



Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

docebo[®]



Brandon Hall
GROUP

Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

Tabla de contenidos

Las necesidades de capacitación de ventas más urgentes	3
Retos de capacitación	4
El impacto del contenido personalizado	4
El tiempo invertido en capacitaciones de ventas	5
Audiencias externas de aprendizaje	5
Plataformas externas de aprendizaje	6
Modalidades de aprendizaje para audiencias externas	6
Resultados de aprendizaje de audiencias externas	6
El costo de la capacitación “cara a cara”	7
Lo que recibe por su dinero	7
Intercambio de conocimiento	8
El nuevo ADN del aprendizaje	9
Aplicar el intercambio de conocimiento	9
Estrategias de capacitación de ventas	10
Aportes clave	11
Autores	12
Acerca de Docebo	13
Acerca del grupo Brandon Hall	14

Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

Las necesidades de capacitación de ventas

Cuando las organizaciones miran sus funciones de ventas, la necesidad más apremiante es el desempeño de ventas. Incluso si todo funciona a la perfección, la mejora del rendimiento de las ventas es siempre una meta. Solo el 11% de las empresas cree que no tienen nada que mejorar en lo que se refiere a las ventas.

Las empresas utilizan la [capacitación en ventas](#) para lograr muchos objetivos, el más importante de ellos es mejorar el desempeño de sus profesionales de ventas y cultivar relaciones sólidas con los clientes. Muchas organizaciones también quieren usar los datos que están recopilando para tomar mejores decisiones, así como explorar una variedad más amplia de modalidades y tecnologías de aprendizaje.

Las habilidades de ventas que necesitan mejorar



Áreas de la capacitación de ventas que necesitan mejorar



Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

Retos de capacitación

Algunos retos son universales para todos los tipos de capacitación. La capacitación de ventas presenta su propio conjunto de retos únicos, así como:

Los empleados están muy ocupados para tomar la capacitación. Ellos tienen muchas otras prioridades

Los empleados piensan que ellos ya conocen el material, así que no deben completar la capacitación

La capacitación tiene una mala reputación, así que los empleados lo evitan a toda costa

Los sistemas son difíciles de utilizar

Nada parece ser relevante

Los productos están siendo mejorados completamente.

Nuevos productos son lanzados

El panorama competitivo siempre está cambiando

Los necesidades de los clientes se están adaptando

Las mejores prácticas de ventas están evolucionando

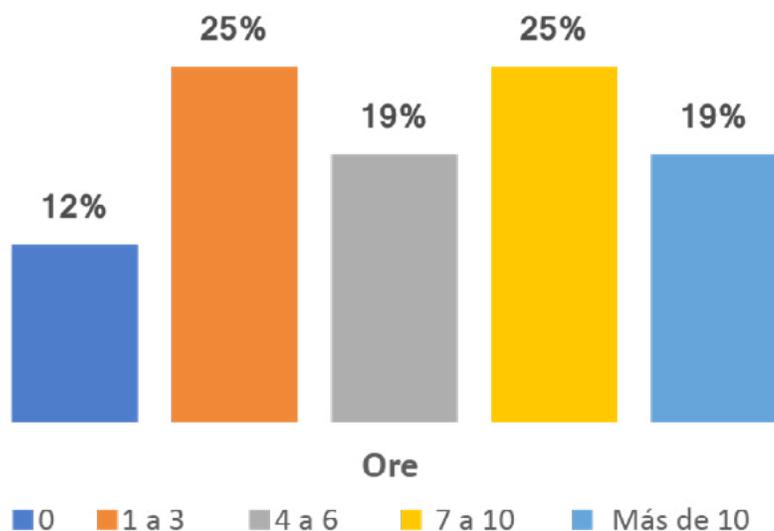
El impacto del contenido personalizado

Con la relevancia y la redundancia siendo tales desafíos, las organizaciones deben ser capaces de [personalizar el aprendizaje](#) para cumplir con las necesidades del equipo de ventas. Sin embargo, más de la mitad de las empresas dicen que no pueden hacer eso.



Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

El tiempo invertido en capacitaciones de ventas



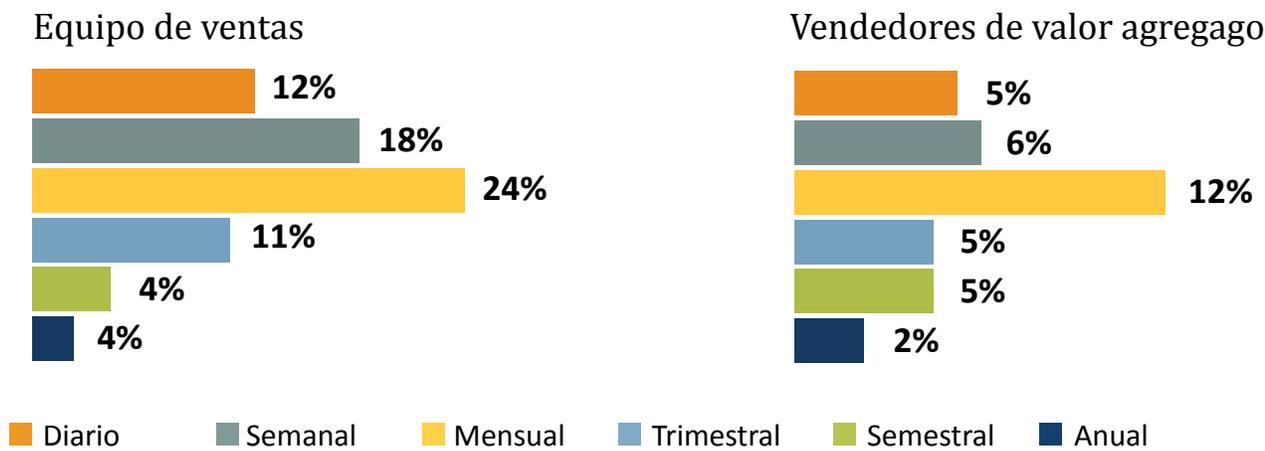
Otro factor es que las personas pueden invertir una parte significativa de su tiempo en la capacitación de ventas. Cerca del 20% de las empresas dicen que sus empleados invierten más de 10 horas anuales en entrenamiento de ventas, y esto incluye a todos los empleados, no solo los profesionales de ventas.

Brandon Hall Group, Evaluación corporativa de capacitación 2017

Audiencias externas de aprendizaje

Otro aspecto de la capacitación en ventas es la [capacitación de grupos externos](#). Puede ser un equipo de ventas externo, o una serie de socios de canal, o revendedores que venden los productos de la compañía junto con otros. Asegurarse de que estas audiencias tengan el mejor conocimiento y el más actual es crítico en un mercado competitivo. Más de la mitad de las empresas dicen que necesitan llegar a sus audiencias de ventas externas con el aprendizaje más de una vez por mes, con el 12% diciendo que es diario.

Frecuencia de alcance

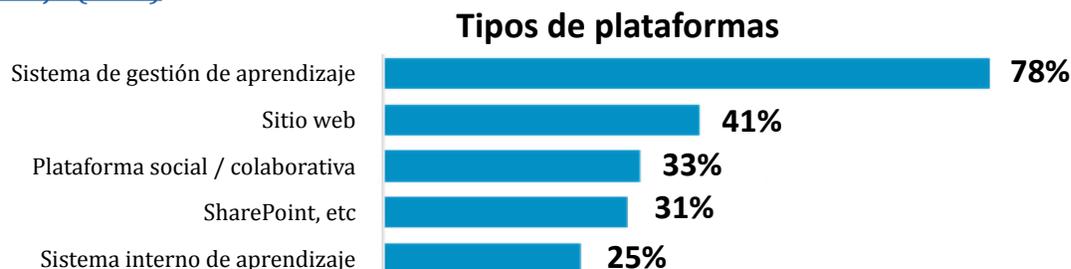


Brandon Hall Group, Aprendizaje de la empresa extendida 2017

Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

Plataformas externas de aprendizaje

Las empresas que necesitan llegar a estas audiencias de ventas externas usan una variedad de herramientas para llevar esto a cabo, pero la herramienta más común es el [sistema de gestión de aprendizaje \(LMS\)](#).



