

Facturación e innovación comercial van de la mano

La venta es el principal motor de cualquier empresa y, a la vez, una de las profesiones más difíciles que existen. Para alcanzar la excelencia del equipo comercial y obtener buenos resultados de venta, es necesario entender el complejo mundo comercial actual.

El programa enfocado Lograr un equipo de ventas excelente, que se realizará en Barcelona los días 15, 16 y 17 de octubre de 2013, te ofrece las claves del éxito de un buen director comercial.

Los últimos cinco años de crisis han hecho mella en la facturación de las empresas. El ciclo de vacas flacas ha afectado sobre todo a los precios y, por tanto, a la rentabilidad. Las compañías más afectadas por esta tendencia son precisamente las que menos innovaciones han introducido en su red comercial.

Esta es una de las principales conclusiones del estudio "Reinventarse para avanzar. Innovando en el área comercial", coordinado por los profesores del enfocado Cosimo Chiesa y Julián Villanueva. El informe se basa en una encuesta realizada sobre un universo de 3.000 directores generales, directores comerciales y directores de ventas.

Los autores llaman la atención sobre esta correlación, aunque también puntualizan que no implica que la falta de innovación provoque necesariamente una menor facturación. En algunos casos también puede suceder que el descenso de ventas impida innovar por falta de recursos. Y en otros la relación puede ser una simple coincidencia.

Leer artículo completo en IESE Insight.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: