM.

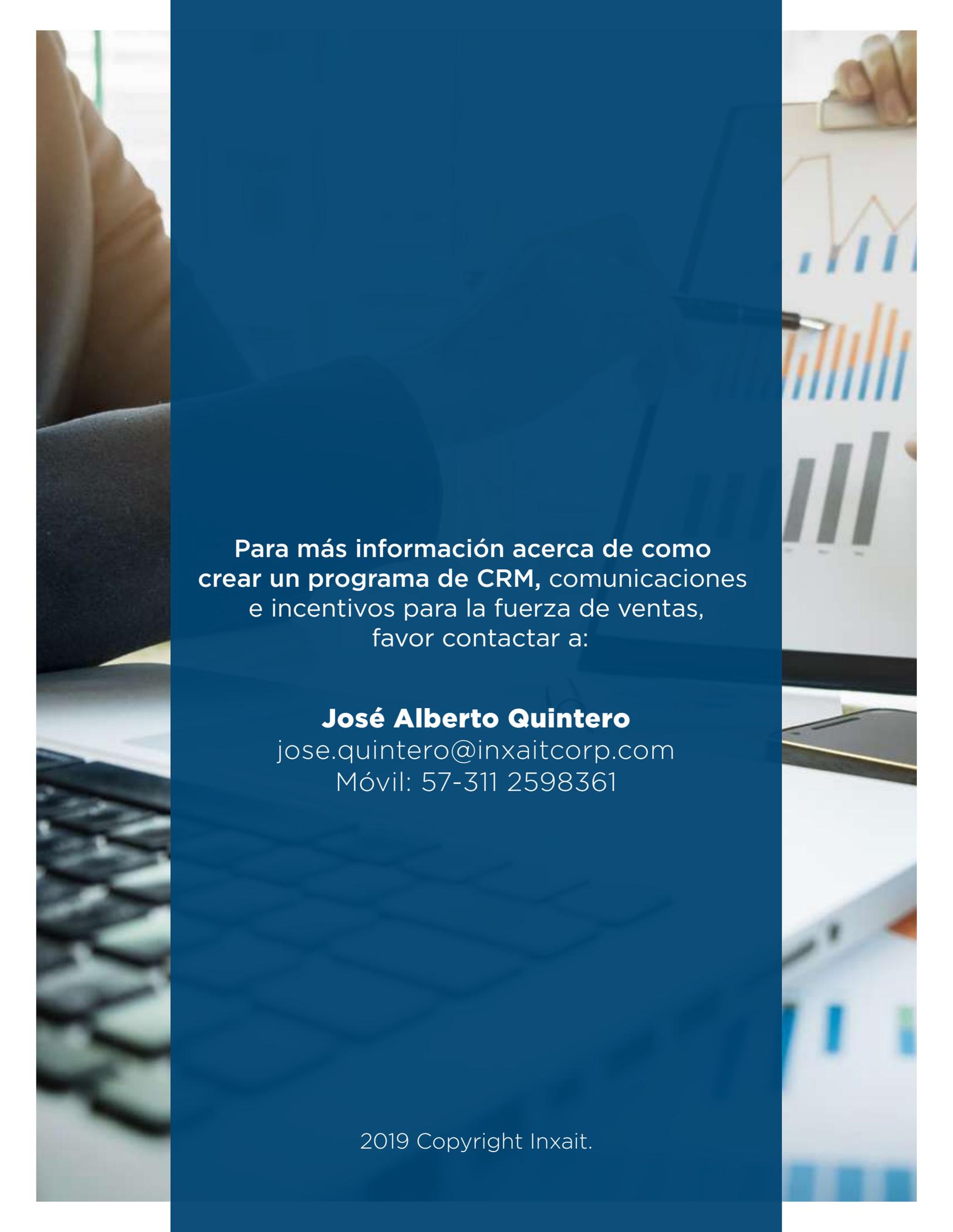
Especializada en el diseño de estrategias de adquisición y retención de clientes con el propósito de generar experiencias personalizadas que entreguen como resultado un retorno de inversión medible de cada campaña.



Inxait soporta a las marcas en la generación de ventas, con base en el establecimiento de relaciones con sus clientes, prospectos y leads, ya sean consumidores finales, empresas, canales de distribución y fuerzas de ventas.



La combinación de analítica de datos, tecnología, mensajería directa (Mailing, SMS, WhatsApp, correo directo y herramientas digitales), creatividad uno a uno, automatización y acciones en tiempo real, son impulsores claves para los resultados financieros de las organizaciones.



Para más información acerca de como
crear un programa de CRM, comunicaciones
e incentivos para la fuerza de ventas,
favor contactar a:

José Alberto Quintero

jose.quintero@inxaitcorp.com

Móvil: 57-311 2598361

Marcas para las cuales inxait ha desarrollado proyectos de CRM para las fuerzas de ventas internas y externas

DUNKIN'



CHEVROLET

ACDelco

 **Payless**
SHOESOURCE®



CHEVROLET

TECNOLOGÍA
ISUZU