

# TIP EMPRESA

LA REVISTA ESPECIALIZADA EN EL EMPRENDEDOR DEL SIGLO XXI  
Nº 21 Mayo 2023

## HERRAMIENTAS EMPRESARIALES

OPERACIONES  
COMUNICACIÓN  
COMERCIAL  
FINANZAS  
GDH

## LÍDERES TITANES

CÓMO ALCANZAR  
LA EXCELENCIA

## MARKETING DIGITAL

COMO MEDIR EL  
ÉXITO DE TU CAMPAÑA

## MARKETING DE REFERENCIA

LA POTENCIA DE UNA  
ESTRATEGIA CON LOS CLIENTES

## LOVEMARK

DE EMPLEADOS A  
EMBAJADORES DE MARCA

## INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA SUMAR VENTAS

POTENCIA TU  
ESTRATEGIA COMERCIAL





# EDITORIAL

En el mundo de los emprendimientos y los negocios, la palabra de los clientes es extremadamente valiosa. Los clientes satisfechos pueden convertirse en poderosos referenciadores y promotores de un emprendimiento, lo que puede tener un impacto significativo en su éxito y crecimiento a largo plazo.

Los clientes que se encuentran satisfechos con un producto o servicio tienen más probabilidades de recomendarlo a otras personas. Cuando un cliente comparte su experiencia positiva con amigos, familiares o colegas, se convierte en un referenciador de confianza. Estas recomendaciones personales tienen un gran peso, ya que las personas tienden a confiar en la opinión de alguien cercano antes de hacer una compra o utilizar un servicio.

A medida que los clientes satisfechos recomiendan un emprendimiento a otros, se crea un efecto dominó que puede resultar en un aumento significativo de la base de clientes. Esto es especialmente importante para los emprendimientos que tienen recursos limitados para invertir en estrategias de marketing costosas. Los referenciadores actúan como embajadores de la marca, promoviendo activamente el emprendimiento y atrayendo a nuevos clientes de manera orgánica y efectiva.

Son importantes además, porque ayudan a construir la reputación y la credibilidad de un emprendimiento. Cuando un cliente habla positivamente sobre un producto o servicio, otros tienden a percibirlo como más confiable y de calidad. La reputación positiva generada a través de referenciadores puede marcar la diferencia en un mercado saturado, donde los clientes tienen muchas opciones para elegir. La confianza y la credibilidad son factores clave en la toma de decisiones de compra, y los referenciadores pueden proporcionar esa validación necesaria para atraer a nuevos clientes.

Para aprovechar al máximo el potencial de los referenciadores, los emprendimientos deben enfocarse en brindar un servicio excepcional y productos de alta calidad. Esto implica comprender las necesidades y expectativas de los clientes, estar atentos a sus comentarios y sugerencias, y hacer los ajustes necesarios para mejorar constantemente. Además, es importante establecer una comunicación efectiva con los clientes, brindarles un trato personalizado y solucionar cualquier problema o inconveniente de manera rápida y satisfactoria.

¿Ya identificaste a los posibles clientes que pueden convertirse en referenciadores de tu empresa? ¿Qué esperas? Tienes un mercado que aún no te conoce y por las recomendaciones de tus clientes puedes hacerlo crecer de manera muy rápida y de forma sostenible.



# CONTENIDOS

<b>MARKETING DE REFERENCIA</b>	<b>06</b>
El marketing de referencia es muy potente porque no es la empresa quien dice “somos buenos” sino los propios usuarios..	
<b>¡¡¡GRACIAS A MI TU COMES!!!</b>	<b>10</b>
La revista Harvard Bussiness Review, afirma que el 80% de las ventas de una empresa es de clientes existentes y pierden de un 15% a un 35%.	
<b>FELICIDAD EN EL TRABAJO</b>	<b>12</b>
Pasamos gran parte de nuestras vidas en el trabajo, por lo que es importante encontrar la felicidad y la satisfacción en nuestro centro de labores	
<b>EMPRENDIMIENTO Y REDES</b>	<b>14</b>
Las redes sociales son parte de nuestra vida y es de vital importancia adaptarse a ellas para evolucionar en la era digital.	
<b>LIDERES TITANES</b>	<b>16</b>
Cómo aplicar las enseñanzas de “Tools for Titans” para alcanzar la excelencia en el liderazgoL	
<b>COMO SER UN LOVEMARK</b>	<b>20</b>
¿Te has dado cuenta del poder que le pueden dar tus empleados a tu marca? Aprende como usarlo en tu estrategia empresarial	
<b>IA PARA SUMAR VENTAS</b>	<b>22</b>
Desde chatbots hasta sistemas de recomendación, la IA puede ayudar a las empresas a aumentar las ventas y mejorar la comunicación con los clientes..	
<b>¿QUÉ SIGNIFICA EMPRESA?</b>	<b>24</b>
La palabra empresa es muy influyente y atractivo. Pero, sobre todo, invita al deseo, no necesariamente dinerario	
<b>MARKETING DIGITAL</b>	<b>28</b>
¿Qué quieres lograr con tu campaña? ¿Quieres aumentar el tráfico de tu sitio web? ¿Quieres generar más ventas?	
<b>COMO MOTIVAR A LA FUERZA DE VENTAS</b>	<b>30</b>
La Mejor forma de mantener al equipo en crecimiento es mantener una capacitación constante y tener metas diarias en su evolución.	

**Ediciones Anteriores**



# MARKETING DE REFERENCIA

## APROVECHANDO EL POTENCIAL DE NEGOCIOS EXITOSOS

Raúl Salgado

Consultor empresarial creador del Modelo “3E” de gestión del emprendimiento.



En el competitivo mundo empresarial de hoy en día, los pequeños emprendedores necesitan utilizar estrategias de marketing efectivas y rentables para promover sus productos o servicios. Una de las estrategias más poderosas y poco utilizada como parte central de la gestión empresarial es el marketing de referencia.

Esta estrategia se basa en la recomendación personal de los clientes satisfechos con el fin de atraer nuevos clientes. En este artículo, exploraremos cómo el marketing de referencia puede beneficiar a los pequeños emprendedores, maximizando su eficiencia y logrando un crecimiento sostenible.

El marketing de referencia es una estrategia en la que los clientes satisfechos recomiendan activamente los productos o servicios de una empresa a sus amigos, familiares y conocidos. Estas recomendaciones personales tienen un impacto significativo en las decisiones de compra de los consumidores potenciales, ya que se basan en la confianza y la credibilidad. Esta estrategia es tan poderosa que se conoce como el efecto bola de nieve porque inicia con unos cuantos referenciadores quienes llegan a una masa cercana que en base a la recomendación de ellos y la confianza que tienen deciden probar el producto o servicio que recomienda. Es muy potente porque no es la empresa quien dice “somos buenos” sino los propios usuarios. El nivel de eficiencia de esta campaña puede llegar a índices muy altos si es bien trabajada.

Dentro de los beneficios del marketing de referencia podemos mencionar:

a) **Credibilidad y confianza:** Las recomendaciones personales de los clientes son percibidas como más confiables que cualquier otro tipo de publicidad. Los consumidores confían en las opiniones de sus amigos y familiares, lo que aumenta la probabilidad de que consideren y compren los productos o servicios recomendados.

b) **Costo efectivo:** El marketing de referencia es una estrategia de bajo costo en comparación con otras formas de publicidad. Los pequeños emprendedores a menudo tienen presupuestos limitados, por lo que el boca a boca puede ser una forma rentable de generar nuevas ventas sin gastar grandes sumas de dinero en

anuncios o promociones.

c) **Alcance orgánico:** Las recomendaciones se propagan de manera orgánica y pueden llegar a un público más amplio de lo que los esfuerzos de marketing tradicionales podrían lograr. Cuando los clientes satisfechos recomiendan un negocio, están compartiendo su experiencia positiva con personas que pueden estar interesadas en los mismos productos o servicios.

d) **Fidelización de clientes:** El marketing de referencia no solo ayuda a atraer nuevos clientes, sino que también ayuda a fidelizar a los existentes. Los clientes que recomiendan activamente una empresa se convierten en defensores de la marca y es más probable que sigan siendo leales a largo plazo.

### El marketing de referencia es muy potente porque no es la empresa quien dice “somos buenos” sino los propios usuarios.

La pregunta que nace ahora se centra en conocer cómo preparar una campaña de marketing de referencia. Debemos entender que esta estrategia forma parte del trabajo comercial que realiza la empresa. Para hacerlo podemos seguir los siguientes pasos:

a) **Establece tus objetivos:** Define claramente lo que deseas lograr con tu campaña de marketing de referencia. Puede ser aumentar el número de referidos, impulsar las ventas, fortalecer la lealtad de los clientes existentes, o cualquier otro objetivo específico que deseas alcanzar.

b) **Proporcionar un excelente producto o servicio:** La base del marketing de referencia exitoso es brindar a los clientes una experiencia excepcional. Cuando los clientes están satisfechos con lo que han recibido, naturalmente estarán dispuestos a recomendarlo a otros.

c) **Identifica a tus clientes más satisfechos:** Identifica a aquellos clientes que están altamente satisfechos con tu producto o servicio. Estos serán tus principales embajadores de marca y es más probable que estén

dispuestos a recomendar tu negocio a otros.

d) Crea programas de incentivos: Ofrecer recompensas a los clientes que recomiendan nuevos negocios puede ser una estrategia efectiva para estimular el marketing de referencia. Estas recompensas pueden ser descuentos, productos gratuitos o incluso programas de afiliados.

e) Crear contenido compartible: Las redes sociales y los blogs brindan una excelente plataforma para el marketing de referencia. Los emprendedores pueden crear contenido interesante y compartible que motive a los clientes a compartirlo con su red de contactos. Esto puede incluir publicaciones en redes sociales, videos virales, infografías informativas o blogs con contenido útil y relevante.

f) Programas de referidos: Implementar programas estructurados de referidos puede ser altamente efectivo. Estos programas permiten a los clientes recomendar activamente el negocio a sus amigos y familiares, y recibir recompensas o beneficios adicionales cuando se genera una venta a través de su referencia.

g) Cultivar relaciones con los clientes: Mantener una comunicación constante y efectiva con los clientes existentes puede fomentar la recomendación de boca en boca. Esto se puede lograr a través de boletines informativos, programas de fidelización, eventos exclusivos para clientes y brindando un excelente servicio al cliente en todo momento.

h) Realiza un seguimiento y mide los resultados: Implementa sistemas para realizar un seguimiento de las referencias y los resultados obtenidos a través de tu campaña de marketing de referencia. Utiliza herramientas analíticas y métricas relevantes para medir el éxito de la campaña, como el número de referidos generados, las ventas adicionales realizadas y el retorno de inversión obtenido.

i) Agradece a tus clientes: No olvides mostrar tu gratitud hacia los clientes que participan en tu programa de referidos. Agradece su apoyo y recompensa su lealtad de alguna manera especial. Esto fortalecerá aún más la relación con

En la era digital, existen varias herramientas tecnológicas que pueden potenciar y optimizar el marketing de referencia para los pequeños emprendedores. Estas herramientas incluyen:

a) Programas de seguimiento de referidos: El uso de software especializado permite realizar un seguimiento de las referencias de clientes y recompensar adecuadamente a aquellos que han recomendado con éxito el negocio.

b) Programas de marketing por correo electrónico: El correo electrónico sigue siendo una herramienta poderosa para el marketing. Los emprendedores pueden utilizarlo para enviar mensajes personalizados a los clientes existentes, invitándolos a participar en programas de referidos o compartir contenido relevante con sus contactos.

c) Análisis de datos: Las herramientas de análisis permiten a los emprendedores rastrear y medir el éxito de sus esfuerzos de marketing de referencia. Pueden obtener información valiosa sobre el rendimiento de las campañas, el comportamiento de los clientes y las tasas de conversión, lo que les permite ajustar y mejorar sus estrategias.

Ahora veamos algunos ejemplos de empresas peruanas que han tenido éxito al utilizar el marketing de referencia como parte de su estrategia de crecimiento: Natura: La marca de cosméticos y productos de belleza Natura ha logrado consolidarse en Perú gracias a su enfoque en el marketing de referencia. Natura no solo ofrece productos de alta calidad, sino que también ha establecido programas de referidos que recompensan a los clientes por recomendar la marca a otros. Esta estrategia ha generado una red de embajadores de la marca, lo que ha contribuido a su crecimiento y reconocimiento en el mercado peruano.

Culqi: Culqi es una startup peruana que ofrece soluciones de pago en línea. Han utilizado el marketing de referencia como una estrategia clave para expandir su base de clientes en el competitivo sector de servicios financieros. A través de programas de referidos, Culqi incentiva a sus clientes existentes a invitar a otros emprendedores y negocios a utilizar su plataforma de pago. Esta estrategia ha permitido que Culqi aumente su visibilidad y se posicione como una opción confiable y segura para procesar transacciones en línea.

Belmond Hotel Monasterio: Este lujoso hotel ubicado en Cusco ha utilizado el marketing de referencia como una herramienta efectiva para atraer a más huéspedes. A través de un programa de referidos exclusivo para sus clientes, el hotel ofrece beneficios adicionales a aquellos que recomiendan el hotel a sus contactos. Esto ha generado una amplia red de recomendaciones, aumentando así la ocupación del hotel y reforzando su reputación como un destino de hospedaje excepcional.

Estos casos de éxito demuestran cómo el marketing de referencia ha sido utilizado por empresas peruanas de diferentes sectores para impulsar su crecimiento y aumentar su base de clientes.





# ¡¡¡GRACIAS A MI TU COMES!!!

## GESTIONANDO AL CLIENTE

Jeanette Carrasco

Florista Dettagli Ica Perú



Frases como ésta las he escuchado en diferentes establecimientos a lo largo de los años y si bien es cierto, la entonación que le dan al decir las dista mucho de las formas como manifestar nuestra insatisfacción, el mal servicio y la mala atención al cliente es un mal del que adolecen muchos establecimientos en nuestro país, entendiéndose por servicio al cliente al conjunto de acciones que tienen como objetivo generar una buena experiencia durante la interacción con ellos.

La revista Harvard Business Review, afirma que el 80% de la facturación de una empresa es de clientes existentes y explica que las empresas pierden de un 15% a un 35% de clientes al año, siendo una de las principales causas, la insatisfacción del cliente en cuanto al servicio, y es que los negocios todavía no toman conciencia que es más sencillo y barato mantener clientes satisfechos que capturar constantemente nuevos clientes. Como cliente he vivido muchas experiencias insatisfactorias, pero quizás la que más llamó mi atención fue la de una empresa de telefonía que tenía contratada para ofrecerme el servicio de Cable, el router que va conectado a la TV se dañó y llamé por más de 20 días a la empresa de telefonía, prácticamente suplicándoles que vengan a arreglarlo (no olviden imaginar también el tiempo que tardaba en lograr que la operadora me derive al área indicada) al mes de no tener respuesta decidí cambiar de operador, por lo que procedí a la cancelación del servicio, no fue hasta ese momento en que reaccionaron y ahora eran ellos que me llamaban a suplicarme que vuelva y hasta me ofrecían darme gratis los próximos 2 meses de servicio para poder contratar nuevamente con ellos, obviamente les di un rotundo NO, pero yo me pregunto. ¿No es agotador andar justificando un mal servicio o resolviendo problemas constantemente? ¿No sería más sencillo mantener clientes satisfechos?

Es urgente y necesario hacer grandes cambios, no olvidemos que las empresas hoy en día se enfrentan a grandes retos como la alta competencia, consumidores más exigentes, milenials que todo viralizan, sin dejar de mencionar la crisis post pandemia y crisis política en el Perú, haciendo necesario encontrar elementos diferenciadores que les permitan mantener satisfechos a sus clientes.

Y Como dice la Canción Como lo hago? Cual es el

negocio?

En mi experiencia cada empresa debe considerar su giro de negocio y encontrar su propia propuesta, pero ya existen múltiples herramientas en las que te puedes apoyar para mejorar el servicio al Cliente, siendo una de ellas el Customer Relationship Management” (Gestión de Relación con los Clientes), el CRM como se le conoce, es una herramienta que te permite gestionar de una manera muy eficiente como te relacionas con los clientes y puedas estrechar relaciones duraderas con ellos, para lograrlo se hace necesario contar con medios o elementos tecnológicos que te permitan almacenar información valiosa sobre el comportamiento de tus clientes, la misma que podrás analizar para posteriormente diseñar estrategias personalizadas para fidelizarlo.

Tomaremos como ejemplo un Supermercado, por el volumen de clientes que ellos manejan es muy complejo gestionar la relación con los clientes, pero ellos estratégicamente ofrecen a sus clientes la famosa tarjeta Bonus, esa pequeña tarjeta que le permite acumular puntos cada vez que haces una compra para después canjearlos por productos, es un mecanismo de almacenamiento de datos ya que cada vez que la cajera la pasa por la lectora esta almacenando información de la compra de su cliente que resultan muy relevantes para el supermercado ya que con esa información puede determinar el comportamiento de ese consumidor en cuanto a gustos y preferencias de ciertos productos y ciertas marcas, días de compras, monto de compra entre otros, para a partir de ahí diseñar estrategias personalizadas, es más permite mejorar incluso la atención al cliente porque el cajero al poseer información personal del cliente que tiene en frente podría incluso pasar de un buenos días señora a un buenos días Sra. Carrasco, pasaría de una limitada comunicación a un Feliz cumpleaños si fuera el día de su onomástico y proporcionarle un vale de descuento por sus compras ese día, esto acompañado de un buen producto podría llevar a la fidelización de cliente y por que no hasta un embajador de tu marca. Ahora que ya lo saben has que tu negocio destaque entre los demás, marca la diferencia, genera experiencias satisfactorias ofreciendo un buen servicio al cliente y disfruta del resultado.



# FELICIDAD EN EL TRABAJO

## ALINEANDO EL TRABAJO A TUS NECESIDADES

Doris Cayo

Coach Ontológico. Cofounder Alquimia Consultores



Pasamos gran parte de nuestras vidas en el trabajo, por lo que es importante encontrar la felicidad y la satisfacción en nuestro centro de labores. Líneas seguidas presentamos algunas claves que pueden ayudarle a ser feliz en su trabajo

1. Encuentra un trabajo que se ajuste a tus habilidades y tus pasiones: Asegúrate de que tu trabajo esté alineado con tus habilidades y pasiones. Si haces lo que te gusta, estarás motivado y satisfecho en tu trabajo.

2. Crea un ambiente de trabajo positivo: Asegúrate de crear un ambiente de trabajo positivo, creando y fomentando excelentes relaciones con tus jefes y pares. Fomenta una cultura de colaboración y apoyo. Mantén una actitud positiva y trata a los demás con respecto y amabilidad.

3. Establece metas y objetivos: Establece metas y objetivos claros para ti mismo en el trabajo. Asegúrate que sean alcanzables y que te permitan medir tu progreso. Esto te ayudará a mantenerte motivado y comprometido en tu trabajo.

4. Aprende nuevas habilidades: Busca oportunidades para aprender nuevas habilidades y desarrollarte profesionalmente. Esto te permitirá crecer en tu carrera y aumentar tu confianza en el trabajo.

5. Encuentra un equilibrio entre el trabajo y la vida personal: Este aspecto es muy importante. Dedicar tiempo a tus seres queridos y actividades que te gusten fuera del trabajo. Esto te ayudará a mantener un equilibrio emocional y prevenir el agotamiento.

**Asegúrate de crear un ambiente de trabajo positivo, creando y fomentando excelentes relaciones con tus jefes y pares**

6. Acepta los cambios y las situaciones difíciles: Acepta que los cambios y las situaciones difíciles son inevitables en el trabajo. Trata de verlos como oportunidades para aprender y crecer en lugar de obstáculos.

Celebra tus logros: Celebra tus logros ya sean grandes o pequeños. Reconoce tus éxitos y date crédito por ellos.

Recuerda que la felicidad en el trabajo no siempre se trata de tener un trabajo perfecto, sino de encontrar la satisfacción y la felicidad en tu trabajo actual y hacer que tu vida laboral sea más satisfactoria

Alquimia Consultores  
Te acompañamos en tu gestión



# EMPRENDIMIENTO Y REDES

## TU EMPRENDIMIENTO EXITOSO CON LAS REDES SOCIALES

Oscar Chuquillín

Gerente de Campus Zegel Ipaie



Las redes sociales son parte de nuestra vida y es de vital importancia adaptarse a ellas para evolucionar en la era digital, tú también pasas buena parte de tu tiempo en ellas, ¿verdad? Las diferentes plataformas digitales se han convertido en un medio de comunicación e interacción para impulsar emprendimientos. Según Datum, el 68% de los emprendedores anuncian y confían en las redes sociales para impulsar sus negocios. A medida que las personas cambian la forma en que interactúan, consumen y se entretienen todos los días, también cambia el papel de las redes sociales en los negocios generando visibilidad de marca con resultados increíbles.

En el presente artículo les compartiré información de diferentes tipos de redes sociales y algunos tips para posicionar e impulsar tu emprendimiento, considerando que cada red social llega a diferente público objetivo.

