

SELECCIÓN



DE

VENDEDORES

SLC

Somos un equipo de profesionales altamente capacitados en el ámbito de la selección de personal.

Contamos con años de trayectoria trabajando con empresas de todos los rubros y tamaños, y de diferentes países.

Diseñamos procesos de trabajo que ofrecen resultados con velocidad y asertividad, cuidando el tiempo de nuestros clientes.

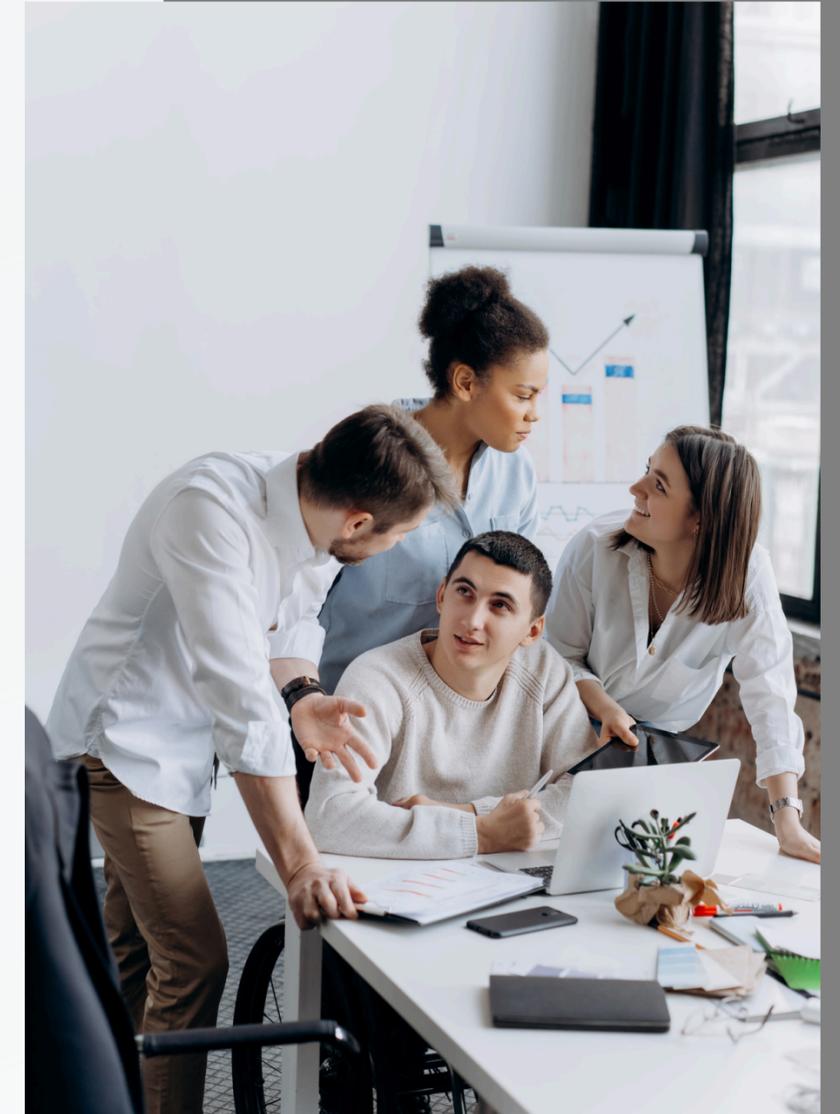


SLC

Estamos comprometidos con el éxito en cada proyecto que decidimos emprender y la calidad es uno de nuestros pilares.

Compartimos este Modelo de Entrevista a Vendedores para todas aquellas organizaciones a las que pueda resultarle de utilidad.

Invitamos a visitar nuestro sitio web y quedamos a disposición para cualquier consulta o asesoría que se requiera.



¿CÓMO ELEGÍS A TUS VENDEDORES?

¿Qué aspectos tenés en cuenta a la hora de seleccionar a los vendedores que necesitás en tu empresa?

Nuestros especialistas en selección de personal están entrenados para detectar a los profesionales que cada empresa necesita y tienen años de experiencia en empresas de diferentes rubros, tamaños, sectores y países.

