



Bogotá Business Leadership

EL LIDERAZGO  
DE VENTAS EN LA  
ERA DIGITAL

¿ERES UN  
**LIDER**  
ANALOGICO O DIGITAL?



José María Vich  
CEO Apasiona-T y  
Bogotá Business Leadership



**APASIONA-T**

Convertimos tus negocios en pasión...

<b>1.-</b> Ser jefe de ventas en el siglo XXI.....	Pag 3
<b>2.-</b> Como puede ser un líder más digital.....	Pag. 4
<b>3.-</b> Líder analógico vs líder digital.....	Pag. 5
<b>4.-</b> Alinearse a la tecnología emergente.....	Pag.5
<b>5.-</b> Inculcando nuevo conocimiento en la compañía.....	Pag. 7
<b>6.-</b> Inoculando lo digital en el ADN empresarial.....	Pag 8
<b>7.-</b> Sobre el autor.....	Pag 9
<b>8.-</b> Sobre Apasiona-T.....	Pag 10



# Con un mundo tan cambiante en el entorno de ventas B2B, ser jefe de ventas hoy es mucho más complicado que nunca.

Alguna vez hemos oído eso de “las ventas han cambiado más en los últimos 10 años que en los 100 anteriores”, y nunca ha sido más verdadero.

A lo largo de estos casi cuatro años en Colombia, hemos tenido la oportunidad de charlar con muchos CEO's y personas de referencia en el mundo de los negocios. Creo que todos, o casi todos, sentimos que hay algo pasando que ha revolucionado la forma de hacer las cosas, las cosas no son como eran y nos tenemos que acomodar a una realidad completamente diferente.

Muchos de ellos creen que no tienen las actitudes que se necesitan hoy, ni el liderazgo que se necesita hoy y, ni siquiera la estructura operativa para adaptarse a todos estos cambios, realmente no es demasiado bueno estar así.

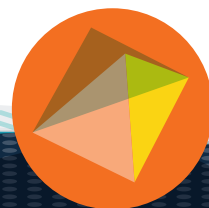
La realidad es que pocos realmente hacen algo al respecto, hay un temor injustificado al cambio cultural, pero no queda otro remedio que llevarlo a cabo. Lo que realmente ha cambiado de verdad, está en el entorno del CLIENTE, ya lo hemos dicho muchas veces.

Nuestros CLIENTES tienen más información de la que han tenido nunca, accesible a golpe de un click, 24 horas al día y 365 días al año.

Buscar un nuevo proveedor, un nuevo producto, nunca ha sido más fácil.

Hay toneladas de blogs, las redes sociales, webs, White papers, E books como este, infografías y demás que hacen que buscar algo sea más fácil que nunca. Según Gartner para el año 2.020 el 85% del proceso de venta se hará sin ninguna interacción con un ser humano.

Es por esto esencialmente que las ventas han cambiado, que tenemos que adaptarnos a un mundo diferente, donde nuestros CLIENTES nos llevan años luz, porque además, son los que están sentados en el asiento del conductor; con más información que nunca, con más datos que nunca y dispuestos a tomar una decisión con datos y hechos en vez de con el corazón.



¿Cómo puede entonces un líder ser más digital, teniendo en cuenta que nuestros CLIENTES nos llevan varios cuerpos de ventaja?.

Lo primero, admitir que estamos en una era digital y admitir que no solo hay que cambiar, sino hacerlo de verdad, y ¡rápido! Según Deloitte, las empresas deberían abrazar lo que ellos llaman “congruencia digital”: cultura, gente, estructuras, y acciones deben estar alineadas entre todos; de forma que los ejecutivos puedan acometer los retos en un entorno digital continuamente cambiante.



Hoy más que nunca hay que ESCUCHAR lo que pide el CLIENTE, cambiar del enfoque a producto a enfoque CLIENTE; convertir como bien dice Ronald C. Stern en su manifiesto de ventas, al CLIENTE en el campeón y hacer que sea nuestro mejor vendedor.

