

ACTITUDPRO

I N S I N G H T S



Artículo

► 6 APPS de IA para el directivo (pág. 2)

Artículo

► Balance de la Tabla de Entrenamiento comercial (pág. 3)

Entrevista

► Entrevista a Mónica Monge Consultora Asociada AP (pág. 4)

Consolidación del tercer SIF dedicado a la IA en las ventas

Por Jose Martrat, CEO de ActitudPro

El pasado 25 de abril se celebró el Sales Innovation Forum 2023 en el auditorio de la U.P.F. de Barcelona. En él Fede Martrat, presentó las claves de la IA en las ventas y dio a conocer los resultados del III Estudio de Salud Digital corporativa.

La apertura fue a cargo de M.^a Eugenia Gay, Exdelegada del Gobierno en Catalunya, quién enfatizó el prisma humanista del uso de la IA y la necesidad de que los estados garanticen los derechos fundamentales.

La mesa redonda, moderada por José Martrat, contó con un panel de lujo en el que se vieron representados varios sectores: La industria mediante Birgit Zondler, Gerente de GEZE Iberia; que nos habló de su concepto de escaleras o toboganes para idear el grado de facilitación o dificultad en la experiencia de cliente. Xavier Mon, representó al sector retail como ex vip de Food and Ice cream de Unilever, incidió en usar la IA en formato híbrido on and off, para facilitar las visitas que aporten valor añadido y digitalizando los procesos repetitivos rutinarios, permitiendo al comercial abarcar una mayor cuota del mercado. Alberto López, Dir. Com. en Porsche Ibérica representando a la automoción; presentó el algoritmo de Porsche que calcula el mejor momento para ofrecer a sus clientes la compra de un nuevo modelo en función del valor de venta de su coche en el mercado de segunda mano. David Giménez, Director ejecutivo en PIMEC, fue la voz del sector institucional de las pymes; reclamó mayor eficacia en el acompañamiento gubernamental y la necesidad de formación continuada para evitar la brecha digital.

Adiós al vendedor tradicional off-line

por M^a Cruz Vaquerizo Consultora Senior de ActitudPro

La figura de vendedor tradicional y deslizado de Internet tiene los días contados. Las cifras demuestran que a pesar de que la inmensa mayoría -el 98%- de los directores comerciales se siente preparado para usar herramientas digitales y afrontar con éxito la digitalización del proceso comercial, más de la mitad (54%) suspende las capacidades digitales de sus equipos comerciales, según desprende del III Estudio de Salud Di de las Empresas presentado en el marco del Sales Innovation Forum 2023 by ActitudPro.

Esta dicotomía nos obliga a replantear el punto de partida del nivel de digitalización de las empresas y dar un salto hacia adelante para buscar nuevas soluciones que les ayuden a vender más y mejor.

La Inteligencia Artificial plantea nuevos desafíos y oportunidades en el ámbito empresarial, que no podemos dejar escapar. En los últimos años, hemos visto cómo Internet iba apoderándose de las estructuras de ventas; hemos visto cómo la digitalización ha ido cristalizando, se ha implementado la **omnicanalidad** y los clientes y las oportunidades de venta llegan a la empresa desde todos los canales. De hecho, ya se está utilizando de forma corriente en muchos departamentos de la empresa y ayuda a cualquier vendedor autónomo a ser más eficiente y a mejorar la productividad.

Hablar de Inteligencia Artificial significa hablar de **la capacidad de las máquinas de realizar tareas que habitualmente hasta ahora solo realizaban con la intervención de la inteligencia humana**. El hecho es que, si las máquinas se aplican en los más diversos campos, por qué no pueden usarse también en los procesos comerciales. Así, el vendedor

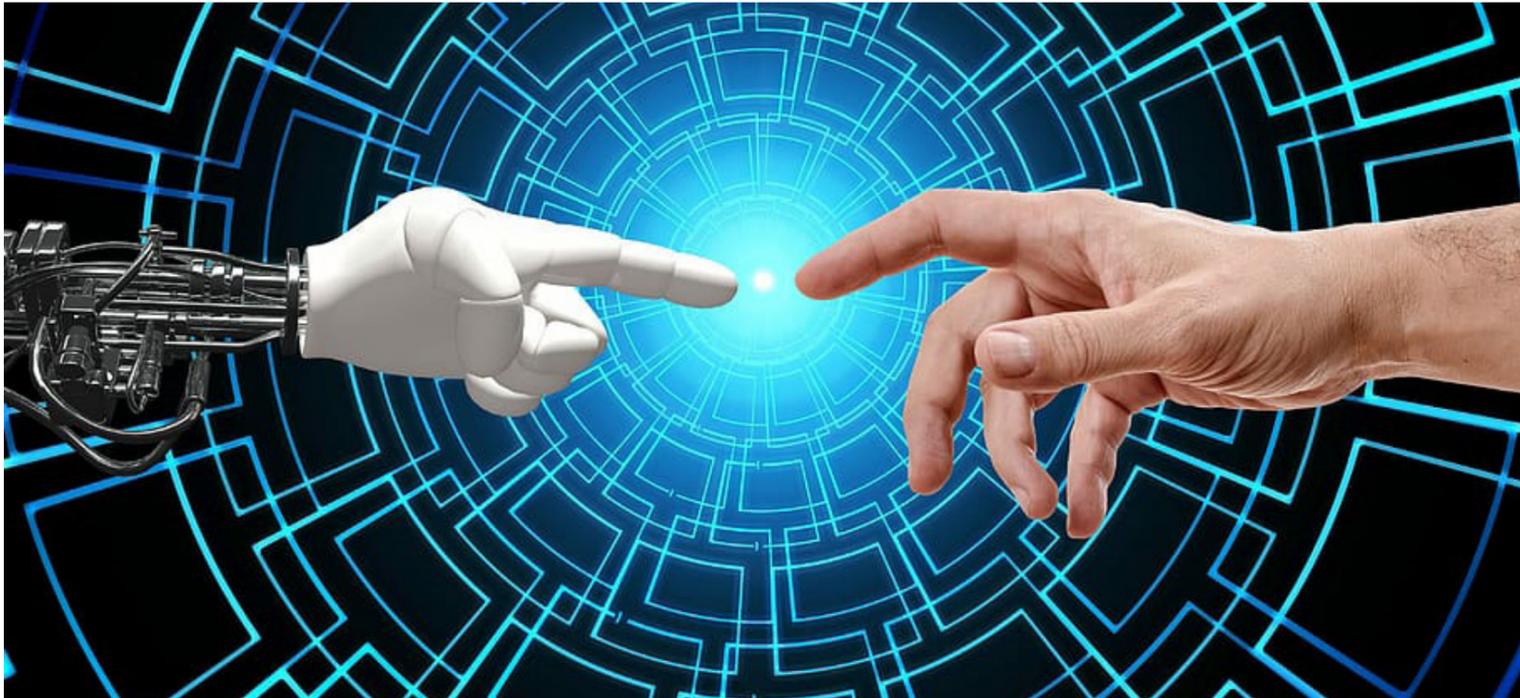
se convierte en conductor de una máquina que utiliza diferentes herramientas para llegar y atender más y mejor a un cliente que ahora es omnicanal. Pero hay que buscar las herramientas que nos aporten valor real y, sobre todo, nos diferencien, porque cada vez cuesta más mantener el vínculo.

Existe una segunda velocidad de la IA aplicada en las ventas, en la que se **identifican varias tendencias que marcan un nuevo horizonte en el proceso comercial**. Por poner un ejemplo: ya existe en el mercado tecnología preparada para identificar el precio máximo que un cliente es capaz de pagar y, de la misma manera que los algoritmos de Meetic o Netflix, hoy se están fabricando programas avanzados que identifican, a partir de universo de clientes potenciales, cuáles de estos son más susceptibles de comprar un producto o un servicio. **El cálculo del momento perfecto para abordar a un cliente, proponerle una visita o realizar una visita de venta también es otra de las principales aplicaciones de la IA y que ya utilizan los call center** (¡aunque a veces no lo parezca!).

Las estadísticas demuestran que las **empresas que están empleando IA** de forma más o menos incipiente en sus procesos de venta, tienen **mejores resultados que la media**. Por tanto, la profesión de vendedor tiene todavía días esplendorosos en el horizonte, pero es necesario que el profesional comercial se adapte y sepa conectar con el entorno digital. Todos estos sistemas de innovación tecnológica aplicada a las ventas, lejos de reemplazar al vendedor, le ayudarán a homogeneizar y a ser más efectivo y eficaz en el proceso comercial.

6 Aplicaciones de Inteligencia Artificial para el directivo

por Jose Martrat. Socio Director de ActitudPro



En ActitudPro, tal y como anunciamos en nuestro III SIF hemos ayudado a varias empresas a automatizar sus procesos de ventas incorporando herramientas de IA y también a sus líderes y equipos.

Como se avanzaba en las conclusiones del III Estudio de Salud Digital en las Organizaciones, el 98% de los directores comerciales se siente preparado para usar herramientas digitales y afrontar con éxito la digitalización del proceso comercial, es por eso que hemos querido traer un recopilatorio de las herramientas de IA más recomendadas para los líderes comerciales.

ChatGPT: La más conocida y utilizada. Pero más allá de su utilidad para la creación de contenido y posible personalización de este a nuestros clientes también nos puede ayudar como líderes para contemplar diferentes escenarios antes la **toma de decisiones**, si bien es primordial presentar los datos e información relevante de forma estructurada, nos puede ayudar a hacer estimaciones y recomendaciones. Así mismo también se puede utilizar para **detectar patrones de comportamiento en nuestros equipos**, **analizar las comunicaciones escritas** y así **poder mejorar la claridad, la persuasión y el impacto de tu mensaje**.

AIPRM: La elección precisa de palabras al interactuar con ChatGPT es **crucial para aprovechar al máximo su capacidad en la generación de textos sobre productos, servicios y discursos comerciales**. Y las empresas conscientes de ello, cada vez buscan más profesionales capaces de encontrar las preguntas adecuadas para obtener respuestas relevantes, creando así contenido único para su estrategia de ventas. AIPRM, es un complemento eficiente para ChatGPT que ofrece prompts listos para usar. Solo necesitas personalizar la

información que requiere cada prompt para conseguir una información más valiosa y cualificada.

Plugin ChatGPT Writer: Consiste en una extensión gratuita y compatible con navegadores basados en Chromium, que está especialmente optimizado para Gmail. Esta herramienta totalmente gratuita hasta la fecha puede ayudarnos agilizando la **redacción de correos electrónicos y mensajes efectivos**. Con su capacidad de generar respuestas de alta calidad en múltiples idiomas, el plugin ChatGPT Writer se convierte en una valiosa ayuda para los directores comerciales en su comunicación escrita.

Mem it: Definida como “**el primer espacio de trabajo autoorganizado del mundo**” esta herramienta ayuda a simplificar la organización diaria y tener toda la información centralizada: notas, páginas webs, enlaces y nuestro correo electrónico. Mem it es capaz de **predecir en base a la infomación incorporada y capaz de encontrar patrones entre la misma**. Una gran alternativa para los usuarios de Notion o Evernote que quieran llevar su organización al siguiente nivel, por este motivo también está contemplada la importación de notas desde estas dos plataformas. Aunque Mem it requiere de una suscripción de pago también cuenta con una versión gratuita para conocer sus funcionalidades y poder verificar si puede aportar valor en materia de productividad y organización a nuestro día a día.

Walaxy: Utiliza la inteligencia artificial y automatización, a su vez simplifica y optimiza el proceso de prospección comercial y seguimiento de clientes potenciales. La plataforma permite generar campañas comerciales segmentadas para hacer prospección partiendo de LinkedIn. **Genera nuevos contactos, interactúa con ellos, consigue captar su interés para conseguir un lead cualificado** y comparte

contenido con contactos de primer grado, entre otras funcionalidades.

