Importancia estratégica del departamento de ventas de la compañía

Hemos tenido diálogos muy productivos entre las áreas de ventas, tanto transaccionales como corporativas de la Compañía durante todo el año. El feedback tanto de ida como de vuelta, respecto no solo a los medios digitales sino al journey del consumidor, enriquece mutuamente nuestras labores, la fecundan de forma bien importante.

Exaltación

Sea esta la hora de hacer un público reconocimiento a la ardua labor del personal de ventas de la empresa y en general, a aquellos que comercializan intangibles y productos tecnológicos en esta coyuntura tan particular de la historia humana.

Todas las crisis enseñan y es de personas proactivas asimilar estas enseñanzas, adaptarse y trascender a la situación en específico. Así son nuestros asesores comerciales y mucho más: corajudos, visionarios, metódicos y perseverantes, esas cualidades que se aprenden y se perfeccionan con la práctica, como el navegante o piloto de barco que se profesionaliza resistiendo los embates del agua y las tormentas, superando los escollos y leyendo las señales atmosféricas.

Gracias a nuestra fuerza comercial por su magnífica labor:

- Maria Lucía Lora Penagos
- Carlos Andres Mancera / Oscar Mauricio Pardo

- Michael Sneider Rojas / Yudy Alexandra Orjuela / Carol Andrea Muñoz
- Tatiana Galvis
- Daniela Alejandra Vera / Cesar Augusto Acosta / Christian Steven Valencia.

Los beneficios del equipo de ventas

No solo en HostDime sino en todas las empresas, son un dinamizador del crecimiento de las compañías, mediante la conversión de leads potenciales en clientes y el aumento de la base de clientes (algo en lo que ayudamos de forma persistente desde el área de marketing).

Para decirlo coloquialmente, el esfuerzo de marketing crea condiciones favorables para que se lleve a cabo la venta. En pocas palabras,el mercadeo lleva al caballo al agua; el equipo de ventas lo hace beber (un dicho que ya no recuerdo dónde lo oí por primera vez pero considero que retrata a cabalidad la esencia del mensaje).

Espero que haya quedado más que claro.

Hay quien dice que el papel único e importante de las ventas es cerrar la brecha entre las necesidades del cliente potencial y los productos / servicios que ofrece la organización que pueden satisfacer sus necesidades. Tiene sus bemoles.

Conversiones de prospectos de ventas

A menudo, los vendedores están lidiando con prospectos ya preparados que tienen un conocimiento existente de la empresa a través de esfuerzos de marketing y publicidad, y el trabajo del vendedor es cerrar el trato al presentar más información y ayudar al cliente a hacer esas conexiones.

Retención de clientes

Es importante realizar una venta, pero también es importante crear relaciones para retener clientes. Atraer nuevos clientes le costará a su empresa 5 veces más que mantener uno existente, según Forbes . En muchos casos, después de un período de tiempo (semanas o meses generalmente), el departamento de atención al cliente tendrá la responsabilidad de mantener a los clientes satisfechos manteniendo la relación.

Conclusión

Un departamento de ventas es el vínculo directo entre el producto o servicio de una empresa y sus clientes. Sin embargo, un departamento de ventas bien capacitado hace más que vender. Su personal de ventas establece relaciones con sus clientes. Además, un vendedor de calidad ayuda a identificar las necesidades únicas de un cliente y se asegura de que se satisfagan esas necesidades.

Dado que los vendedores tienen contacto directo con sus clientes de manera continua, obtienen información personal que ayuda a que las interacciones de ventas sean más fluidas y amigables. Un profesional de ventas altamente capacitado adapta los argumentos de venta al cliente individual y aprende los entresijos de sus necesidades.

Leer también: La humildad para aprender en las empresas, la taza vacía ; Las cuatro Ps del marketing para empresas digitales ; Descripción general del marketing, pensando en nuestros clientes