Brandon Hall Group, Aprendizaje de la empresa extendida 2017

Modalidades de aprendizaje para audiencias externas

El método de entrega de aprendizaje más común para las audiencias externas son las [aulas en persona](#), como lo es para casi cualquier tipo de capacitación. Esto representa un desafío porque los profesionales de ventas son las personas que menos pueden permitirse el tiempo fuera del trabajo, tanto desde una perspectiva organizacional como personal.

Modalidades usadas en el aprendizaje de audiencias externas

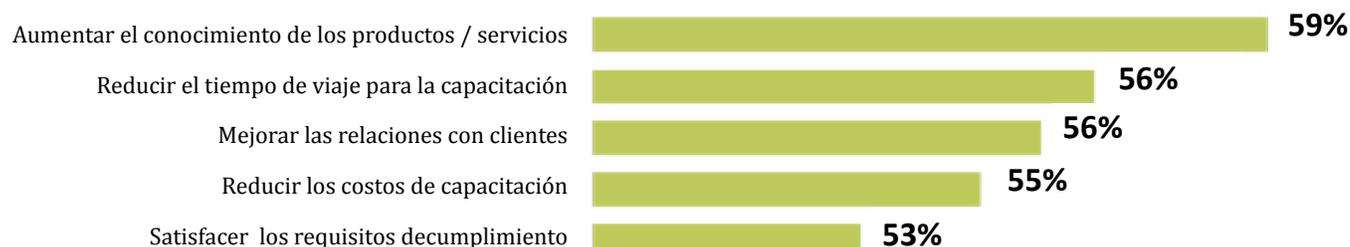


Brandon Hall Group, Aprendizaje de la empresa extendida 2017

Resultados de aprendizaje de audiencias externas

Entregar capacitaciones a audiencias externas genera grandes recompensas. Empresas que tienen este tipo de modelo informan resultados positivos en muchas métricas, incluida la reducción de tiempo de viajes y costos de capacitación, mejorando las relaciones con los clientes y aumentando las ventas.

Beneficios de la capacitación a audiencias externas



Brandon Hall Group, Aprendizaje de la empresa extendida 2017

Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

El costo de la capacitación "cara a cara"

Un evento de capacitación de ventas cara a cara puede ser bastante costoso, dependiendo del tamaño y el alcance. Cuando saca a los vendedores del teléfono, del piso o la carretera, siempre se pierden los costos de oportunidad porque los contratos no se cierran y los ciclos de ventas se extienden.

- Programa de ventas - \$3,500 - \$25,000
- Costo de tiquete aéreo - Promedio \$800 por persona
- Hotel - 3 noches \$2,000 por noche
- Comidas - \$150 por día
- Actividades de grupo - \$300 por persona
- Renta de salón de conferencia - \$2,500 al día
- Otros

Un evento para 25 personas puede costar conservadoramente más de **\$100,000**

No se olvide de las oportunidades de ventas perdidas durante este tiempo!

Fuente: Forbes

Lo que recibe por su dinero

Desafortunadamente, las investigaciones dicen que la mayoría del conocimiento impartido en el evento será perdida en las próximas semanas. Al momento en que las personas regresan al trabajo un par de días después, ellos están operando con solo un 25% de retención. Las empresas necesitan encontrar formas para prevenir la falta de retención del conocimiento del equipo de ventas y que recaigan a los hábitos antiguos.

