



brand2live

¿QUIÉN SOMOS?

Una empresa de consultoría y formación, con metodología exclusiva, que impulsa las áreas comerciales de las compañías a ser más productivas, tanto en modelos B2B como B2C.

Al servicio de las empresas, con métodos que van más allá de los habituales, de probado éxito estratégico, ofreciendo soluciones formativas innovadoras y basadas en "learning by doing", más actividades de afianzamiento (coaching) en campo frente los retos comerciales, elevando las conversaciones de venta en convincentes y ganadoras.

Desde 2006, ha sido la elección de 92 empresas líderes en el mundo -algunas Top 1000 Fortune- y de 4.500 profesionales de ventas y marketing, entrenando y formando en Italia y resto del mundo.



brandolive

¿SINGULARIDAD DEL MÉTODO?

El conocimiento científico del proceso de decisión del ser humano y el comportamiento psicológico vinculado a éste son puestos al servicio de la empresa en forma de método y proceso tanto para la creación de contenidos como de técnicas de comunicación que inspiran concretamente a la compra.

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

A las organizaciones comerciales en todos sus niveles (sales managers, sales enablement, vendedores, key accounts...), Marketing y, más recientemente, para HR (con un desarrollo específico para el área de Talent Acquisition).

¿CON QUÉ FINALIDAD?

Elevar de facto la eficacia y la productividad de sales managers, de vendedores o, en el caso de Talent Acquisition, de los recruiters y hiring managers.

¿POR QUÉ LA ELECCIÓN?

Para marcar la diferencia, generando ventaja competitiva y más facturación.

En el caso particular de sales managers, la razón principal es por el difícil reto de administrar, explotar el talento y potenciar la actividad de los propios vendedores. En cuanto a los vendedores, la elección viene motivada ante la frustración de no poder ser más incisivos y convincentes en las conversaciones con el objetivo, ante su reclamación de nuevos contenidos y nuevas técnicas que les ayuden a transferir el valor de su oferta y ganar el desafío frente a nuevos y más agresivos competidores.



brandolive

LAS 3 CAUSAS PRINCIPALES del fracaso en la venta

- **Sales manager** | La falta generalizada de un método práctico, eficaz y sencillo de gestión de ventas* en la empresa, fruto de la ausencia de escuelas, cursos universitarios o de una formación específica. Su consecuencia lleva a muchos gerentes a cometer errores repetidos, entre los principales: centrarse y limitarse en los KPI, de resultados y objetivos, que no son controlados por ellos directamente, ignorando por tanto la única área concreta sobre la cual pueden actuar realmente: gestionar las actividades de venta de cada comercial.
- **Sale Enablement** | La ausencia generalizada de una comunicación y colaboración productiva entre los departamentos de marketing y ventas, o de figuras de conexión entre ellos, se manifiesta en un fuerte desalineamiento entre los mensajes creados desde marketing -y posteriormente comunicados a través de canales tradicionales y digitales- con los de los vendedores. Este desalineamiento, percibido por los clientes, lleva inexorablemente a desistir de la intención de proceder con la compra.
- **Vendedores** | A fecha de hoy, la gran mayoría de ellos aún se apoya en conversaciones de venta construidas desde el punto de vista de la empresa (precio, reputación de marca, especificaciones de producto y/o servicio, etc.), sin diferenciarse en ellas y por tanto fallando en los resultados. Esta postura no tiene en cuenta el punto de vista del cliente e ignora tanto el funcionamiento del proceso de toma de decisión como la existencia de técnicas más eficaces y actuales que lo ponen en marcha.

Todas las estrategias y soluciones de Brand2live están enfocadas en llenar estas brechas.

* A menudo los sales managers se dan por la promoción de “vendedores de alto rendimiento” en campo, luego desprovistos del conocimiento que este rol requiere.



