

Centro de
Capacitación



Webinar

SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO DE FUERZAS DE VENTAS

El reto de conseguir buen capital humano de vendedores

Por: Roberto Cañamero G.

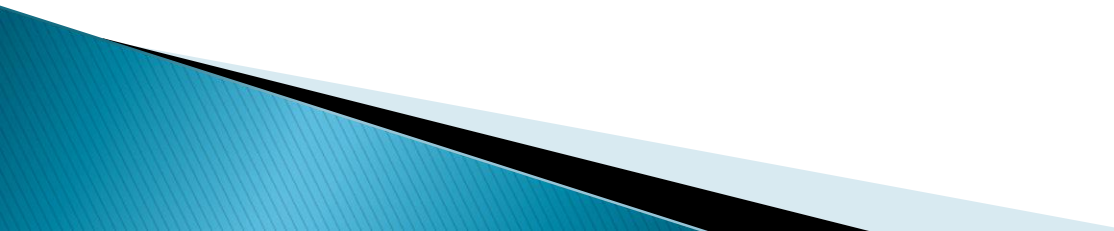
Capacitador Internacional

www.estudiocanamero.com

info@estudiocanamero.com



La problemática de conseguir vendedores alto productivos

- ¿El buen vendedor busca trabajo?
 - La escasez endémica de vendedores profesionales
 - La falta de instituciones formativas en el rubro comercial
 - ¿La disyuntiva formo o enrolo?
- 

Antropología del Vendedor

- El vendedor aparece en el neolítico de la Edad de Piedra
Teoría de los enfermos
Teoría de los mas flojos
- Crea al intermediario facilitador ante el cambio estructural de nómada a sedentario
- Genera el rechazo social pero a la vez facilita el trueque y desarrollo productivo de las sociedades.



SOCIO PSICOLOGIA DEL VENDEDOR LATINOAMERICANO

- 1) No hay relación entre éxito vendedor e inteligencia, edad, grado de instrucción y nivel del esfuerzo**
- 2) La compatibilidad del vendedor está en relación al cliente mas que al producto**
- 3) Comparte su tiempo con negocios marginales (45%)***
- 4) Tiene bajo autoconcepto profesional (50%)****
- 5) Están interesados en desarrollo (74%)****
- 5) Son inestables en el empleo (18% rota anual a menos)****

** Artículo R. Cañamero “Los nuevos vendedores Latinoamericanos”
Revista “Gestión” Santo Domingo, Set. 2012*

*** Gerencia de Ventas Competitivas, R. Cañamero, Edit. Brasa, Lima 2000*

INVESTIGACIÓN INTERNACIONAL DE FUERZAS DE VENTAS

FICHA DE LA ENCUESTA	ENERO 2012	
CIUDADES	MUESTRA	%
LIMA	259	43,45
SANTO DOMINGO	337	56,54
TOTAL	596	100

INVESTIGACIÓN FUERZAS DE VENTAS

Enero 2012

DATA	SI	NO
1. Le pagan los beneficios legales laborales inscrito en planilla o nomina	99%	1%
2. Cuantos trabajos rota en un año:		
Tres veces al año		
Dos veces al año	17%	
Una vez al año	1%	
Mayor a un año	82%	
3. Como califica el entrenamiento sobre producto de su empresa:		
Muy breve y superficial	5%	
Regular	17%	
Completo	74%	
Excelente	4%	
4. Ud. se entrena en ventas:		
Nunca se entrena		
Una vez al año	72%	
Dos veces al año	7%	
Mas de tres veces al año	21%	

INVESTIGACIÓN FUERZAS DE VENTAS

Enero 2012

5. Al entrenarse en ventas Ud. Utiliza		
simulación, rol playing, clinica de ventas:		
Nunca usa esas técnicas	5%	
Ocasionalmente las usa	69%	
Usa muchas veces	26%	
6. Elemento mas usado para motivarlo:		
Presión		
Buenas comisiones	22%	
Un motivador externo		
Premios y concursos	4%	
Atenciones sociales		
Desarrollo profesional	74%	
7. Utiliza sistemas computarizados para	80%	20%
su gestión de ventas		
9. Reporta diariamente su trabajo	83%	17%

VENDEDOR AÑO 2012

99%
Legal

80%
Utiliza
sistemas


82%
Rotan en un
año a mas

21%
Entrena una
vez anual

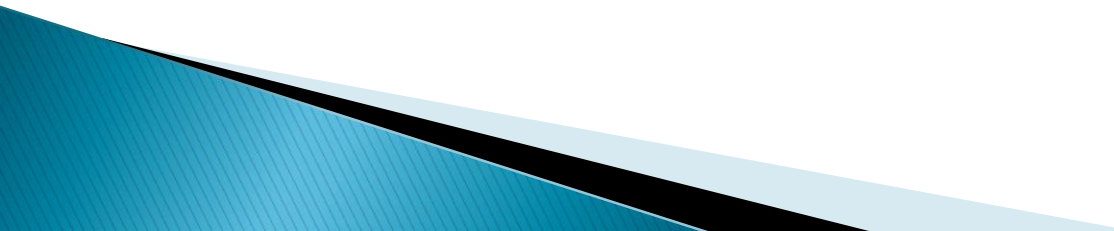
74% motivado o desarrollo



LA LEY DE LA SELECCIÓN DE VENDEDORES

- El vendedor profesional no busca trabajo
 - El proceso de la selección de vendedores debe enfocarse a determinar **habilidad persuasiva, resiliencia, tolerancia frustrativa, inteligencia emocional.**
 - El éxito de la selección conjuga un buen perfil de reclutamiento-puesto y convocatoria atrayente
 - El administrador comercial debe intervenir directamente en el proceso, no puede delegarlo.
- 

FUENTES DE LA SELECCIÓN

- Convocatoria online vía webs
 - Bases de dato externas de empleo
 - La propia fuerza de ventas en territorios
 - Los clientes
 - Asociaciones profesionales, gremiales, institutos superiores y universidades
 - Transferencias y promociones internas
 - Medios de prensa
- 

EL PERFIL DE RECLUTAMIENTO

- La descripción de funciones del puesto:

Detalle de las actividades del puesto y objetivos
(zona, horarios, cuotas visitas)

- Requisitos socio económicos:

Edad
Estado civil
Carga familiar
Segmento socio económico
Patrimonio (auto, moto, casa)
Pasivos por evaluar

- Requisitos Laborales:

Formación (grados) y sexo
Experiencia en años/rubros
Responsable ventas US\$
Entrenamiento
Viajes, idiomas, auto.

- Condiciones Salariales:

Sueldo bruto anual
Comisiones anuales
Gastos de movilidad
Compensaciones.-
Seguro privado
Auto
Capacitación
Desarrollo

LA SELECCIÓN HOY, ES ONLINE

- La selección hoy es 95% online y la convocatoria es por redes sociales.
- La selección es mas optima hacerla mediante outsourcing
- Lo fundamental para elegir es:
 - Sistema y base datos
 - Experiencia
 - Rapidez
 - Inversión
- La selección online ahorra 60% costos a la empresa y al postulante
- El sistema online debe permitir información en tiempo real para RR.HH. y el área comercial sobre el avance del proceso
- El sistema debe mantener informado al postulante
- El sistema debe estar enlazado a base de datos activa del mercado

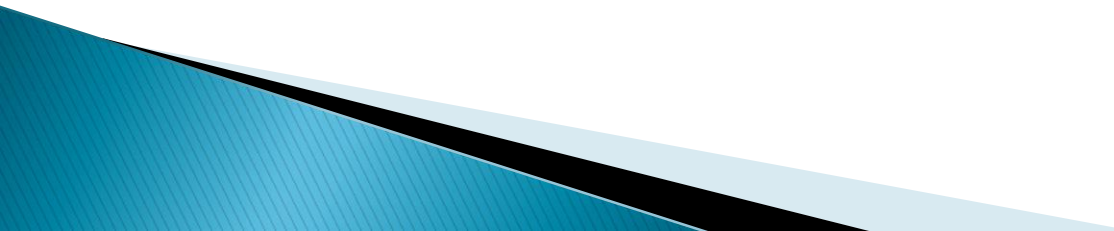


Instrumentos para evaluación de FF.VV.