Waalaxy también ofrece análisis y métricas en tiempo real para evaluar el rendimiento de las campañas y ajustar las estrategias y mensajes en consecuencia. Con Waalaxy, se pueden aumentar los ratios de visitas comerciales reduciendo el esfuerzo individual para cada cliente y así conseguir ventas de una forma más eficiente para nuestros equipos. Además, esta herramienta permite conocer los resultados de las campañas a nivel individual o de equipo.

Reply.io: Aunque esta herramienta puede parecer un asistente de correo electrónico más impulsado por inteligencia artificial lo cierto es que lo que realmente le diferencia es su **orientación a las ventas**. Reply nos promete aumentar las tasas de apertura y respuesta de los emails a clientes potenciales. Además, sus capacidades de seguimiento de correos electrónicos te permiten evaluar rápidamente el nivel de interés de los prospectos y así poder ajustar tu estrategia de ventas de manera efectiva. **Capacidad para sincronizarse con los principales CRMs del mercado** y un amplio repertorio de Apps. Reply.io ofrece una versión gratuita durante 14 días.

Las herramientas de IA mencionadas ofrecen un conjunto diverso de capacidades que pueden potenciar la labor de los líderes comerciales. Desde la generación de contenido personalizado hasta la automatización de tareas repetitivas, estas herramientas permiten a los equipos comerciales optimizar su tiempo, mejorar la comunicación y maximizar las oportunidades de venta. Al adoptar estas soluciones tecnológicas las empresas se posicionan de manera más competitiva en el mercado actual y logran resultados comerciales sólidos y sostenibles.

Balance de las primeras 24 semanas de la Tabla de entrenamiento comercial

por Álvaro Peinador Director ActitudPro Madrid

ActitudPro ha diseñado la Tabla de Entrenamiento comercial mediante 48 habilidades del vendedor completo, que configura un plan de entrenamiento pensado para ser implementado en aquellas competencias que el profesional de ventas necesite desarrollar.

Desde 1º de enero de 2023 hemos ido publicando cada semana en la cuenta de LinkedIn de Actitudpro un resumen de unas 100 palabras de los contenidos de cada una de estas habilidades y por orden, en español y en inglés. Hemos logrado unas 30.000 visualizaciones en total. Cada una enfocada en un aspecto específico del proceso de ventas. Ahora en el ecuador de este proceso, es hora de hacer balance.

Durante las primeras semanas, se ha abordado la importancia de establecer metas claras y desarrollar una mentalidad enfocada en el éxito. Los vendedores deben tener objetivos específicos y mantener una actitud positiva y proactiva para lograr resultados exitosos en las ventas.

En las semanas siguientes, se ha destacado la necesidad de desarrollar habilidades de escucha activa y empatía. Los vendedores deben ser capaces de comprender las necesidades y deseos de los clientes para poder ofrecer soluciones personalizadas que satisfagan sus demandas.

Otro aspecto clave que hemos destacado de la tabla de entrenamiento es la gestión adecuada de la energía. Los vendedores deben aprender a priorizar tareas y evitar invertir tiempo y energía en actividades que no contribuyen al cierre de ventas. La planificación y organización son fundamentales para maximizar la productividad.

También, a lo largo de las semanas hemos hecho hincapié en la importancia de la comunicación no verbal. Los vendedores deben ser capaces de interpretar el lenguaje corporal y las expresiones faciales de los clientes para ob-

tener información adicional sobre sus necesidades y reacciones emocionales.

Posteriormente en los últimos meses, se resalta la importancia de ser resistentes y comprometidos en el trabajo de ventas. Los vendedores deben ser persistentes y demostrar resiliencia ante los obstáculos y rechazos. Además, se alienta a los vendedores a desafiar las creencias y las formas tradicionales de hacer las cosas para encontrar soluciones innovadoras y disruptivas para los clientes.

Finalmente hemos abordado también la necesidad de ser proactivos en la captación de nuevos clientes y en la concertación de reuniones efectivas. Los vendedores deben ampliar su red de contactos, utilizar estrategias de marketing digital y establecer citas productivas para maximizar las oportunidades de venta.

Es crucial que sepa identificar y contactar a las personas clave dentro de las organizaciones, aquellas que tienen el poder de tomar decisiones de compra. Para ello, los vendedores deben desarrollar habilidades de influencia y persuasión.

La tabla de entrenamiento también enfatiza la importancia de comprender los motivos de compra de los clientes y adaptar el enfoque de venta en consecuencia. Además, se abordarán habilidades como la gestión de objeciones, la negociación y el cierre de acuerdos.

Mantener relaciones a largo plazo con los clientes y fortalecer la cartera de clientes existentes también se consideran aspectos fundamentales para el éxito en las ventas como la actualización continua y el aprendizaje para mantenerse al tanto de las tendencias y novedades en el ámbito

comercial.

Así pues, en estas primeras 24 semanas nos hemos enfocado a una amplia gama de habilidades y competencias necesarias para tener éxito en el campo de las ventas, refiriéndonos a la preparación mental, la preparación técnica del vendedor, y la detección de necesidades, pasando por establecer metas claras y desarrollar una mentalidad de éxito.

A lo largo de este año esperamos haber logrado unas 80.000 visualizaciones. En los próximos meses abordaremos las distintas fases de la venta consultiva y la fidelización de cliente, con el mismo formato e iremos generando también un post semanal con una breve introducción de cada una de ellas, todo ello con el fin de ayudar al vendedor o vendedora o a su responsable a que sea más profesional y efectivo.



Entrevista a Mónica Monge Coach de salud en el ámbito laboral

“La mayoría de las personas que viven en el estrés no lo saben y creen que es lo normal”

por Fede Martrat. Socio Fundador de ActitudPro

Hoy tenemos con nosotros a **Mónica Monge**, terapeuta, coach de salud, especialista en bienestar personal y laboral, y consultora asociada en ActitudPro. Donde acompaña a los equipos y organizaciones a alcanzar su máximo potencial a través del bienestar personal y laboral.

Mónica, parece que cada vez se habla más sobre el concepto de bienestar, pero en concreto, ¿nos podrías detallar cómo se relaciona este bienestar con el entorno laboral?

Mónica Monge: Este concepto ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, siendo cada vez más importante el bienestar psicofísico de la persona trabajadora. Cada vez más empresas incluyen un departamento de bienestar, muchas veces formando parte de los valores de la Empresa.

Igual que no podemos separar cuerpo y mente, no podemos separar en una misma persona su ámbito laboral del personal, uno está influido por el otro; y hasta ahora los empleados han tenido que buscar solución por su cuenta ya que no era contemplado por la empresa.

Comentas que no se puede separar la parte personal del ámbito laboral, ¿por qué es tan importante cuidarse y cómo influye en el día a día del trabajo?

M.M.: Nuestro cuerpo es nuestra principal herramienta de trabajo, por lo que debemos mantenerlo en condiciones, al igual que lo hacemos con las herramientas laborales. Debemos aprender a organizarnos a nivel de cuidado y darle el espacio que necesita.

No tener nuestra principal herramienta en condiciones puede influir en numerosos aspectos, algunos son: el foco y la claridad mental; en el estado anímico en el puesto de trabajo; en el rendimiento laboral y la productividad... cuidándonos e integrando hábitos saludables en el trabajo,

podemos reducir el número de bajas laborales, mejorar la productividad y el rendimiento, aumentando la energía, ayudar a que se sientan más felices, a mejorar su capacidad comunicativa y asertiva, a reducir el estrés... y esto tiene efecto expansivo, ya que un empleado que se siente bien, influye positivamente en el resto del equipo, de forma sistémica.

Sabemos que el estrés afecta enormemente al bienestar del empleado, pero ¿cómo influye la alimentación en concreto en mi bienestar diario?

M.M.: Sabemos que unos malos hábitos alimentarios pueden estar relacionados con cansancio, baja energía, fatiga, foco y claridad mental, memoria, calidad del sueño y descanso, inflamación del cuerpo, más propensión a catarros y gripes, bajo estado anímico, desequilibrio hormonal...