La curva Ebbinghaus del olvido

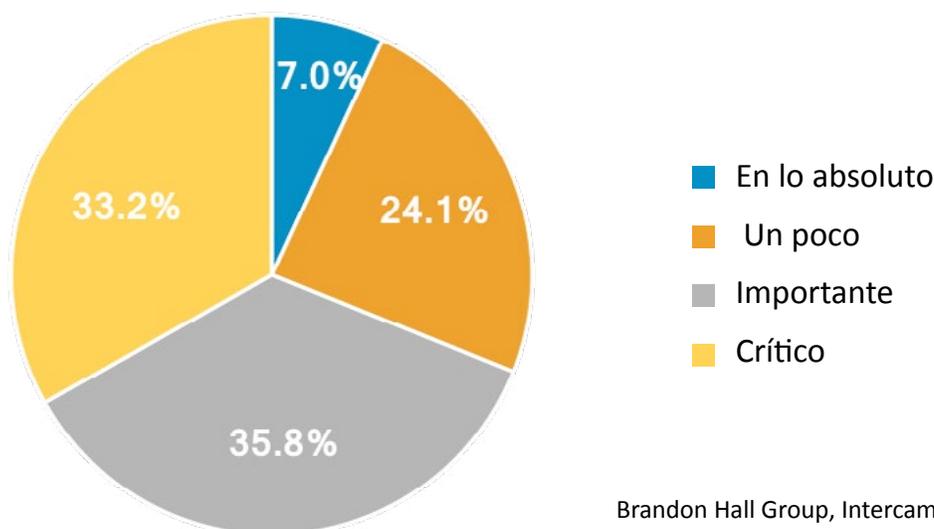


Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

Intercambio de conocimiento

Una gran parte de impulsar la retención es permitirle a los estudiantes compartir sus conocimientos entre ellos, especialmente a raíz de un evento de aprendizaje más formal. Noventa y tres por ciento de las empresas dicen que [el intercambio de conocimiento](#) es importante para el éxito de sus esfuerzos de ventas y mercadeo, y un tercio dice que la necesidad de habilitar las ventas es el principal impulsor de su estrategia de conocimiento completa. Los dispositivos móviles y video también se están convirtiendo en herramientas más importantes para aprender en manos de profesionales de venta.

Importancia del intercambio de conocimiento para las ventas y el mercadeo



Brandon Hall Group, Intercambio de conocimiento 2017

33%

De empresas identifican la habilitación de ventas como un impulsor de su estrategia de intercambio de conocimiento

67%

De empresas proveen dispositivos móviles a sus profesionales de ventas

48%

De empresas usan video para la capacitación de sus productos y servicios

Brandon Hall Group, 2017 Mobile Learning

Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

El nuevo ADN del aprendizaje

Para encajar en la vida del profesional de ventas moderno, la capacitación en ventas debe tener una composición genética completamente nueva. El curso y las clases seguirán siendo el núcleo, pero requieren un acceso más flexible al aprendizaje mientras están en el trabajo. Eso significa buscar desarrollar, adquirir y entregar aprendizaje que tenga estas características.

“Quiero mantenerme relevante en mi trabajo, ubicación y en mi ruta de desarrollo”

- Contextual -

“Necesita ser corto, Prefiero videos y actualizaciones rápidas”

- Pequeño -

“Aprendo mejor cada día y de manera espontánea”

- Informal -

“El aprendizaje debe suceder cuando tengo tiempo y cuando lo necesito”

- Móvil -

“Prefiero discusiones entre colegas y recomendaciones”

- Social -

2017 Brandon Hall Group

Aplicar el intercambio de conocimiento

Las empresas deben utilizar una [combinación de métodos](#) de intercambio de conocimiento e impulsar el desempeño.

- Preguntar a los expertos
- Obtener respuestas
- Crear recursos de conocimiento nuevo
- Darle seguimiento y recompensar
- Capturar y cargar
- Validar por medio de revisión entre colegas
- Distribución y uso
- Darle seguimiento y recompensar



Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

Estrategias de capacitación de ventas



Juego de roles virtual

Lo que una vez era un ejercicio tradicionalmente cara-a-cara ahora puede ser llevado a cabo en cualquier lugar, a cualquier momento. Los profesionales de las ventas pueden poner a prueba su conocimiento de producto, estrategias de objeción y mensaje al trabajar juntos mediante escenarios virtuales. El juego de roles de ventas virtual es una técnica que permite a los estudiantes a hacer errores constructivos cuando no les costará la pérdida de un contrato. Más importante, los gerentes pueden darle seguimiento a lo bien que un representante se desempeña en un ambiente controlado.



Gamificación

- Por naturaleza, los profesionales de ventas son un grupo competitivo. La [gamificación](#) los compromete y motiva al agregar una capa de elementos de juego y calificación en situaciones reales.
- Usted puede medir un estándar de desempeño mientras recompensa el comportamiento correcto de ventas. Usted puede usarlo para entregar un refuerzo positivo y gestionar la retroalimentación.
- Empleados de bajo rendimiento pueden ver como se comparan con otros colegas y acceder a las herramientas de capacitación necesarias para ayudarles a subir en la tabla de clasificación.



Videos cortos

Los profesionales de ventas son típicamente cortos de tiempo. No hay mucho tiempo entre oportunidades para llevar a cabo cursos largos de capacitación. Videos cortos han probado ser más efectivos que una hora de capacitación o días enteros de formación. Ya que el tiempo de atención continua disminuyendo. El brindar videos cortos de información puede llevar al aumento general de la retención del conocimiento. Video móviles permiten a los equipos a ver videos a su propio tiempo y en un lugar cómodo.

Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

Aportes clave

- **Los equipos de ventas requieren capacitación accesible.**
- **Limite la cantidad de tiempo fuera del trabajo.**
- **Los equipos de ventas aprenden mejor entre ellos. ¡Conéctelos!**
- **Los profesionales de ventas responden a los incentivos.**
- **El desempeño de ventas es una de las cosas más fáciles de medir. ¡Úselo!**

Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

Autores



David Wentworth es el analista de aprendizaje principal en el grupo Brandon Hall, centrándose en todos los aspectos del aprendizaje y la tecnología que lo apoya. David ha estado en el campo del capital humano desde 2005 y se unió a Brandon Hall Group como analista principal de aprendizaje en el 2012.



Josh Squires anteriormente se desempeñó como Oficial Principal de Aprendizaje de [Docebo](#) EMEA. Josh ha pasado los últimos 15 años investigando e implementando soluciones de aprendizaje creativo en entornos corporativos y de educación superior. Con clientes que van desde Motorola hasta Disney, ha estado en la etapa de diseño e implementación de una amplia gama de soluciones de aprendizaje con clientes de todo el mundo. Josh también ha enseñado la teoría y las herramientas de la Tecnología de Instrucción como consultor y miembro de la facultad durante más de ocho años en entornos corporativos y de educación superior.

Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

Acerca de Docebo



[Docebo](#) es un [Sistema de gestión de aprendizaje \(LMS\)](#) basado en la nube diseñado para aumentar el rendimiento y el compromiso del aprendizaje. La plataforma Docebo para el aprendizaje en línea se adopta por su facilidad de uso y su capacidad para combinar la asesoría con el aprendizaje formal y social, un enfoque que ha sido validado a través de una amplia investigación y se conoce como el modelo 70:20:10. Su tecnología y procesos ayudan a las organizaciones a lograr que sus empleados aprendan más rápido y a generar conocimiento que conduzca a un mayor éxito comercial.

Vendido en más de 80 países y ofrecido en más de 35 idiomas, Docebo (en latín significa “enseñaré”) tiene más de 1,300 clientes en todo el mundo y ofrece una solución empresarial para medianas y grandes empresas que necesitan capacitar a empleados, clientes, socios y otros partes interesadas. Además de ser anunciado por PCMag.com como “la mejor plataforma de aprendizaje en línea para empresas en el mercado”, Docebo ha recibido numerosos elogios de la industria por su tecnología y enfoque para mejorar los resultados de aprendizaje para sus clientes.

Docebo tiene oficinas en Europa, Asia y Norte América y actualmente es una de las empresas de mayor crecimiento en el mercado de tecnología para el aprendizaje.

¿Tiene curiosidad de como Docebo le puede ayudar a su empresa a impulsar mejores resultados?

Comience hoy su prueba gratuita por 14 días

Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

Acerca del grupo Brandon Hall

[Brandon Hall Group](#) es una firma de investigación y consultoría de HCM (gestión de capital humano) que ofrece información sobre áreas clave de desempeño, desarrollo, gestión de talento, desarrollo de liderazgo, adquisición de talentos y gestión de recursos humanos.

Con más de 10,000 clientes a nivel mundial y 20 años de servicios de investigación y asesoramiento de clase mundial, el grupo Brandon Hall se enfoca en desarrollar investigaciones que impulsan el desempeño en organizaciones emergentes y grandes, y proporciona una visión estratégica para ejecutivos y profesionales responsables para el crecimiento y los resultados empresariales.

Nuestra visión: El inspirar a una mejor experiencia en el lugar de trabajo.
Nuestra misión: Potenciar la excelencia en organizaciones de todo el mundo a través de nuestras investigaciones y herramientas todos los días.

Suscríbese a nuestra herramienta interactiva de análisis corporativo de datos: **DataNow®**

Todos los datos de nuestros estudios están disponibles mediante la suscripción a DataNow®. DataNow® es la herramienta interactiva de análisis corporativo de datos de datos del grupo Brandon Hall. Las organizaciones lo utilizan para tomar decisiones basadas en datos, encontrar prácticas líderes, puntos de referencia y más. También puede filtrar los datos por tamaño de empresa, ingresos y segmentos de la industria para darle una vista totalmente personalizada. [Obtenga más información.](#)

Nuestros servicios

OBTENGA AYUDA PARA IMPULSAR RESULTADOS PARA SU TALENTO

En el actual y volátil clima global de negocios, la gestión del talento de alto desempeño, juega un papel cada vez más crucial en el crecimiento de una organización y su éxito futuro. La gestión eficaz del talento es una prioridad absoluta en las organizaciones de todo el mundo porque, si bien las organizaciones reconocen la necesidad de obtener y retener a las personas con las mejores habilidades, continúan luchando para implementar estrategias efectivas para hacerlo. Los profesionales de RRHH y profesionales de la capacitación deben ser capaces de definir con éxito las necesidades y habilidades del talento de la organización, identificar las fortalezas del talento y las metas profesionales, además de alinear las necesidades de la organización con las necesidades individuales. Reconsiderar su estrategia, validar sus suposiciones, transformar su negocio y optimizar su tiempo con el uso de datos confiables, herramientas, y orientación.



PLANEAR



ATRAER



DESARROLLAR



DESEMPEÑAR



RETENER



OPTIMIZAR

Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

Nuestros Servicios (Continuación)

OBTenga AYUDA CON SU GESTIÓN DE SERVICIOS DE RRHH Y SU ENTREGA

Como se describe en el ciclo de vida de los empleados, los procesos están vinculados a los procesos transaccionales de los empleados (por ejemplo, compensación, beneficios, cumplimiento, gestión de la fuerza laboral, etc.) a través de la planificación y el análisis del personal.

- Políticas / Proceso / Procedimiento
- Nómina
- Administración de gastos
- Beneficios y compensación
- Gestión de la fuerza laboral contingente
- Cumplimiento
- Gestión del tiempo y del trabajo

OBTenga AYUDA DE ASESORÍA CON...

- Estrategia y planificación
- Gobierno y alineación de Negocios
- Dirección ejecutiva
- Desarrollo de equipo
- Medición y análisis
- Diseño e implementación de programas de selección de tecnología, gestión e integración
- Estructura organizativa
- Medición y análisis
- Gestión del cambio
- Presupuesto y previsión

Cómo el aprendizaje puede impulsar el desempeño en las ventas

La membresía ofrece soporte personalizado

En el centro de nuestras ofertas está un programa de membresía que combina investigación, benchmarking y acceso ilimitado a datos y analistas. El programa de membresía ofrece ideas y mejores prácticas para permitir a los ejecutivos y profesionales tomar las decisiones correctas sobre personas, procesos y sistemas, en conjunto con los servicios de asesoramiento de los analistas que tienen como objetivo poner la investigación en acción de una manera que sea práctica y eficiente. La membresía también le proporciona el acceso a nuestro experimentado equipo de líderes de pensamiento los cuales están dedicados a su éxito, respaldados por una excelente comunidad de miembros, y apoyo proactivo de parte de nuestro equipo de servicios al cliente.

ACCESO A LA INVESTIGACIÓN Y EVENTOS

- Reportes
- Estudios de caso, marcos y herramientas
- DataNow® y TotalTech®
- Webinars e investigaciones
- Conferencia anual de HCM

APOYO DE CONSULTORÍA

- Pregunte al experto
- Consultas 1 a 1
- Reportes de investigación
- Benchmarking

PLAN DE ÉXITO DEL CLIENTE

- Sus prioridades
- Patrocinador ejecutivo
- Cliente asociado
- Reuniones mensuales

HAGA CLIC AQUÍ PARA APRENDER MÁS