



Lic. Jorge Urquiza:
27/6/2017
*[venderle a grandes empresas
sin morir en el intento]*



CÁMARA EMPRESARIA VICENTE LÓPEZ



JE-FEBA
Joven Empresario



PLAN_D
Cámara Empresaria de la
Región Metropolitana Norte

Venderle a Grandes Empresas

Cual es tu CV?

Cual es tu diferencial de servicio/Producto?

Conoces los precios de tu competencia?

Cual es tu segmento de mercado

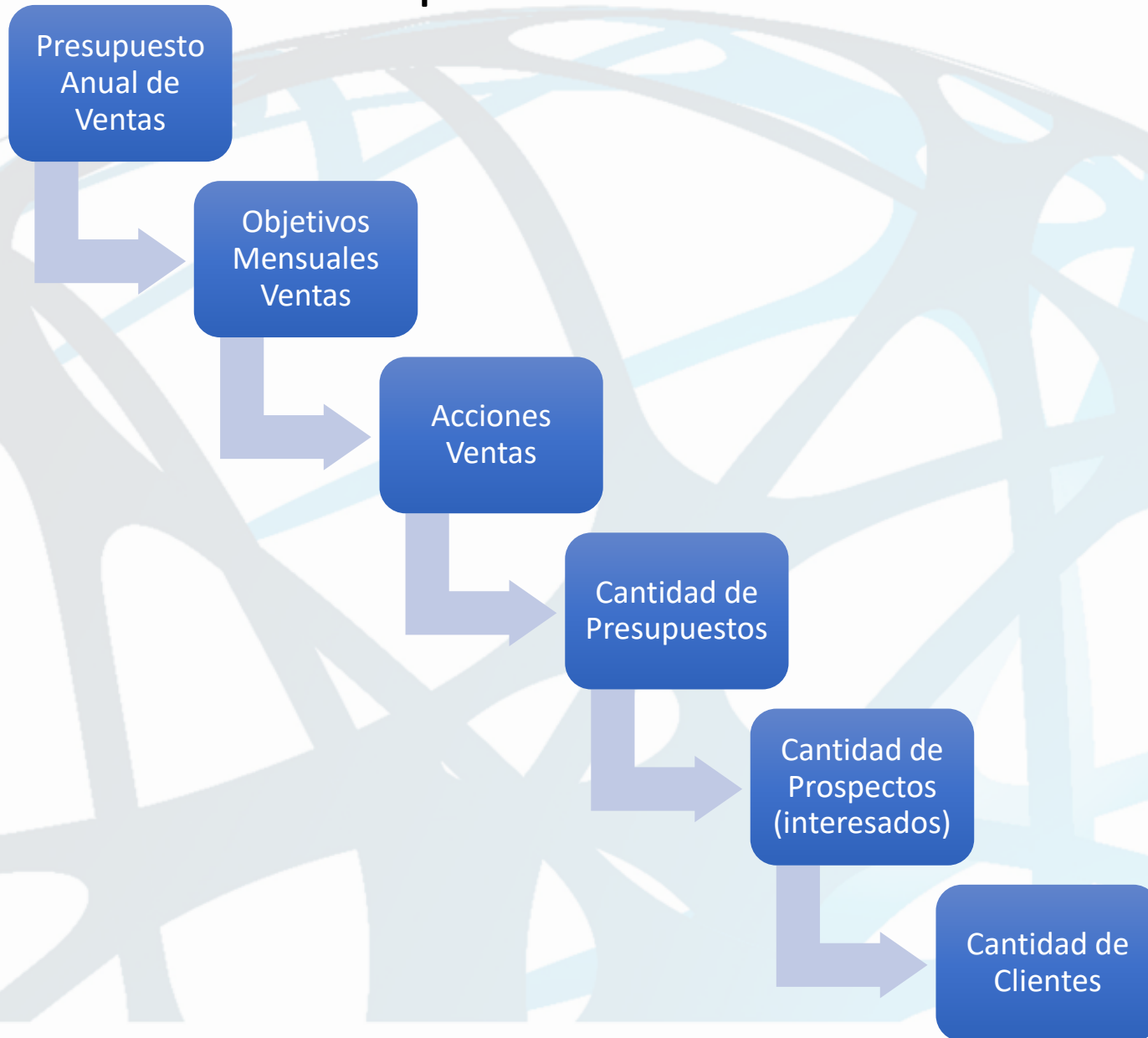
Cuanto piensas vender este año?

A este ritmo, como vas a estar el año que viene?

Venderle a Grandes Empresas



Cuales son los pasos?



Construcción de la Meta

- Habitualmente las Metas están construidas con uno o dos objetivos de resultado, pueden ser planos o estar estacionalizados.
 - Posee 2 variables centrales. Objetivo de resultado y tiempo de cumplimiento.
 - Meta tradicional: Ventas mensuales por \$470.000.

Consideraciones:

- Mientras la **meta sea más precisa**, más fácil resultará alcanzarla.
 - ü Objetivos Nuevos Clientes: 2 cierres mensuales por \$15.000 promedio.
 - ü Objetivos Clientes Activos: 11 cierres por \$40.000 promedio.

Margen de Contribucion

- Es la diferencia entre el ingreso y los costos variables. El margen de contribucion debe ser siempre superior a los costos fijos para poder generar utilidades.

- Precio de venta: \$ 20
- Costo de la mercaderia vendida: \$ 12
- Comision & Impuestos sobre venta: \$ 2 (10%)

Margen de contribucion en pesos: \$ 6

Margen de contribucion en %: 30%

Vision + Ventas

La visión de la empresa, se plasma en el presupuesto de ventas.

Tenemos que tener objetivos muy claros, medibles, alcanzables.

Identificar: Influenciador – Usuario - Decisor

Constancia & Confianza

Un CRM es una herramienta fundamental en el seguimiento de ventas.

El café, una herramienta fundamental.

Muchas gracias!

Lic. Jorge Urquiza
Titular de www.lilahargentina.com.ar