Te compartimos esta entrevista modelo específicamente pensada para vendedores, para que te sirva de guía e inspiración y puedas conformar tu plantel de ventas tal y como lo necesitas.



ENTREVISTA COMERCIAL SIMPLIFICADA

Inicio: Se plantea la entrevista como una reunión de negocios.

1. ¿Qué estás vendiendo?

2. ¿Desde cuándo vendés lo que vendés?

3. ¿Quién te compra? ¿A quién le vendés?

Ejemplos: B2B Business To Business (negocio a negocio) / B2C Business To Consumer (negocio a consumidor final) / B2D Business To Developer / B2G Business To Government – y sus combinaciones posibles. (ej. B2B2C)

4. ¿Cómo conseguís clientes nuevos?

5. ¿Cómo es tu ciclo de ventas?

6. ¿Cómo es el ciclo de ventas para NN (New Name) Cliente Nuevo? ¿Y para clientes recurrentes?

7. ¿Cuánto tiempo dura cada ciclo de venta?

Deberíamos saber los promedios.

8. Utilizar una pregunta que rompa el esquema. Ejemplos:

1. *En un avión, ¿en qué te ocupas típicamente?*

Una gran persona de ventas es amigable por naturaleza y esta pregunta te ayudará a evaluar qué tan extrovertido es un candidato. A pesar de que un vendedor que disfrute leer durante un vuelo no constituye necesariamente una tarjeta roja, un individuo que dice que normalmente conversa con otros pasajeros muy probablemente se siente comfortable con su habilidad para adaptarse en una conversación.

2. *¿De qué color es tu auto?*

El objetivo es hacer una pregunta que no tenga nada que ver con lo que se viene hablando para ver cómo reacciona, qué hace ante lo imprevisto. Se puede seguir el juego como, por ejemplo, *“qué color feo, ¿no había más lindo?”*

9. **Para clientes nuevos, ¿cuál es tu tasa de conversión de reunión o visita a cierre?**

10. **¿A través de que software seguís tu ciclo de ventas? ¿Qué sistema o CRM utilizas?**

Ejemplo: Pipedrive, Salesforce, Soho, Hubspot, Excel, nada o agenda o cuaderno.

11. **¿Tenés objetivos de venta definidos? O ¿Cuáles son tus objetivos de venta?**

Objetivos de Resultado: Es un número. (pueden ser pesos, U\$D o cantidades)

Objetivos de Gestión: ¿Qué tiene que hacer el vendedor para vender?

12. **¿Cuánto te dura un cliente?**

13. **¿Cuál es tu ticket (venta) promedio?**

14. **¿Cómo clasifican los clientes?**

15. ¿Cómo atienden a los clientes de acuerdo a la clasificación?

16. ¿Qué herramientas utilizás para vender? (deberemos indagar si utiliza expresiones o verificación de valor)

17. ¿Cómo diferenciás tu producto o servicio del de la competencia?

18. ¿Qué reportás a tu jefe? ¿Cómo es el modelo de supervisión?

19. ¿Tenés reuniones de ventas? ¿Qué contenido tienen? ¿Qué ven en esa reunión? ¿Con que frecuencia es? ¿Quiénes participan?

20. Indagar sobre las buenas prácticas para la generación de prospectos. (Si corresponde a la posición)

a. Lead: todo potencial cliente

b. Prospecto: aquel que me puede comprar o es target

21. Indagar sobre el paquete compensatorio del candidato.

Algunas comisiones típicas:

- X Clientes nuevos y/o reactivación

- X Producto / Productos target / Mix de producto

- X Zona: Geográfica o vertical de clientes

- X Descuento: Margen de descuento o descuento aplicado

- X Plazo de Cobranza acordado: Días en calle

CONCLUSIÓN

En SLC sabemos el enorme costo que representa el error en la selección y contratación de un profesional en general y sabemos lo que implica equivocarse en la selección y contratación de vendedores en particular.
Por eso queremos ayudarte a elegir a los mejores.

**OJALÁ QUE ESTE
MODELO TE
RESULTE ÚTIL**