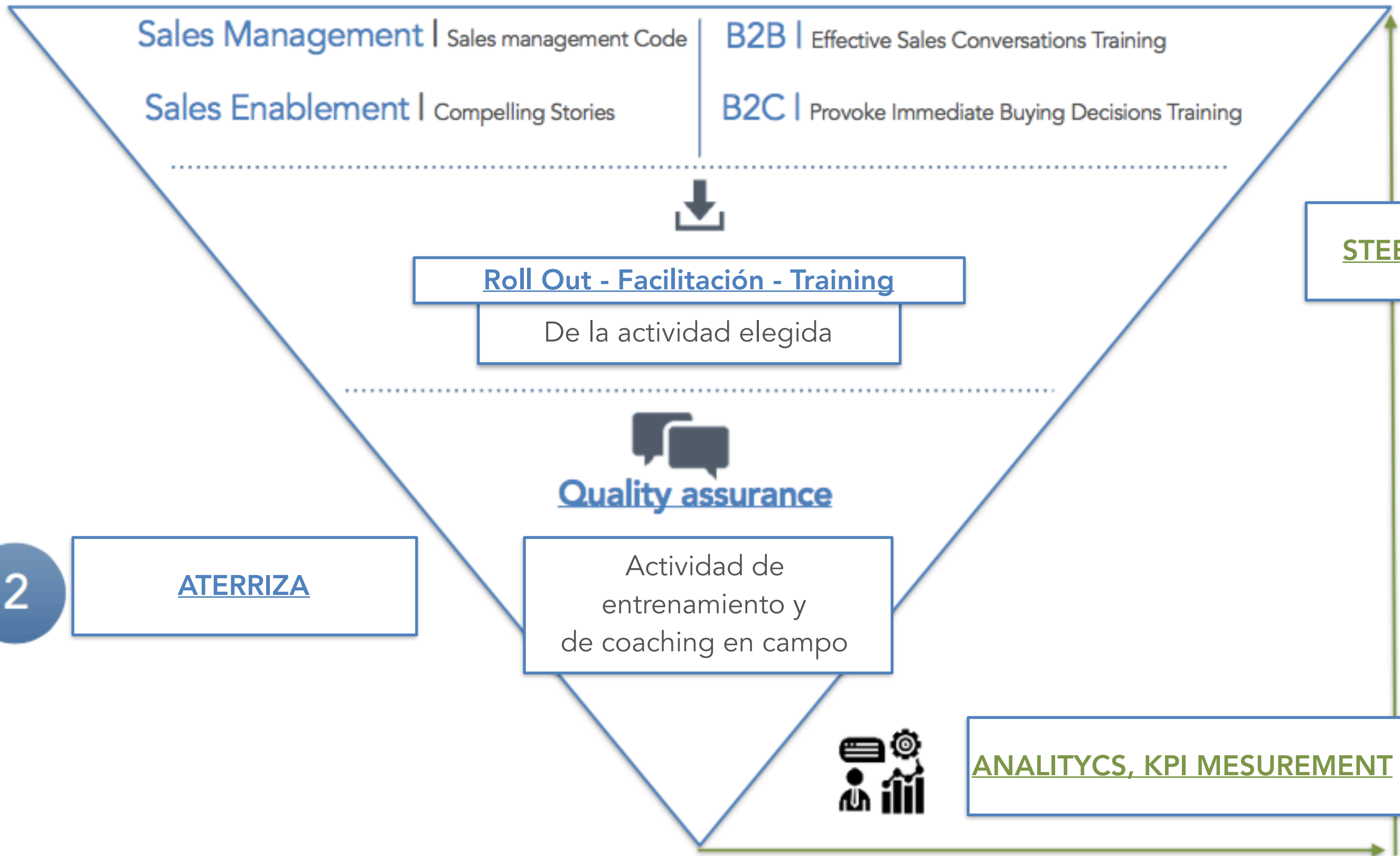
brand2live

1

ELIGE la solución más adecuada entre:

ACTIVIDAD ESTRATEGICA

ACTIVIDAD OPERATIVA



Roll Out - Facilitación - Training

De la actividad elegida



Quality assurance

Actividad de entrenamiento y de coaching en campo



ANALITYCS, KPI MESUREMENT

STEERING COMMITTEE

2

ATERRIZA

3

VERIFICA, MIDE Y EVALÚA



brandolive

SOLUCIONES ESTRATÉGICAS

Problema:

"El 93%* de los sales managers concentran sus energías únicamente en los objetivos y los resultados de la empresa y no en las actividades comerciales de sus propios vendedores, únicos sobre los cuales pueden influir. El 77%** declara que NO tiene las habilidades y el conocimiento para "entrenar" (coaching) el talento de sus vendedores."