### TIPOS DE REDES SOCIALES

En el amplio mundo de las redes sociales más utilizadas se clasifican en dos categorías: redes sociales horizontales y verticales

Redes sociales horizontales: son las redes comunes, donde cualquier usuario puede entrar y participar de ellas, donde hay usuarios variados de todo tipo, con intereses diversos y que tratan temas generales conocidas como redes de relaciones, cuyo objetivo es unir personas.

Facebook: la más destacada en su categoría con más de 1500 millones de usuarios, convirtiéndolo en la plataforma más atractiva para promocionar productos o servicios, ya que cuenta con un espacio especial para emprendedores, donde pueden interactuar con sus clientes y generar tráfico de experiencias.

Twitter: se destaca por su inmediatez y viralidad, lo que la hace especialmente interesante para crear reconocimiento de marca, creando los contenidos de hashtags, volviendo tendencia en cuestión de minutos.

Instagram: considerada más visual y dinámica y una de las más utilizadas, se debe subir contenido visualmente muy atractivo que llame la atención del público objetivo. Es ideal para hacer branding y acercarse al usuario. Con su sistema Instagram for Business, que incluye perfiles de negocio, métricas y la posibilidad de crear anuncios directamente dentro

de la aplicación.

TikTok: la red social del momento. Se trata de una aplicación para crear y compartir vídeos cortos, promocionando productos o servicios, lo que la hace tan atractiva en comparación con el resto, ya que cuenta con diversos efectos de sonido, y juegos de tendencias que hace que sea replicado en cuestión de minutos por diferentes usuarios.

YouTube: conocida como red de entretenimiento que busca consumir contenido más que relacionarse, la más destacada plataforma de vídeos muy útil para tratar temas de mayor profundidad.

Redes sociales verticales: este tipo de redes se caracteriza por ser especializadas cuyo objetivo concreto es agrupar a los usuarios en base a una temática o un concepto definido de búsqueda o intereses comunes.

Linkedin: permite establecer relaciones profesionales con otros usuarios, sin duda la mejor para hacer Networking. Esto la hace muy útil para reclutar profesionales o hacer contactos interesantes.

TripAdvisor: red social de nicho por ser visitada por sectores determinados, ideal para emprendimientos que están relacionados al turismo y gastronomía.

### TIPS PARA POSICIONAR TU NEGOCIO EN REDES SOCIALES.

Sabemos que una marca muy bien posicionada en redes sociales genera credibilidad y confianza para adquirir productos o servicios, por ello recomiendo cinco tips que te ayudarán a mejorar tu posicionamiento.

1. Define una temática: tu contenido es la clave para tu éxito en redes sociales.
2. Publica contenido de valor en canales sociales: Crea una estrategia de contenido para cada segmento.
3. Analiza a tu competencia en redes sociales: investiga que están haciendo tus competidores directos e indirectos diariamente.
4. Segmenta a tu audiencia: define ¿Quién es tu consumidor? ¿Cuál es el perfil de tu consumidor al que te diriges? ¿Cuáles son sus necesidades?
5. Trabaja en tu marca: desarrolla la imagen que quieres proyectar a tu comunidad.

En definitiva, estar presentes de forma activa a nivel digital en redes sociales y tu página web es imprescindible, ya que te permite aumentar visibilidad, y alcanzar el mayor número de personas,

donde se pueda expresar la visión y la comunicación bidireccional entre cliente-empresa, con tan solo un clic de minuto. A continuación, te cuento la historia de Pompeii, empresa que únicamente vende a través de su página web. Empezó con una inversión de 18.000€ con lo que pudieron fabricar 349 zapatillas y estas se vendieron en tan solo dos días. Este éxito se debió a que llevaron una insaciable estrategia en las redes sociales. El 95% de su facturación proviene de las redes sociales, especialmente Instagram. El año pasado, facturaron más de 2,5 millones de euros alcanzando más de 55.000 zapatillas vendidas



# LIDERES TITANES

## ENSEÑANZA PARA LA EXCELENCIA EN LIDERAZGO

Alejandro Castro Mendivil

Educador y coach ejecutivo



Cómo aplicar las enseñanzas de “Tools for Titans” para alcanzar la excelencia en el liderazgo

El liderazgo efectivo es un arte en constante evolución. Los líderes exitosos están dispuestos a aprender de las experiencias y perspectivas de otros para mejorar continuamente. En este sentido, “Tools for Titans” de Tim Ferris se ha convertido en un recurso invaluable para los líderes de todas las áreas, al proporcionar una amplia gama de estrategias y herramientas probadas por los titanes en sus respectivos campos. En este artículo, discutiremos cómo convertirnos en líderes excepcionales y alcanzar el éxito duradero aplicando las enseñanzas de “Tools for Titans”

1.Desarrollar una mentalidad de crecimiento:

Uno de los rasgos distintivos de los líderes exitosos es su mentalidad de crecimiento. En Tools for Titans se enfatiza la importancia de adoptar una mentalidad adaptable y abierta para enfrentar desafíos y superar obstáculos. Los líderes deben estar dispuestos a aceptar sus errores como oportunidades para crecer y mejorar. Los líderes pueden desarrollar resiliencia y adaptabilidad en el entorno empresarial en constante cambio desarrollando una mentalidad de crecimiento.

2.Aplicar la regla del 80/20:

La regla del 80/20, también conocida como el principio de Pareto, es una estrategia clave mencionada en “Tools for Titans”. Según esta regla, el 80% de los resultados provienen del 20% de las acciones. Los líderes pueden aplicar esta regla para identificar las actividades más productivas y enfocarse en ellas para obtener los mejores resultados. Al identificar y priorizar las tareas que generan el mayor impacto, los líderes pueden optimizar su tiempo y esfuerzo, maximizando así su efectividad y productividad.

3.Practicar el enfoque y la concentración:

En un mundo lleno de distracciones constantes, la capacidad de mantener el enfoque y la concentración es un rasgo crucial para los líderes. En “Tools for Titans”, se presentan técnicas como la meditación y la desconexión digital como herramientas efectivas para mejorar la concentración y la toma de decisiones. Los líderes pueden beneficiarse al reservar tiempo para la reflexión tranquila, eliminando las distracciones y cultivando la capacidad de enfocarse en las tareas y objetivos importantes.

4.Cultivar la resiliencia y superar el miedo:

El miedo y la incertidumbre son emociones comunes en el liderazgo, pero los líderes exitosos no permiten que estas emociones los paralicen. En “Tools for Titans”, se presentan diversas técnicas para cultivar la resiliencia y superar el miedo, como la visualización, la exposición gradual al miedo y la adopción de una mentalidad de aceptación. Los líderes pueden aplicar estas técnicas para desarrollar la resiliencia emocional y la valentía necesarias para enfrentar los desafíos con confianza y liderar a sus equipos hacia el éxito.

5.Establecer metas claras y alcanzables:

La fijación de metas es esencial para el crecimiento y el éxito personal y profesional. En “Tools for Titans”, se destaca la importancia de establecer metas claras y alcanzables. Los líderes deben definir objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo determinado (SMART, por sus siglas en inglés) para mantenerse enfocados y motivados. Al establecer metas claras, los líderes pueden trazar un camino hacia el éxito y alinear a su equipo en la dirección correcta. Además, es fundamental desglosar las metas en tareas más pequeñas y manejables, lo que facilita su seguimiento y proporciona un sentido de logro incremental.