Por eso es importante abordar el cuidado desde una perspectiva integral y no desde acciones disociadas y aisladas, que pueden ayudar a mantener los hábitos una vez integrados y aprendidos, pero que no facilitan la base de nuestro cambio.

¿A qué llamamos alimentación saludable? ¿cuál es la diferencia con la alimentación consciente? Por qué se suele acudir al nutricionista cuando queremos mejorar algo en concreto...

M.M.: Lo primero que me gustaría apuntar, es que alimentación saludable y consciente, van de la mano. Lo importante es trabajar desde el conocimiento, pero también desde la autoconsciencia para que puedas elegir qué comer.

Habitualmente acabamos haciendo lo que nos dice el experto sin saber ni entender por qué, y cuando ya no lo tenemos de apoyo volvemos a ir perdidos. La idea es poner a la persona en el centro para que se auto responsabilice y se comprometa con sus hábitos y pueda integrarlos como base de su Bienestar para siem-



pre. Debemos apuntar aquí que no estamos hablando de personas con patologías, que deberían acudir al especialista.

Volviendo a la importancia de nuestro cuerpo como herramienta. ¿Por qué es tan relevante cuidar la postura corporal?

M.M.: Desde una mirada más física, nuestro cuerpo es el que contiene y el que sostiene (el concepto de “recipiente” que ya apuntaba Tomás de Aquino) y recoge la Dra. Nazareth Castellanos en su libro Neurociencia del cuerpo, al igual que nos apunta que desde una mirada emocional, “el cuerpo es una bisagra que nos permite migrar de un estado a otro”.

Así como el cerebro interpreta la postura para inferir sobre nuestro estado, un cambio de postura puede contribuir a volcar una situación. Cuidar nuestra postura no sólo nos ayudará a aliviar malestares y dolores físicos, sino a mejorar nuestra actitud y estado anímico.

Esto es algo que disciplinas orientales como el yoga o el taichí ya lo tienen muy sabido e integrado, pero en nuestra sociedad no

se tiene muy en cuenta. Gracias al trabajo de investigación y divulgación científica de algunos profesionales, como esta neurocientífica, se empieza a aceptar en nuestra sociedad occidental.

Desde tu perspectiva de especialista ¿Cuál es el rol que deberían tomar las compañías al respecto?

M.M.: Implicación. ¡Sin duda! Cuanto mejor se sientan los equipos en su vida personal mejor estarán en el trabajo y viceversa. Y necesitamos ayuda. Hoy en día hay muchísima información que a veces hace el efecto contrario y nos bloquea porque ya no sabemos por dónde empezar ni seguir.

La mínima dosis efectiva es la que funciona en los cambios de hábitos y sobre todo tomar conciencia. La mayoría de las personas que viven en el estrés no lo saben y creen que es lo “normal”.

Hay que empezar a darse cuenta de lo que nos pasa, de cómo estamos y nos sentimos y saber qué podemos hacer para mejorarlo. Si esto se apoya desde las Empresas a través de programas formativos que ayuden en este conocimiento como hacemos desde ActitudPro... estaremos avanzando.

ACTITUDPRO

Barcelona +34 93 368 25 33 Balmes 245, 08006	Madrid +34 91 831 88 98 Velázquez 27, 28001	Andorra +376 85 56 56 Av. Sant Antoni 77	México DF +52 555 18 07 010 Isaac Newton 186, 11560
----------------------------------------------------	---------------------------------------------------	------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------

Para descargar la newsletter escanea este código QR

RED DE CONSULTORES ASOCIADOS EN:

Europa	América
Alemania: Berlín, Munich Francia: París, Annecy Portugal: Lisboa, Oporto	Suiza: Ginebra, Basilea Turquía: Estambul Andorra: Andorra la Vella México: C d México. Uruguay: Montevideo Brasil: Sao Paulo

actitud@actitudpro.com
www.actitudpro.com

@actitudpro_