- Test digitales para evaluar al vendedor en
Conducta-Cognición-Emoción
Destreza vendedora
- Buscar alta calidad de la información resultante
- Debidamente sustentados científicamente
- Probados en el mercado
- El test digital ahorra costos a la empresa y postulante
- El sistema digital es mas transparente
- El sistema digital es mas rápido
- El test debe estar 100% alineado a los objetivos para la selección de vendedores..



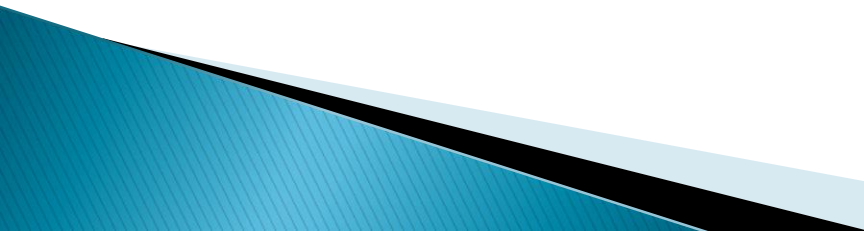
Filtros online selección de FF.VV.

- ▶ Filtro inicial requisitos vs. data postulante
 - ▶ Competencias específicas (test habilidades)
 - ▶ Situación financiera del postulante
 - ▶ Psicolaboral
- 

PROCESO DE SELECCIÓN

- Preselección curricular.- Comprobación elemento probatorios del curriculum presentado, con contraste requisito vs. competencias.
- Evaluación de destreza.-
 - Entrevista apreciativa (parámetros)
 - Entrevista técnica (calificativa)
 - ° Simulación de ventas
 - ° Test escrito
 - ° Entrevista vendedora
- Comprobación de antecedentes laborales y socio económico
- Evaluación psicológica.-
- Negociación de contratación

Como atraer al buen vendedor

- ▶ Por desarrollo y reto profesional
 - ▶ Estructura salarial adecuada al mercado
 - ▶ Liderazgo sobre el postulante “vendiendole” el puesto, la organización, la marca
 - ▶ Exhibir genuinamente una oportunidad inmejorable de crecimiento integral.
- 

DISEÑO DEL AVISAJE

- El aviso debe ser destacado (Inversión vs. importancia)
- Debe contar con atractivo diseño grafico para generar alta lectoría y lograr una convocatoria resaltada y competitiva.
- El encabezamiento o titulo del aviso debe ser especifico:
 - Ejem. Vendedores Profesionales
 - Representantes de Ventas
 - Ejecutivos de Ventas
 - Rubro:
 - Vendedores Automóviles
 - Vendedores Corporativos
- Descripción breve y atractiva de la empresa, determinando la conveniencia de identificación por logo.



enlace

ESTUDIO
ROBERTO CAÑAMERO
Consultoría & Capacitación Comercial



kudert 

info@estudiocanamero.com



Es una herramienta psicolaboral internacional digital, cuya metodología evalúa conducta, cognición y emoción, identificando el potencial y focalizando fortalezas, útil para las áreas de: Selección y Desarrollo

KUDERT CARDS es metodología para identificación de las habilidades blandas, trabajo en equipo y liderazgo



Test para detectar el nivel de destreza vendedora, evaluando el conocimiento por tendencia de ventas y los recursos para negociar. Complemento ideal para los procesos selectivos y el entrenamiento.

Centro de
Capacitación

AAP
ASOCIACIÓN AUTOMOTRIZ DEL PERÚ
FUNDADA EN 1926

FIN
Muchas Gracias

ESTUDIO
ROBERTO CAÑAMERO
Consultoría & Capacitación Comercial
estudio@canamero.net