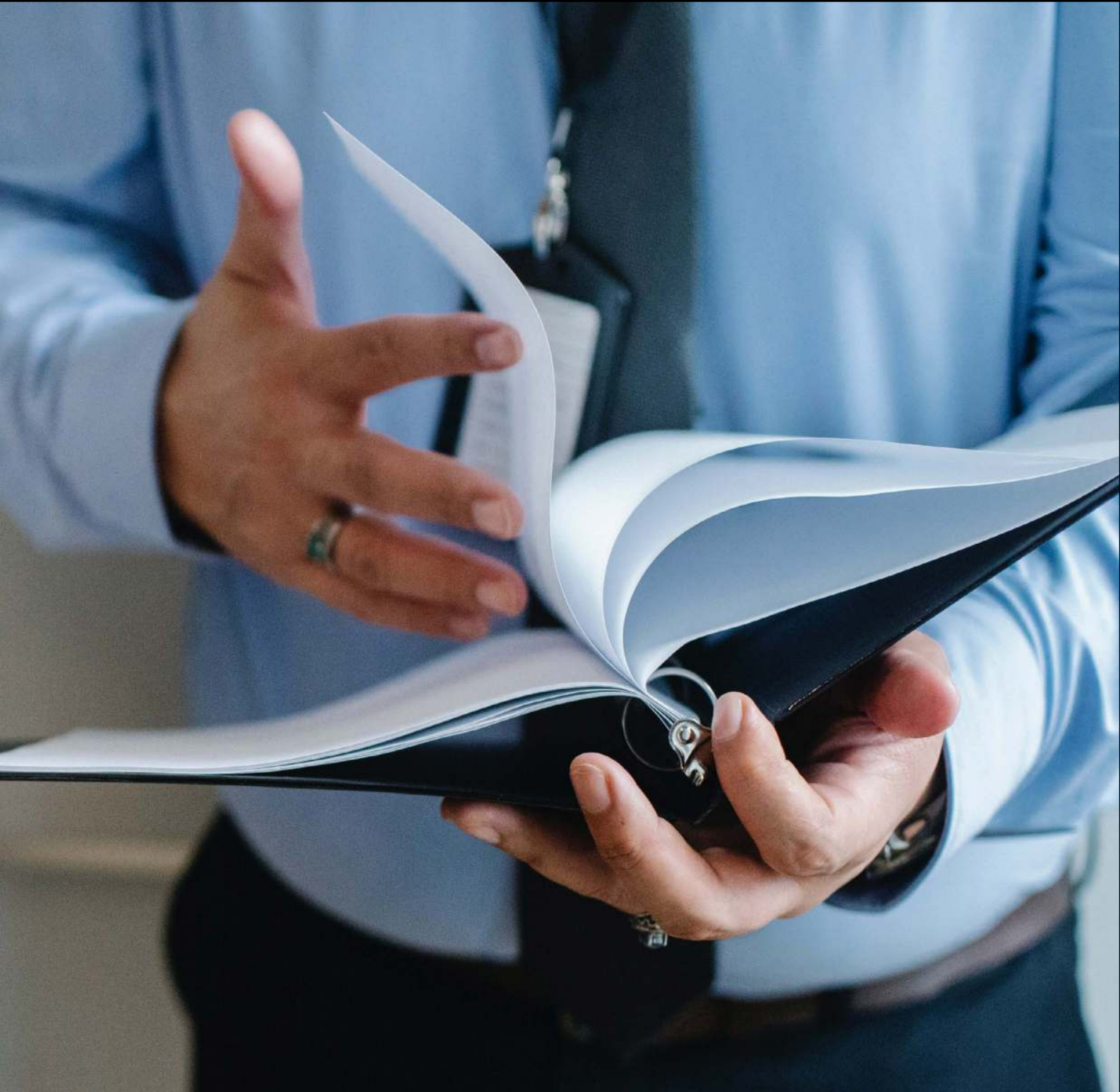
6.Cultivar la empatía y la inteligencia emocional:

Un líder excepcional no solo se preocupa por los resultados y el rendimiento, sino también por el bienestar y el crecimiento de su equipo. En “Tools for Titans”, se resalta la importancia de la empatía y la inteligencia emocional en el liderazgo efectivo. Los líderes deben esforzarse por comprender las necesidades, motivaciones y desafíos de sus colaboradores, fomentando así un entorno de trabajo positivo y colaborativo. Al cultivar la empatía y la inteligencia emocional, los líderes pueden establecer relaciones sólidas, fomentar la confianza y potenciar el compromiso y la productividad de su equipo.

7.Aprovechar el poder de la comunicación efectiva:

La comunicación es una habilidad esencial para los líderes, y en “Tools for Titans” se presentan técnicas para mejorar la comunicación efectiva. Los líderes deben ser claros, concisos y auténticos en sus mensajes, evitando la ambigüedad y fomentando la transparencia. Además, es fundamental ser un oyente activo y practicar la comunicación no violenta para promover un diálogo abierto y constructivo. Al





mejorar la comunicación, los líderes pueden alinear a su equipo, inspirar confianza y asegurar una ejecución efectiva de los planes y proyectos.

#### 8. Buscar mentoría y aprendizaje continuo:

Los líderes más exitosos reconocen la importancia de aprender de otros y buscar mentoría. En “Tools for Titans”, se enfatiza la idea de encontrar modelos a seguir y aprender de su experiencia. Los líderes deben buscar mentores inspiradores y construir una red de apoyo que les proporcione orientación, conocimientos y perspectivas valiosas. Además, el aprendizaje continuo es fundamental para mantenerse actualizado y adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio. Los líderes deben buscar oportunidades de desarrollo profesional, como la

lectura, cursos, conferencias y eventos, para ampliar sus conocimientos y habilidades.

#### Conclusión:

Aplicar las enseñanzas de “Tools for Titans” puede impulsar a los líderes a alcanzar la excelencia en su desempeño y tener un impacto duradero en sus equipos y organizaciones. Al adoptar una mentalidad de crecimiento, aprovechar estrategias como la regla del 80/20 y practicar el enfoque y la concentración, los líderes pueden optimizar su tiempo y esfuerzo para obtener resultados sobresalientes. Cultivar la resiliencia, establecer metas claras, cultivar la empatía y la inteligencia emocional, mejorar la comunicación, buscar mentoría y aprender continuamente son elementos clave para el líder



**ALTADUNA**  
Condominio

# TERRENOS EN PRE-VENTA !

**EL CONDOMINIO CONTARÁ CON:**

- Amplio Pórtico de Ingreso
- Cerco Perimétrico
- Caseta de Vigilancia
- Pistas y Veredas
- Calles Amplias
- Cableado Eléctrico Subterráneo
- Pozo Propio
- Club House
- Piscina
- Cancha Multi deportiva
- Cancha de Tenis
- Ciclovía
- Zona de Parrillas
- Zona de Fogatas
- Zona Para Juego de Niños
- Zona Para Ejercitarte
- Mas de 7,000 m<sup>2</sup> en Áreas Verdes



Informes:



**934 140 471**



**RAÚL**  
**SALGADO**

[www.salgadoyassociados.com](http://www.salgadoyassociados.com)

📞 51-934 951 455

El modelo de gestión que proponemos permite dirigir a la organización hacia objetivos a largo plazo. Construyendo herramientas que permitan asegurar este reto.