*Fuente Harvard Business Review **Fuente Vantage Point Performance

¿La solución? Sales Management Code Training

Potenciar a los sales managers implica que dominen el poderoso instrumento operativo de Sales Management. Les habilita a ser capaces de identificar las actividades de alto impacto en las cuales enfocar a los vendedores, así como planificarlas y acompañarlas con coaching de ventas y posteriormente efectuar la medición para influir en la consecución de objetivos.

Problema:

"El 84%* de las conversaciones de ventas son nulas de facto o con clientes que deciden no comprar. La causa** principal viene dada por la desalineación entre los mensajes recibidos de los vendedores respecto a los comunicados por marketing."

*Fuente: salesforce.com **Fuente: Harvard Business Review

¿La solución? Compelling Stories Project

Un proyecto *ad hoc* estratégico de Sales Enablement, que facilita la alineación entre marketing y ventas, orientado a crear una o más historias (contenidos) a favor de las conversaciones de los vendedores con el cliente.

Fase 1

Identifica la solución más adecuada entre las distintas soluciones.

Fase 2

Fase 3



brandolive

SOLUCIONES OPERATIVAS

“El 72% de los sales managers del top 1000 Fortune consideran que sus vendedores no tienen suficientes habilidades y conocimientos sobre el funcionamiento del proceso de toma de decisión humano.*

*Es por eso que el 65%** de ellos no logra sus objetivos.”*

*Fuente: Harvard Business Review **Fuente: Vantage Point Performance

¿Las soluciones?

B2B | Effective Sales Conversation Training: El proceso formativo más completo que permite a sus vendedores aprender el método más eficaz de captación de la atención del cliente, creando urgencia e inspirando la compra. Su singularidad viene dada, en la base del método, por la evidencia científica del funcionamiento del proceso de toma de decisión así como por la facilidad de aprendizaje dinámico en campo.

B2C | Provoke Immediate Buying Decision Training: El proceso formativo que permite la puesta en marcha y posterior aceleración del proceso de toma de decisión del cliente. Una fórmula potente, directa y sencilla que concilia los resultados de diversos estudios científicos con aquellos resultantes de la investigación sobre la observación de los comportamientos humanos en la toma de decisión.

Fase 1

Identifica la solución más adecuada entre las distintas soluciones.

Fase 2

Fase 3



brandolive

Problema:

Las razones por las que las formaciones, independientemente de su valor, son ineficaces son:*

- *Falta de seguimiento.*
- *La poca voluntad y determinación de los participantes por poner en práctica lo aprendido.*
- *Escasas competencias de los managers para trabajar junto con su gente realizando actividades de coaching y revisión del feedback.*

* Fuente Forbes

¿La solución? **Quality Assurance Project**

Actividad de afianzamiento operativo en campo, que se combina con cada una de las soluciones de Brand2live, que permite maximizar la eficacia de las formaciones realizadas y garantizando su aterrizaje en las actividades diarias.

Coaching de campo para managers y vendedores, en forma de afianzamiento, tanto de forma remota como en vivo por parte de consultores especialistas de Brand2live.

Fase 1

Fase 2

asegúrate de que se ponga en práctica.

Fase 3



brand2live

Problema:

“El 75%* de los managers no está satisfecho con los procesos formativos en las empresas ya que no corresponden a sus exigencias y por no percibir su impacto real al no ser capaces de medirlo.”

* Fuente Forbes

Steering Committee

Actividad estratégica periódica de control y/o revisión de progreso del proyecto, que involucra Brand2live con los responsables de seguimiento del proyecto.

Intelligence & Data

Recopilación de información en forma de entrevistas pre y post proyecto.
Interpretación de datos para definir las estrategias y procesos/soluciones más eficaces en línea con las expectativas de los managers. La recopilación de información desde el punto de vista de los participantes en el proyecto permite evaluar el nivel de aprendizaje y arraigo de la nueva cultura.

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Verifica, mide, evalúa.



brand2live



¿Te gustaría saber más?

brand2live.com

brand2live