Y esto no significa un espíritu servilista no, esto significa trabajo en equipo, enfoque a soluciones, anticiparnos a lo que necesitan y ser sus mejores guías. Estar continuamente presentes de diversas maneras en su cadena de toma de decisión. Anticiparnos a sus necesidades porque entendemos sus objetivos, compartiendo valor continuamente y siendo RELEVANTES.

Este término, RELEVANTE, me gusta especialmente. Hay mucho ruido hoy en día alrededor del contenido; que si en este formato, que si largo, que si corto, que si un video, que si...pero ¿cuantas piezas de ese contenido son realmente RELEVANTES para nuestros CLIENTES?, ¿cuantas le aportan valor para tomar una decisión?.

Es en este tema, y unos cuantos más, donde realmente debemos entender que vivimos en un mundo diferente, donde “ siempre lo hemos hecho así, y siempre ha funcionado” ya no es suficiente; donde tenemos que ser capaces de ser relevantes para los CLIENTES en aquellos lugares donde quieren encontrarse con nosotros, y adivina que... la mayor parte de esos momentos suceden on line y necesitamos apoyarnos en la tecnología, como un medio, no como un fin.



¿Qué tipo de líderes necesitamos? Veamos algunas claves.

## LIDER ANALÓGICO VS LÍDER DIGITAL

El líder analógico continúa empujando a su fuerza de ventas a llamadas de teléfono y contactos insulsos (y costosos) para cerrar un negocio lo antes posible. Por el contrario, el líder digital entiende que no es un proceso lineal y repetitivo, sino que es un viaje a lo largo de un proceso de compra multidireccional.

No es un error del líder analógico, simplemente son el reflejo de la era y la cultura de la que han



bebido, yo le llamo ventas 1.0 (y ojo que he sido uno de esos líderes varios años). La cultura exige un enfoque a empujar un producto en los mercados, y se construye con mensajes determinados siempre alrededor del producto y sus ventajas o desventajas. Y si lo miramos bien, con el exceso de oferta que hay hoy en día solo acaba en un lugar: una discusión sobre el precio que no le gusta absolutamente a nadie.

Mientras, el líder digital comparte conocimiento continuamente en un mercado donde el centro de todo es EL CLIENTE. Entregar valor y educar a los compradores les lleva a liderar en una era completamente diferente, que va a evolucionar aun más rápido en los próximos diez años.

## ALINEARSE A LA TECNOLOGÍA EMERGENTE

Como líder de ventas, tienes que ser conocedor de la tecnología que viene, pero no solo de la tecnología ya que ella sola no es capaz de empujar la estrategia, la cultura, la gente y los procesos.

Hay mucha tecnología que ojo, es un medio no un fin en sí mismo como dijimos antes. La Inteligencia Artificial ya está cambiando (y cambiará muchas más cosas en el futuro próximo) en lo que se refiere a comportamiento del cliente. Por ejemplo, la AI nos da pautas de comportamiento del CLIENTE, y las estadísticas exactas para que podamos manejar nuestro negocio. Toda la organización tiene que apoyar a ventas para estar en una posición que nos ayude a tomar decisiones basadas en datos y no en el corazón.



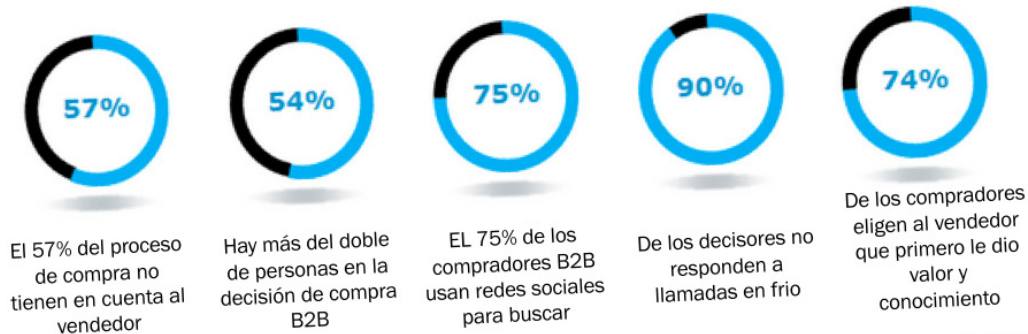
Para un líder 1.0 manejar una fuerza de ventas cada vez más joven es como intentar empujar hacia abajo a un ascensor que sube- Como dijo Jim Dickie, Co-Founder and Independent Research Fellow of CSO Insights, “Si tenemos una fuerza de ventas 3.0 liderada por líderes 1.0, tenemos la receta perfecta para el fracaso”



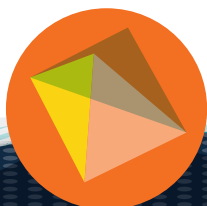
Esto no quiere decir que los baby boomers (en incluso generación X) tengan que salir del mercado, pero si que URGENTEMENTE adquieran nuevas skills y conocimientos que ayuden, con su experiencia, a tener equipos de alto rendimiento.

Lo digital tienen que ser inoculado en el ADN de cualquier organización de ventas, desde el proceso de reclutamiento, ya no es una opción es una necesidad.

## LA EVIDENCIA DEL SOCIAL SELLING ES MUY CLARA



## ESTADÍSTICAS DEL CLIENTE MODERNO



Toda la información contenida en este documento es propietaria y confidencial de Apasiona-T SAS. Nos reservamos los derechos de uso y distribución

# INCULCANDO NUEVO CONOCIMIENTO EN LA COMPAÑÍA

Los millennials serán el grupo más grande en la fuerza laboral en el mundo, como dijo Deloitte el 75% de la fuerza laboral en el año 2.025 serán los millennials (si hoy juntamos la generacion X ya suponemos ese 75%). Esta generación quiere trabajar para empresas que apoyen el pensamiento innovador, para desarrollar sus fortalezas y hacer una contribución positiva a la sociedad.

Las organizaciones tienen que aprender a unir lo mejor de dos mundos: apoyando a las generaciones mayores a abrazar el cambio y compartir su experiencia, con generaciones más jóvenes que son expertos en lo digital y en tecnología.

Este cambio generacional está empujando hacia afuera a las personas que no se amoldan, a los que no quieren abrazar las nuevas culturas.

Pero lo vital es alinear TODA la organización empresarial, desde el CEO (primer vendedor de una compañía no lo olvidemos) hacia abajo, todo el mundo tiene que ser DIGITAL, porque como bien decía Jill Rowley: “Ventas tiene que saber más de marketing, marketing tiene que saber más de ventas y todos tenemos que saber más del CLIENTE”

Un reporte de Deloitte “Aligning the Organization for Its Digital Future”, dice que las compañías digitalmente maduras tienen 5 veces más posibilidades de atraer al mejor talento, dando a los empleados la oportunidad de desarrollar sus actitudes digitales (76% vs 14%)

## VENTAS: LOS 4 PILARES



# INOCULANDO LO DIGITAL EN EL ADN

Lo digital no es una moda, es una necesidad, es cambiar el modelo operativo de las empresas. Aprender las tuerkas adecuadas, se necesitarán nuevas competencias para asegurar que ese “virus” digital entra dentro de las empresas, dentro de su ADN, dentro en fin de su cultura.

No es fácil, de hecho es complicado, pero el que no lo haga ya estará fuera del mercado en menos de 5 años.

Con la cantidad de tecnología emergente que viene hacia ventas, y líder de ventas digital no puede evitar la tentación de ver una nueva herramienta que ayude a su equipo. Hay que mirar a la tecnología con los ojos de complementar a la estrategia para conseguir tener el foco en optimizar la eficiencia. Tener un perfil en redes sociales no es suficiente, la estrategia digital es la base sobre la que van a prosperar las empresas del presente y del futuro.

## Y tu, ¿eres un líder digital o analógico?



### HHRR

Mejora considerable en tiempos de reclutamiento (ej. de 2 meses a dos semanas)

Mayor atracción sobre la marca con endomarketing (ej. recepción de 50 CV's diarios)



### INSTITUCIONAL

- Mayor presencia de los directivos en redes sociales (comunicación up side down, artículo mensual)

- Incremento del reconocimiento de marca (ej por encima del 10% adicional)



### MARKETING

- Mayor alcance de #CLIENTES con menor presupuesto (ej redes de 50 K + personas impacto diario)

- Marketing mas efectivo 1:1 (ej. planes de marketing conjuntos, marketing persona a persona)



### VENTAS

Incremento de Pipeline por encima del 20%+ (ej incremento del 30% en solo 4 meses)

Continuo contacto con tus CLIENTES a diario (redes de 50 k+ personas con contacto diario)

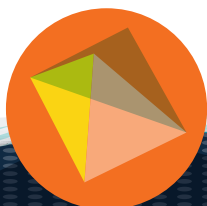
Incremento de ventas por efecto contagio (ej. ventas de 700 MM/COP en un mes después de 6 meses)



### TEAM WORK

- Marketing y ventas juntos en el plan de marketing (entorno colaborativo, mismo enfoque: el CLIENTE)

- Todos sabiendo mucho más del CLIENTE (toda la empresa con un enfoque común)





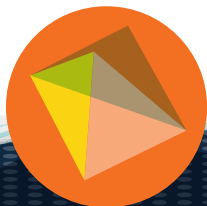
# "Tu red es tu mayor activo"

<https://www.linkedin.com/in/chemavichapasiona-t/>



## PERFIL JOSE MARIA VICH

- Ejecutivo global, coach corporativo en venta social, conferenciante en Latinoamérica autor del libro: "LinkedIn 400 MM, cómo monetizar en el económico graph"
- Ha trabajado en 4 multinacionales (4 de ellas Fortune 500) en más de 10 países y 3 continentes, siempre en posiciones directivas
- Compañías en las que ha trabajado: DHL, American Express, Western Union e Ingenico entre otras
- Especialista en ventas y mercadeo, ha revertido tendencias negativas en tiempo record en el mercado Latinoamericano sobre todo, y en Europa
- Ha trabajado en varios sectores: financiero, servicios, viajes corporativos, medios de pago, aviación ejecutiva entre otros
- 2 veces ganador del American Express President Club, y una del Western Union President Club
- 1 vez ganador del Silver Lion del Festival de Cannes entre otros premios de mercadeo
- Asesor senior para R Earthport International, y Guidepoint Global en Latinoamérica
- Impulsor del cambio: especialista en venta social



Toda la información contenida en este documento es propietaria y confidencial de Apasiona-T SAS. Nos reservamos los derechos de uso y distribución

## SOBRE APASIONA-T:

Apasiona-T nació de la inquietud de Jose M<sup>a</sup> Vich por hacer algo diferente, amante de las ventas y en cruzada continua por elevar la profesión de vendedor a lo más alto.

Transformamos negocios a digital, somos capaces de involucrar a todos los estamentos de la empresa persiguiendo un bien común: el CLIENTE. Entendemos esto como un proceso, a través del cual guiamos a las compañías a conseguir sus objetivos y estar bien posicionadas en un mundo digital

Trabajamos en equipo, somos capaces de asegurarte la viabilidad de tu compañía financieramente hablando, y poner en marcha un plan para, sin dejar de hacer lo que ya haces bien, colocarte en la mejor posición para vencer en el mundo digital

Jose Maria es un ejecutivo global, ha trabajado en 4 multinacionales (DHL, American Express, Western Union e Ingenico) en más de 10 países y tres continentes, siempre en puestos directivos.

Apasionado de la transformación digital, trabaja con el ejemplo en Apasiona-T donde ya hemos ayudado a más de 45 empresas en los últimos tres años en esta transición hacia lo digital, tenemos clientes en Colombia, Ecuador, Mexico, Chile, Peru, España y USA

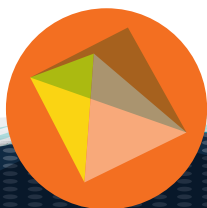
*Más que clientes, lo que tenemos es amigos.*

Si quieres saber más sobre nosotros puedes hacer click sobre los siguientes enlaces:

<https://www.linkedin.com/in/chemavichapasiona-t/>

<https://www.linkedin.com/company/9293718/>

<https://www.apasiona-t.co/>



Toda la información contenida en este documento es propietaria y confidencial de Apasiona-T SAS. Nos reservamos los derechos de uso y distribución