



ROLES Y RESPONSABILIDADES DEL GERENTE DE VENTAS

Nº 1708

DOCUMENTOS PLANNING®

Por: Carlos Alberto Mejía Cañas
Consultor / Gerente

Por definición el gerente de ventas es el gran responsable por la ejecución del plan de ventas de una compañía, para lo cual debe cumplir con 4 roles diferentes pero complementarios y con una serie de responsabilidades a cargo, como se describe a continuación:

ROLES DEL GERENTE DE VENTAS

- **Planificador:** este rol significa que el gerente de ventas debe ser un buen estratega, para realizar la preparación, el diseño y la coordinación de todas las labores de ejecución del trabajo en las ventas y para ejercer un excelente liderazgo ante su equipo de ejecutivos de ventas.
- **Consultivo y asesor:** con una doble dimensión de investigación por un lado, de los mercados y los clientes y, por el otro, lo relacionado con la evolución de las ventas y los ejecutivos de ventas. Otra dimensión de este rol es ser asesor de sus equipos de ventas en aspectos de negociación, análisis de la competencia, manejo de objeciones, rentabilidad de clientes, entre otras temáticas especializadas. En algunas ocasiones, obrar directamente como asesor de los clientes.
- **Coach:** para actuar como un verdadero entrenador, capacitador y motivador de los ejecutivos de ventas a su cargo, para apoyarlos en el cumplimiento de sus metas o en el desarrollo y mejoramiento de sus competencias, habilidades y capacidades específicas. En este rol debe formar un verdadero sentido de equipo entre los ejecutivos a su cargo.
- **Supervisor:** lo planeado debe ser ejecutado, en cuanto a: campañas, visitas, presupuestos de ventas, actividades con los clientes actuales, prospección y vinculación de nuevos clientes, proyectos y programas con el equipo de ejecutivos de ventas, para lo cual el gerente de ventas asume también el rol de supervisor.

Ahora veamos sus responsabilidades.

RESPONSABILIDADES DEL GERENTE DE VENTAS

Preparación de trabajo en ventas

- Ser el coordinador del equipo de ventas.
- Realizar la prospección de clientes en los mercados objetivos.

- Asignar la cartera de clientes a cada ejecutivo del equipo de ventas.
- Capacitar, entrenar y supervisar el equipo de ventas, ejerciendo labores de formación, persuasión y motivación.
- Elaborar y realizar el seguimiento de los presupuestos de ventas por ejecutivo y por cliente.
- Co-administrar, con las áreas de recursos humanos, los sistemas de remuneración fijos y variables de tipo económico y los planes de estímulos emocionales.
- Administrar la base de datos de clientes.
- Coordinar la solución de peticiones, quejas y reclamos.
- Desarrollar estrategias y tácticas de ventas para los distintos segmentos del mercado atendidos por la empresa.
- Ser soporte en las negociaciones de precios y condiciones planteadas por los clientes.
- Conocer la competencia cercana con sus capacidades competitivas y su posicionamiento.
- Realizar convenciones de ventas o eventos especiales con ejecutivos de ventas y/o con clientes.
- Supervisar los pedidos y entregas, y el cumplimiento de los presupuestos de ventas y de vinculación de clientes.
- Medir la eficiencia en ventas por ejecutivo (Nro. de clientes vinculados / total de clientes visitados), la eficacia (ventas reales / ventas potenciales) y la rentabilidad o los márgenes netos de las ventas.
- Retroalimentar y realizar el coaching con los ejecutivos de ventas.
- Mantener las estadísticas de ventas y de base de datos por cliente, segmento y ejecutivo de ventas.
- Ejecución del trabajo en clientes.
- Conocer, al menos de los principales clientes, sus proyectos y oportunidades, por información pública o directamente obtenida del propio cliente.
- Profundizar las relaciones con los clientes para fomentar su lealtad y permanencia, reconociendo la importancia de la relación y estimulando su continuidad.
- Extender servicios de valor agregado a los clientes de mayor reconocimiento.
- Establecer acuerdos de servicio cliente-proveedor con los principales compradores.
- Realizar labores de investigación de mercados para determinar los niveles de satisfacción y reconocimiento de marca.
- Establecer estrategias para optimizar la rentabilidad de los clientes.

Ejecución del trabajo en ventas

- Elaborar planes de visita e implementar diferentes técnicas de ventas.
- Realizar la atención directa de clientes de mayor significación.
- Apoyar en la consecución y realización de visitas a clientes.
- Supervisar informes de visita a clientes.

En consecuencia, las labores, roles y responsabilidades de un gerente de ventas son amplias, diversas, complejas y delicadas. Disponer de un buen



profesional en este cargo es un elemento dinamizador de los resultados de la empresa y su posicionamiento ante los clientes.

Agosto 2017

Acerca de Planning

Planning es una empresa privada colombiana creada en 1997, que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.



Servicios: Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los vínculos:

- ✓ [Competitividad y Estrategia](#)
- ✓ [Mercadeo Eficaz](#)
- ✓ [Valor agregado eficiencia y productividad](#)
- ✓ [Desarrollo de propuestas de valor](#)
- ✓ [Estrategia y Scorecard](#)
- ✓ [Inteligencia de Negocios](#)
- ✓ [Sistema Planner](#) - Costos, rentabilidad y gestión
- ✓ [Sistema Monitor](#) - Competitividad, estrategia y riesgo



Recomiende a un amigo: Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#) para entrar a la página de referidos.



Información de contacto: Para contactarse con nosotros [pulse aquí](#), escribanos a info@planning.com.co o llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.

Síguenos en:

