

	<b>ESQUEMA DE CALIFICACIÓN</b>		
	Esquema de calificación	Fecha: 29/07/2015	Revisión No.: 1

## 1. Productividad

La productividad de la fuerza de ventas se calificará teniendo en cuenta tres variables que serán calculadas por los Gerentes comerciales:

### 1.1 Cumplimiento del presupuesto

La calificación de esta variable será tomada en cuenta con base en la producción mensual actual de cada vendedor comparado con el presupuesto proyectado por la dirección comercial, se calculará de la siguiente forma:

FUNCIONARIO	PRODUCCIÓN MES	PRESUPUESTO MES	CALIFICACION
XXXXXXXXXX	\$ 80.000.000	\$ 100.000.000	0,8

En el ejemplo anterior se puede identificar que el vendedor ha vendido \$80.000.000 COP en el mes y su presupuesto asignado para ese mes fue de \$100.000.000 COP lo que le da un cumplimiento del 80%, es decir una calificación de 0.8 sobre este ítem.

$$\text{Cumplimiento presupuesto} = \text{Venta mes} / \text{Presupuesto mes}$$

### 1.2 Cumplimiento a visitas

Se calculará con base en las visitas ejecutadas planeadas de cada vendedor, es decir, solamente serán tenidas en cuenta aquellas visitas que sean propias del planeador comercial y que sean soportadas en físico con el formato de reporte de visitas ya implementado; se calculará de la siguiente forma:

FUNCIONARIO	FORMATO DE AUDITORIA		EFECTIVIDAD
	PLANEADO	EJECUTADO	
XXXXXXXXXX	23	22	0,96

	<b>ESQUEMA DE CALIFICACIÓN</b>		
	Esquema de calificación	Fecha: 29/07/2015	Revisión No.: 1

La cantidad de visitas ejecutadas tendrán como soporte el formato de reporte de visitas, visita que haya sido reportada sin el debido sustento no será tenida en cuenta:

 <b>ACTA DE VISITA A CLIENTE</b>					
<b>Regional:</b>		<b>Nombre Ejecutivo / Asesor:</b>		<b>Tipo de visita:</b>	Planeada No Planeada
<b>Fecha :</b>		<b>Hora:</b>	<b>Razon Social:</b>		
<b>Dirección:</b>					
<b>Telefono:</b>		<b>Contacto del cliente:</b>			
<b>PERFIL CLIENTE</b>	<b>Presupuesto del mes anterior:</b>	<b>Ventas mes anterior:</b>	<b>Cartera vencida:</b>		
<b>Objetivo de la visita:</b>					
<b>Compromisos:</b>					
Para la gestión con los clientes tener en cuenta:  *Antes de cada visita tener listo tu Kit del Vendedor (Tarjetas de presentación, Presentación Corporativa, Envía Book, Formato de Cotización).  *Durante la visita aplicar los Pasos de la Venta (Identificar Necesidades, Presentar Soluciones, Manejo de Objeciones, Concretar la Venta).				<b>Firma y Sello del Cliente:</b>	

El vendedor del ejemplo planeó en su semana 23 visitas y ejecutó 22, lo que le da un porcentaje de cumplimiento del 96%, con una calificación de 0.96, para efectos de esta variable se puede tomar el acumulado de 4 semanas lo que puede dar un rango de tiempo mensual.

$$\text{Cumplimiento visitas} = \frac{\# \text{ Visitas planeadas ejecutadas}}{\# \text{ de Visitas planeadas}}$$

	<b>ESQUEMA DE CALIFICACIÓN</b>		
	Esquema de calificación	Fecha: 29/07/2015	Revisión No.: 1

### 1.3 Objetivo de las visitas

Esta calificación es generada a través de la revisión de los reportes por parte de los Gerentes comerciales, pues es a través de ellos es que tendrán la visibilidad de la gestión de cada uno de sus vendedores; la calificación será ponderada dependiendo de cada una de las visitas teniendo como base de calificación el formato de auditoría en pasos de la venta realizado producto del acompañamiento de los Gerentes comerciales en cada una de las visitas:

REGIONAL		FECHA	
FUNCIONARIO		CARGO	
OBJETIVO DE LA VISITA:	PROSPECCIÓN	INCORPORACIÓN	MANTENIMIENTO
SALE A VISITAR SEGÚN PLANEADOR?			
SI		NO	
EN VISITA OFRECE SERVICIOS VENTA CRUZADA?			
SI		NO	
CUALES?:			
PASOS DE LA VENTA:			
<b>1. Preparación previa de la visita</b>			
1.1 Tiene listo planeador antes de iniciar visitas	SI	NO	N/A
1.2 Revisa y tiene listo documento con ventas actuales del cliente	SI	NO	N/A
1.3 Revisa y tiene listo documento con ventas del mes anterior del cliente	SI	NO	N/A
1.4 Conoce e identifica la ubicación geográfica del cliente	SI	NO	N/A
1.5 Conoce e identifica la competencia con la cual se comparte carga del cliente	SI	NO	N/A
1.6 Conoce la categoría del cliente	SI	NO	N/A
<b>2. Visita a cliente.</b>			
2.1 Saluda al cliente	SI	NO	N/A
2.2 Entrega tarjeta de presentación	SI	NO	N/A
2.3 Utiliza preguntas de respuesta-apoyo y/o preguntas abiertas para entablar una conversación con el cliente	SI	NO	N/A
<b>3. Identifica las necesidades del cliente.</b>			
3.1 Tiene y presenta brochure al cliente	SI	NO	N/A
3.2 Tiene y realiza presentación corporativa con el formato PPT	SI	NO	N/A
3.3 Tiene y presenta catálogo de productos, beneficios y soluciones al cliente por medio del Envía Book	SI	NO	N/A
<b>4. Presentar Solución al cliente</b>			
4.1 Presenta propuesta/solución al cliente de manera ejecutiva con formato estándar de cotización	SI	NO	N/A
<b>5. Manejo de objeciones</b>			
5.1 Maneja las objeciones del cliente de forma correcta	SI	NO	N/A
5.2 Tiene y utiliza la matriz de objeciones- contraobjeciones	SI	NO	N/A
5.3 Cliente se encuentra satisfecho con la propuesta	SI	NO	N/A
<b>6. Concretar la venta</b>			
6.1 Cliente se encuentra conforme y/o compra servicio ofertado	SI	NO	N/A
6.2 Se resolvió la inconformidad y/o inquietudes del cliente de forma efectiva	SI	NO	N/A
OBSERVACIONES / COMENTARIOS:			

	<b>ESQUEMA DE CALIFICACIÓN</b>		
	Esquema de calificación	Fecha: 29/07/2015	Revisión No.: 1

Esta calificación se da sobre las visitas realizadas, tomando el ejemplo mostrado de una visita ilustrado en la imagen anterior, el formulario consta de 20 preguntas con única respuesta (SI, NO o N/A), para aquellas preguntas en los cuales su respuesta fue N/A son depuradas de la base y no son tomadas en cuenta para efectos de la calificación, es decir en este ejemplo tuvo dos (2) preguntas cuya respuesta fue N/A, lo que cambia automáticamente la base de calificación a 18 puntos, así pues la calificación de esta variable se dará de la siguiente forma:

$$\text{Objetivo Visita} = \frac{\# \text{ de preguntas respondidas afirmativamente (SI)}}{\text{Cantidad de preguntas}}$$

$$\text{Objetivo Visita} = \frac{10}{18}$$

$$\text{Objetivo Visita} = 0.55$$

Para efectos en los que el vendedor en el momento del acompañamiento realiza más de una visita, se tendrá en cuenta el promedio ponderado de las calificaciones resultantes de cada una de las visitas:

$$\text{Objetivo Visita} = \frac{\text{Objetivo de visita 1} + \text{Obj. de visita 2} + \dots}{\text{Cantidad de visitas realizadas}}$$

#### 1.4 Calificación

Finalmente la calificación de cada vendedor será dada por la multiplicación de todos los factores de tal forma que se establezca el rango en el cual se puede clasificar la productividad de cada uno de los vendedores teniendo en cuenta la siguiente tabla:

	CALIFICACIÓN
<b>BUENO</b>	1 A 0.8
<b>REGULAR</b>	0.79 A 0.5
<b>MALO</b>	0.49 A 0

Tomando como base la clasificación anterior se procederá a realizar el cálculo conforme a los resultados anteriormente descritos:

	<b>ESQUEMA DE CALIFICACIÓN</b>		
	Esquema de calificación	Fecha: 29/07/2015	Revisión No.: 1

	CUMPLIMIENTO AL PRESUPUESTO	CUMPLIMIENTO A VISITAS	OBJETIVO DE LA VISITA	PRODUCTIVIDAD
VENDEDOR	0,8	0,96	0,55	0,42

El vendedor obtuvo una calificación de 0.42 lo que lo ubica en un rango de “MALO”, los cálculos se realizaron de la siguiente forma:

$$Productividad = (Cumplimiento presupuesto) * (Cumplimiento Visita) * (Objetivo de Visita)$$

$$Productividad = (0.8) * (0.96) * (0.55)$$

$$Productividad = 0.42$$

## 2. Retroalimentación

Es el punto final de este plan de choque, de la misma forma debe ser tenido en cuenta como un proceso cíclico, si bien es el punto final, también es el punto de inicio de un nuevo ciclo; la retroalimentación corresponde a cada Gerente comercial teniendo como base las herramientas descritas previamente y una vez se hayan cumplido cada uno de los pasos de este plan de choque, es decir, la retroalimentación no se puede dar al mismo momento en el que se realiza la planeación de las visitas comerciales, se debe realizar una retroalimentación semanal con el fin de hacer seguimiento semanal a cada uno de los vendedores.