Parte del diagnóstico empresarial, recogiendo información de valor que permitirá desarrollar productos basados en la innovación, acompañado por la identificación de los servicios de mayor valor para los clientes y una mirada permanente en la competencia.

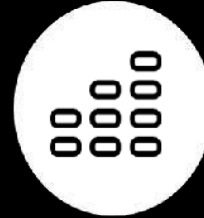
Construye su estrategia sobre estas bases y asegura una ejecución impecable, con enfoque en las ventas y fidelización del cliente. Esta ejecución se asegura con una cultura poderosa.



Asesoramiento  
empresarial



Investigación  
de mercado



Elaboración de  
instrumentos

**NUESTROS**  
**SERVICIOS**

# COMO SER UNA LOVEMARK

## DE EMPLEADOS A EMBAJADORES DE MARCA

Gino Lozano Baiocchi

Consultor en branding en Blackbrain Studio



¿Te has dado cuenta del poder que le pueden dar tus empleados a tu marca? Déjame ponerte un ejemplo real, la otra vez me encontré con un amigo que no veía hace un tiempo en un supermercado, él estaba con el uniforme de un banco local que recientemente había lanzado una campaña comunicacional super potente para reposicionarse en el mercado peruano. Mi instinto mercadólogo (y un poco mi curiosidad) me ganaron y le pregunté qué le parecía la campaña que la empresa donde trabajaba había lanzado hace poco, su respuesta fue contundente y sorprendente (para mí): “No sé y la verdad no me interesa, solo trabajo ahí porque necesito el dinero”.

Sin duda la respuesta dice mucho del profesionalismo de mi amigo, pero dice aún más (y peor) de este banco local, ¿por qué crees? Porque esa empresa no se ha preocupado por fidelizar a sus clientes y a sus colaboradores. Las marcas se crean desde dentro y se expanden al exterior, no al revés. Para que una empresa pueda posicionar su marca dentro un mercado, necesita que los principales y primeros difusores de ese propósito sean los propios colaboradores y ¿sabes lo que podría lograr esto? Ser una lovemark. ¿Quieres ser una lovemark? ¡Claro que quieres ser una lovemark! ¿Quién no quisiera tener una marca tan respetada y amada (o quizás venerada) como Apple o Coca-Cola? Ser una lovemark no es fácil e implica muchos aspectos, pero uno fundamental es el papel que juegan los colaboradores, por eso muchas empresas se preocupan en desarrollar el valor de la marca empleadora para atraer a los mejores talentos. Una empresa con una marca fuerte y reconocida atrae mejor talento y lo retiene por más tiempo.

Un estudio realizado por el Profesor Tavassoli de la Universidad de Londres reveló que los jóvenes y ejecutivos están dispuestos a trabajar en empresas con marcas sólidas y respetadas por un salario menor al cuál exigirían a empresas que no cuentan con una marca fuerte.

Pero ¿cómo puedo lograr que mis colaboradores contribuyan al posicionamiento de mi marca? La

pregunta puede tener infinidad de respuestas, los especialistas de RRHH te dirán que entiendas sus necesidades, elaboras un Employee journey map, identifiques brechas y elaboras planes de acción. Y si... Pero ¿qué tal si empezamos por comprometerlos? Pero no hablo de motivación y compromiso con su trabajo necesariamente (eso debe venir por “default”) compromételos con TU propuesta de valor como marca, tus valores, tu propósito, en resumen, compromételos con tu cultura. Si tienes trabajadores comprometidos con el cuidado del medio ambiente, será mucho más fácil que se plieguen y difundan tu plan de cuidado del medio ambiente, si están comprometidos con la igualdad de género, serán las y los primeros en promover las iniciativas orientada a la igualdad de género. ¿Te has preguntado en qué creen tus colaboradores?

**“Para que una empresa pueda posicionarse dentro un mercado, necesita que los principales y primeros difusores de ese propósito sean los propios colaboradores”**

La cultura organizacional es la forma en la que una organización funciona y se define a sí misma.

Sin esto, todo lo que venga después caerá en saco roto, podrán llenar LinkedIn de posts forzados y sin pizca de corazón, pero no genuinamente, hacer que tu promesa de valor haga “match” con la de tus colaboradores generará un compromiso que no se podrá romper, siempre y cuando respetes tu propuesta de valor, ojo que el precio de no respetarla no solo se verá a la externa, si no sobre todo a la interna.

¿Qué debemos hacer entonces para usar el poder de nuestros colaboradores para convertirnos en lovemark?

- Trabajar en el valor de nuestra marca, hagámosla atractiva a nuestros potenciales colaboradores.
- Crear una cultura organizacional sólida, que haga



match con tus colaboradores.

- Mejorar la experiencia del colaborador, para fidelizarlos siempre.

- Aplicar estrategias de marca empleadora, para comunicar lo que estamos haciendo.

¿Parece un complicado? ¡No desanimés! La recompensa será enorme, o siempre puedes contactar a Blackbrain.

# IA PARA SUMAR VENTAS

## CÓMO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL AYUDA

Rafael Puppi

CEO Cuarentaidos EIRL



La tecnología de la inteligencia artificial (IA) ha evolucionado rápidamente en los últimos años, ofreciendo a las empresas una nueva forma de interactuar con los clientes y mejorar su eficiencia. Desde chatbots hasta sistemas de recomendación, la IA puede ayudar a las empresas a aumentar las ventas y mejorar la comunicación con los clientes.

Aquí hay algunas formas en las que las empresas pueden aprovechar la IA para mejorar su rendimiento.

### Chatbots

Los chatbots son programas de IA que pueden mantener conversaciones con los clientes. Los chatbots pueden responder preguntas comunes de los clientes, ayudar a los clientes a encontrar productos y servicios, y realizar ventas. Los chatbots pueden estar disponibles 24/7, lo que permite a las empresas brindar un servicio al cliente constante. Además, los chatbots pueden interactuar con múltiples clientes al mismo tiempo, lo que puede mejorar la eficiencia del servicio al cliente.

### Personalización

La IA también puede ayudar a las empresas a personalizar la experiencia del cliente. Los sistemas de recomendación basados en IA pueden analizar los datos de compra y comportamiento del cliente para ofrecer recomendaciones personalizadas de productos y servicios. La personalización puede mejorar la experiencia del cliente, lo que a su vez puede aumentar la lealtad del cliente y las ventas.

### Automatización de tareas

La IA también puede automatizar tareas rutinarias y repetitivas. Esto puede liberar tiempo para los empleados, lo que les permite concentrarse en tareas

más importantes y de mayor valor. La automatización también puede mejorar la eficiencia y reducir los costos.

Desde chatbots hasta sistemas de recomendación, la IA puede ayudar a las empresas a aumentar las ventas y mejorar la comunicación con los clientes.

### Análisis de datos

La IA puede analizar grandes cantidades de datos de manera rápida y eficiente. Esto puede ayudar a las empresas a identificar patrones y tendencias en el comportamiento del cliente, lo que a su vez puede ayudar a las empresas a tomar decisiones más informadas. Por ejemplo, las empresas pueden utilizar la IA para identificar los productos más populares y adaptar su inventario en consecuencia.

