



¿Tienes un vehículo del grupo Volkswagen?

Inicio ▶ Secciones ▶ Miscelánea ▶ Miscelánea ▶ El 63% de los empleados no comerciales piensan que las ventas de su empresa no son asunto suyo

El 63% de los empleados no comerciales piensan que las ventas de su empresa no son asunto suyo

JUEVES, 30 DE JUNIO DE 2016 03:25 |

Usar puntuación: ○○○○○ / 0

Malo ○ ○ ○ ○ ● Bueno

Recursos Humanos RRHH Press. El 63% de los empleados que no son comerciales consideran que la venta no es asunto suyo, sino responsabilidad del equipo comercial.

Así lo ha asegurado **Eric Kircher**, CEO de Lead Your Market, consultora experta en la mejora de la eficacia comercial, durante la conferencia 'Todos Vendedores en su empresa ¿Mito o Realidad?', celebrada días atrás en Madrid.

Además, Kircher afirma que más del 50% de los vendedores no asumen su papel de comerciales debido a la cantidad de tareas que les exigen sus mandos, y que existe una clara correlación entre la



09:42:27 -Jueves, 30 de junio de 2016

Publicidad

BARÓMETRO

Retribución Flexible

Sodexo



Descárgatelo

sodexo
SERVICIOS DE CALIDAD DE VIDA

Publicidad

EXECUTIVE PROGRAM EN DIRECCION DE RECURSOS HUMANOS



cultura comercial de una empresa y sus resultados empresariales. “La consecución o no de los objetivos comerciales está ligada al nivel de cultura comercial de las plantillas”, ha apuntado Kircher, destacando la importancia de conocer el tipo de cultura comercial de una organización.

Durante su conferencia, Eric Kircher ha presentado el IMCV, la “única herramienta capaz de medir el Índice de Madurez de la Cultura Comercial de una empresa”, un indicador que clasifica a las empresas en cuatro tipos: las **antiventas**, las que están en modo '**oportunidades limitadas**', las que se encuentran en modo '**desarrollo de oportunidades de negocio**' y las que están “**todos enfocados a la Venta**”.

El Índice de la Madurez de la Cultura Comercial “*permite obtener una visión general de la orientación del conjunto de la organización hacia la venta, e identificar aquellas palancas y colectivos sobre los que la actuación redundará en una mejora de resultados*”, ha explicado Kircher.

El experto ha diferenciado entre la orientación al cliente y la cultura Venta: “*si la orientación al cliente es un paso importante para la empresa, no se debe confundir con la orientación Venta*”. Las empresas deben empezar a luchar para lograr que todos sus empleados se preocupen por las ventas, y eso “*en todos los niveles de la plantilla, empezando por el propio Director General, que ha de defenderlo e implantarlo. El éxito de mañana viene de la capacidad que tienen todos los empleados de entender que todos tienen que movilizarse hacia la venta*”.

Kircher ha enfatizado que el gran reto que tienen las empresas por delante es conseguir que los mandos intermedios valoren realmente la importancia de una cultura comercial.

RRHHpress.com



OCT '16 > PRESENCIAL

HAZ CLIC AQUÍ Y AMPLÍA TODA LA INFORMACIÓN

U   **IL3** Instituto de Formación Continua

Publicidad

UOC Universitat Oberta de Catalunya | 20 años

Máster de Ocupación y mercado del trabajo

Publicidad

Me gusta 7

Share 9

2

Compartir

Enviar email Compartir Agregalo como Favorito

Comentarios (0)

RSS Comentarios

Escribir comentario

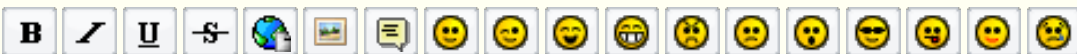
Nombre

Email

Sitio Web

Título

Comentario



corto | largo

Suscripcion por correo electronico (solo usuarios registrados)

He leído y estoy de acuerdo con la [Terminos de uso](#).

SMART OFFICE CENTRE

KYOCERA Document Solutions

RENEVA TU MULTIFUNCIONAL JURÁSICO,
ENTRA EN LA ERA DE
LA OFICINA INTELIGENTE

MULTIFUNCIONALES
INTELIGENTES
desde sólo
29€/mes

Publicidad

LO MÁS LEÍDO

ÚLTIMAS NOTICIAS

El nuevo perfil del profesional de ventas en la actual revolución digital

Consecuencias en materia de Recursos Humanos

security image ...

Ochzh

Escribe los caracteres de la imagen

Nuevo Comentario

Consejos en materia de Recursos Humanos de la salida de Reino Unido de la Unión Europea

Cinco motivos para externalizar los programas de formación de las empresas, según Xerox

Un tercio de las empresas españolas no son capaces de atraer talento

BBVA lanza una herramienta web de tecnología big data para ayudar a las pymes de comercio

Los parados españoles tardan 15 meses, de media, en encontrar trabajo, 3 meses más que al inicio de la crisis

Recibe nuestras noticias en tu e-mail

Añade noreply@rrhhpress.com a tu libreta de direcciones para evitar que nuestro newsletter sea considerado spam por tu servidor.

Correo

Suscribirse

Encuesta

¿Han perdido prestigio los directores de Recursos Humanos durante la crisis?

Sí



Buscar en RRHHpress

buscar...

Buscar

Buscar en Google



Buscar



No

Votar

RRHHpress.com utiliza cookies para mejorar la experiencia de los usuarios, facilitando así la navegación por la web. La legislación europea nos obliga a pedir su consentimiento para usarlas. Por favor, acepte el uso de cookies y permita que la web cargue como cualquier otra web de Internet. Al usar nuestra página web, acepta nuestra [política de privacidad](#).

Aceptar Cookies