### Detección de fraude

La IA también puede ayudar a las empresas a detectar y prevenir el fraude. Los sistemas de IA pueden analizar los patrones de compra y detectar transacciones sospechosas. Esto puede ayudar a las empresas a proteger sus finanzas y reputación.

Estos son solo algunos ejemplos de cómo la IA puede ayudar a las empresas a mejorar la eficiencia y la satisfacción del cliente. Las empresas que adoptan la IA pueden obtener una ventaja competitiva en un mercado cada vez más competitivo.



# ¿QUÉ SIGNIFICA EMPRESA?



## VOLVAMOS AL PUNTO DE PARTIDA (I PARTE)

José Martín Cuéllar Fernández

Abogado con Posdoctorado en Principios Fundamentales y DDHH @abogadosbyc

Según, el diccionario, la palabra empresa tiene cinco significados. Que merecen la pena revisarse para criticar su vigencia, al menos desde la perspectiva local y en una segunda parte, sugerir desde el actual contexto, nuevos alcances o limitaciones al término.

Se dice que empresa significa acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo.

Esta forma de definición contiene el chip del “sufrer peruano, sufrir” de las canciones de Tongo. Invitándonos a salir de nuestra zona de confort hacia una zona de retos y desafíos que demandan, actitud y decisión para salir adelante. Si seguimos esta idea, podemos afirmar que el contexto coronavirus fue propicio para la creación y crecimiento de muchas empresas dignas de esta primera definición. Por tanto, el fenómeno coronavirus no pudo ser el enemigo de las empresas, por definición e interpretación de este primer significado.

Se dice que empresa significa unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

Este significado se encuentra muy interiorizado en nuestra cultura, sobre todo, por el fin lucrativo que tienen las empresas por definición. Llevándonos rápidamente al mundo del capitalismo y consumismo. Siendo Estados Unidos la meca de estos sistemas de pensamiento, despertando la admiración y expectativas de muchas generaciones de personas que han migrado a ese país. Pero, curiosamente, el nivel de cumplimiento de pago de los impuestos en Estados Unidos es mucho mayor que en el Perú, donde la evasión tributaria prevalece.

Durante el contexto coronavirus, observamos a muchas empresas, incluyendo a las del sector salud, trabajar y esforzarse para alcanzar el fin lucrativo. Surgiendo interrogantes como, ¿en contextos como el COVID19, las empresas tienen derecho a mantener su decisión de vender bajo consideraciones financieras?

Se dice que empresa significa lugar en que una empresa realiza sus actividades

Esta tercera alternativa parte de la idea de un lugar físico, territorial, ubicable donde tendría que funcionar la empresa (tradicional). Pero, en el actual contexto de una nueva economía, los lugares en

que una empresa realiza sus actividades pueden ser virtuales o digitales.

Esta idea del lugar como un elemento esencial para la empresa, cambió notoriamente durante el contexto coronavirus, en donde las empresas ya no recibían a sus clientes en sus lugares o establecimientos. Recurriendo la empresa al servicio de entrega a domicilio por razones sanitarias decretadas por el gobierno.

**La palabra empresa es muy influyente y atractivo. Pero, sobre todo, invita al deseo, no necesariamente dinerario**

Se dice que empresa significa intento o designio de hacer algo

Esta cuarta idea de empresa me llama la atención, porque nos lleva al enfoque de empresa como intento, posibilidad, probabilidad, casi un deseo. Existiendo en la cultura popular la frase: “querer, es poder”, llenándonos de un optimismo que puede opacar la racionalidad al momento de tomar decisiones empresariales.

La segunda parte de este significado también es interesante, porque nos dice que empresa es el pensamiento que hemos cultivado y adquirido posiblemente de la educación formal e informal. Fue el contexto coronavirus, el que nos hizo cuestionar ese pensamiento que teníamos sobre lo que es una empresa. Pero, también provocó una conciencia crítica de la educación empresarial peruana, la misma que tiene que lidiar con la cultura de tolerancia a la corrupción por la propia sociedad peruana en su mayoría,

Se dice que empresa significa símbolo o figura que alude a lo que se intenta conseguir o denota alguna prenda de la que se hace alarde, acompañada frecuentemente de una palabra o mote.

Como vemos, por definición, la palabra empresa es muy influyente y atractivo. Pero, sobre todo, invita al deseo, no necesariamente dinerario. Es una forma de construir un camino para llegar a una meta.





Encuentra tu **Ford** en  
**Incamotors ICA**

# Ford



## FORD **RANGER XL**



**Bono de  
hasta \$5,000**



**Gift card  
Repsol**



**Nuevo sistema de  
mantenimiento de carril**



**Con Sync®3, viaja  
siempre conectado**



**Nuevas versiones  
XL con 160cv**

**CONTÁCTANOS**



Desde **\$26,990**  
**S/107,960**

**I** **INCAMOTORS**



Dolce san José

Madres Carmelitas de Ica



Torta cartera



s/70.00



Torta cartera cubierto con masa elástica de 250 gr relleno con pecana y manjar blanco

¡¡Haz tu pedido!!

Whatsapp

956061833

970935248

# MARKETING DIGITAL

## CÓMO MEDIR EL ÉXITO DE TUS CAMPAÑAS

Carlos Preciado

Especialista en Marketing Digital y Redes Sociales



Si estás invirtiendo en marketing digital, es importante que sepas cómo medir el éxito de tus campañas. ¿Por qué? Porque si no sabes qué está funcionando y qué no, estarás desperdiciando tiempo y dinero en estrategias que no están generando resultados.

La buena noticia es que medir el éxito de tus campañas de marketing digital es fácil si sabes qué métricas seguir y cómo interpretarlas. En este artículo, te mostraré las principales métricas que debes monitorear y cómo utilizarlas para evaluar el éxito de tus campañas de marketing digital.

### DEFINE TUS OBJETIVOS DE MARKETING DIGITAL

Antes de empezar a medir el éxito de tus campañas, debes definir tus objetivos de marketing digital. ¿Qué quieres lograr con tu campaña? ¿Quieres aumentar el tráfico de tu sitio web? ¿Quieres generar más ventas? ¿Quieres mejorar la fidelidad de tus clientes? Una vez que hayas definido tus objetivos, podrás elegir las métricas que te ayudarán a evaluar el éxito de tus campañas.

### MÉTRICAS DE TRÁFICO DEL SITIO WEB

Una de las métricas más importantes en el marketing digital es el tráfico del sitio web. ¿Cuántas personas visitan tu sitio web? ¿Cuánto tiempo pasan en él? ¿Qué páginas visitan más? Estas son algunas de las preguntas que debes responder para evaluar el éxito de tus campañas de marketing digital.

Puedes utilizar herramientas como Google Analytics para medir el tráfico de tu sitio web y obtener información valiosa sobre tus visitantes. Algunas métricas que debes seguir son:

- Visitas totales: Mide el número total de visitas a tu sitio web en un período de tiempo determinado.
- Páginas vistas: Mide el número total de páginas vistas en tu sitio web.
- Tiempo en el sitio: Mide el tiempo promedio que los visitantes pasan en tu sitio web.
- Tasa de rebote: Mide el porcentaje de visitantes que abandonan tu sitio web después de visitar sólo una página.

### MÉTRICAS DE CONVERSIÓN

Otra métrica importante en el marketing digital es la tasa de conversión. ¿Cuántos visitantes de tu sitio web se convierten en clientes o realizan la acción deseada? Puedes medir la tasa de conversión utilizando herramientas como Google Analytics o plataformas de comercio electrónico.

¿Qué quieres lograr con tu campaña? ¿Quieres aumentar el tráfico de tu sitio web? ¿Quieres generar más ventas? ¿Quieres mejorar la fidelidad de tus clientes?

Algunas métricas de conversión que debes seguir son:

- Tasa de conversión: Mide el porcentaje de visitantes que se convierten en clientes o realizan la acción deseada.
- Tasa de abandono de carrito: Mide el porcentaje de visitantes que abandonan el proceso de compra antes de completar una transacción.
- Valor medio del pedido: Mide el valor promedio de las compras realizadas en tu sitio web.

### MÉTRICAS DE ENGAGEMENT EN REDES SOCIALES

Si utilizas las redes sociales como parte de tu estrategia de marketing digital, es importante que midas tu éxito en estas plataformas. ¿Cómo puedes saber si estás logrando engagement con tus seguidores? Algunas métricas que puedes seguir son:

- Número de seguidores: Mide el número de seguidores que tienes en tus cuentas de redes sociales.
- Alcance: Mide el número de personas que ven tus publicaciones en las redes sociales.
- Interacciones: Mide el número de comentarios, “Me gusta” y compartidos en tus publicaciones.

### ANALIZA TUS MÉTRICAS Y TOMA DECISIONES

Una vez que hayas definido tus objetivos y hayas



monitoreado tus métricas, es importante que analices la información para tomar decisiones informadas sobre tu estrategia de marketing digital. ¿Qué tácticas están generando resultados? ¿Qué estrategias necesitan ser ajustadas?

Recuerda que las métricas de marketing digital no existen en el vacío. Debes evaluarlas en el contexto de tus objetivos y el desempeño de tu negocio en general. Por ejemplo, si tu objetivo es aumentar las ventas, un alto número de visitas a tu sitio web no es necesariamente un indicador de éxito si no se traduce en ventas.

Medir el éxito de tus campañas de marketing

digital es fundamental para asegurarte de que estás invirtiendo tu tiempo y dinero en estrategias que generan resultados. Recuerda definir tus objetivos, elegir las métricas que te ayudarán a evaluar el éxito y tomar decisiones informadas sobre tu estrategia de marketing digital.

Si quieres tener éxito en el marketing digital, no solo debes ser creativo y estratégico, sino también analítico. Monitorea tus métricas y ajusta tu estrategia según los resultados. Y no te olvides de celebrar tus éxitos, ¡incluso los pequeños! Cada victoria te acerca más a tus objetivos y te ayuda a construir un negocio próspero y exitoso en el mundo digital.

# FUERZA DE VENTAS

## COMO MOTIVARLOS Y SEGUIR CRECIENDO

Fernando Garcia-Blasquez Cruzatti

Especialista en Retail y Equipos de Ventas



Me siento muy contento de haber aprendido de diferentes Empresas Grandes a poder trabajar con muchas personas con diferentes pensamientos, retos y haber contribuido en su crecimiento profesional y laboral.

Buscando una actitud ganadora y mucha responsabilidad la base de todo vendedor ,para poder formarlo y delegar responsabilidades, combinando las capacitaciones, talleres y experiencias se pudo transmitir lo que la empresa espera de la fuerza de venta, una vez identificando a los futuros lideres podemos iniciar una capacitación de Liderazgo para poder tener al equipo unido así mismo la cercanía de poder saber lo que buscan de la empresa y lo que ofrecemos a nuestros equipos nos da la visión de poder tener a un equipo que es escuchado y que nos está dando resultados, darle la oportunidad de equivocarse y poder transformar debilidades en fortalezas es lo que esperamos de los equipos para poder aprender de esas oportunidades de mejora.

La Mejor forma de mantener al equipo en crecimiento es mantener una capacitación constante y tener metas diarias en su evolución de vendedor Junior o Senior el espíritu del vendedor busca un clima de crecimiento donde la rutina no sea el enemigo en las ventas si no sentir la pasión por las mismas.

Fomentar un clima de aprendizaje donde puedas tener el apoyo de los lideres para seguir creciendo personal y profesionalmente, los equipos que buscan crecer cuando trabajan son los que más luchan por mantener su share alta, sentir el poder estudiar y trabajar como un reto personal motiva al resto y es una práctica que muchas empresas hacen para que el equipo sepa que todos podemos negociar con la empresa win to win, la idea es formar nuevos lideres en casa(la tienda) para que ellos formen más equipos y generar sinergia.

Manejar equipos de ventas con objetivos claros y contentos por lo que hacen es parte del camino para poder llegar al resultado si no los supervisamos y no somos el mejor ejemplo en el proceso de ventas, solo cumpliremos con el 50%.

La mejor supervisión es delegar responsabilidades para poder enfocarse en otras tareas que complementan la dirección del camino que queremos tomar para poder lograr nuestro objetivo.

El crecimiento personal que busca un vendedor y el ser ascendido en su mismo trabajo hace que el resto se sienta motivado a seguir el mismo camino y asegura los resultados a la empresa.

### La Mejor forma de mantener al equipo en crecimiento es mantener una capacitación constante y tener metas diarias en su evolución.

¿Un buen vendedor que espera de la empresa?

Espera ser Reconocido por su trabajo y así poder determinar que podrá crecer o seguirá aprendiendo, un buen vendedor siempre busca avanzar a corto o mediano plazo busca que la empresa le dé la oportunidad de encontrar la seguridad laboral para poder mapear su ruta de Éxito para poder llegar al 1er escalón del ascenso, aprender será su meta todos los días y poder enseñar será su reto, para saber si podría llegar a ser un líder en un futuro cercano.

La mejor parte de ser vendedor es que si sabes vender vas a tener un mejor ingreso, más que tu LIDER DE DEPARTAMENTO, esa es una de las glorias de los vendedores Senior, sentir que trabajan con pasión para llevarse lo que quieren.

Para finalizar si tenemos equipos que quieren aprender más, debemos escucharlos siempre por más tonta que sea su consulta debemos ayudarlo a entender y confiar en lo que dice, la cercanía del líder es parte del trabajo que debemos hacer porque ellos van a imitar siempre las actitudes y formaran su propio liderazgo de la forma de como lo hacemos, por eso es importante que enseñes los 1eros pasos, como si fuera un niño en aprendizaje, eso nos ayudara a ganar su confianza y el resto será solo un buen seguimiento con indicadores (kpi Okrs),evaluación de desempeño mensual, o buen feedforward y feedback que nos dé un análisis de como va cada uno del equipo va complementar el trabajo de la fuerza de venta.

“Vamos por muchas ventas y éxitos”





## TIP EMPRESA

DIRECTOR: Raul Salgado

EDITOR: Julio Ortiz

## COLABORACION ESPECIAL:

- Jeanette Carrasco
- Doris Cayo
- Oscar Chuquillin
- Alejandro Castro
- Gino Lozano
- Rafael Puppi
- Martin Cuellar
- Carlos Preciado
- Fernando Garcia-Blasquez

