

Selección de objetivos

- Testimonial -

Todas las empresas quieren facturar más.

Vendiendo más,
a más gente o más caro, pero ...

¿Cuál es tu objetivo estratégico ?

(puedes tener más de uno)



NEOSA
Creadores de Método



60

Tiempo dedicado (días), a I + D + i donde se incluyen la consultoría del cliente, la verificación de idoneidad frente a su competencia y la elaboración de las correspondientes **HERRAMIENTAS** de **VENTA**.



3/5

Grado de dificultad que se adjudica al trabajo en cuestión a tenor de parámetros que en cada uno de ellos se detallan y bajo estricto cumplimiento de nuestra posición como comisionista.



30

Tiempo transcurrido (días), hasta que emergen **NUEVOS INGRESOS** atribuibles a nuestra intervención en forma de entradas de caja y a contar desde la puesta en marcha tras periodo de I + D + i



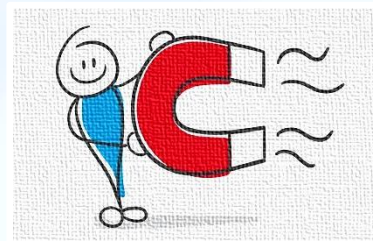
71 %

Objetivos alcanzados en su primer tramo temporal, habida cuenta de que en algunos de los casos y dada su naturaleza cualitativa, se corresponden con el valor medio de resultados obtenidos al cierre del primer trimestre de nuestra actuación.

CAPTAR CLIENTES NUEVOS

- Desafíos Corporativos -

1



Trabajamos
las señales que proyectas para que deseen lo que tienes.
Para que **compre**n lo que vendes.

Al competir contra otros mucho más populares que tú, más introducidos y que por lo que sabes van **SOBRADOS DE RECURSOS** ..., es cuando **necesitas de otras formas** de imaginar, entender y actuar sobre el mundo.



90



3/5



60



60



4/5



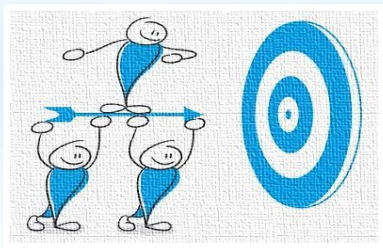
60



NUEVOS CANALES

- Desafíos Corporativos -

2



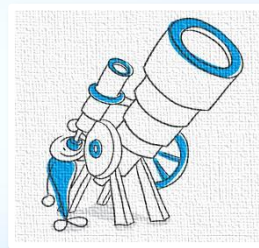
Te abrimos nuevos canales de venta
haciendo que llegues donde
antes no vendías.

Si tuvieras más canal sería mucho más fácil porque al igual que los demás también quieres **estar en todas partes**, que el máximo de clientes te conozcan, te valoren y a poder ser, además que te compren.

GRANDES LIGAS

- Desafíos Corporativos -

3



Te llevamos a campos
donde los mortales se sienten Dioses ...,
donde los Dioses son mortales.

Cierto es que es UN MUNDO donde puedes construir UN SUEÑO pero has de saber que no todo en él es cierto, pues mucho más que en otros aquí **manda el aspecto**, el que verán cuando hablas pero sobre todo ..., el que luces cuando callas.

RED DISTRIBUIDORES de PAGO

- Desafíos Corporativos -

4



Si además de por ventas cobras cada mes por royalties o por soportes de MKT, tendrás más con qué ayudarles.

Si desde tu posición incitas al consumo y éste lo diriges HACIA TUS DISTRIBUIDORES, **conservarán la libertad que perderían** si fueras una franquicia pero con las ventajas de ser parte de un Grupo. Y si vales lo que pides ... *"Roma bien vale una cuota"*.

RED AGENTES COSTE CERO

- Desafíos Corporativos -

5



Que primero demuestren que valen tanto como quieren que pagues por ellos.

Puesto que el de COMERCIAL es un trabajo que se paga y se paga muy bien, existen fórmulas para **que se presten a un periodo de verificación** en el que demuestren lo que dicen, sin que como tantas otras veces seas tú quien pague plato y mantel.



90



3/5



30



90



4/5



60



85 %

TU SEGUNDA MARCA

- Desafíos Corporativos -

6



Con una segunda marca
tus gastos son los mismos*, pero te harás con más tierras,
cultivos y cosechas.

Podrás vender lo que tu producto de hoy no tiene y no te interesa cambiar, tanto a clientes actuales como a los que no lograste captar. Pudiendo, al igual que hacen otros, adecuarlo a segmentos menos comprometidos pero mucho más rentables.

REDES de SERVICIO

- Desafíos Corporativos -

7



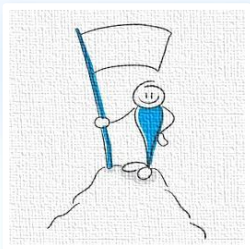
Damos forma a tu servicio
para que otros puedan venderlo, entregarlo y atenderlo
allá donde estén.

Aunque un servicio es un intangible también se puede “configurar” para que tenga tratamiento **idéntico a un producto físico**, en especial a todo lo referente al valor de marca que deben percibir los Distribuidores y a tu estrategia para captarlos (RED).

COTO PRIVADO

- Desafíos Corporativos -

8



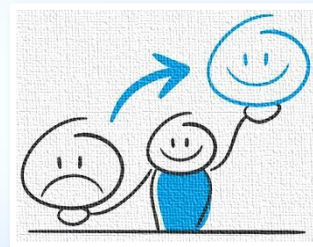
Sorteamos contigo
las barreras de quienes por su historia o tamaño
luchan desde el palco y no en la arena.

Puestos a COMPETIR y si has de **enfrentarte al "pez grande"**, has de provocar que se haga tu partido y no el suyo, pues mientras juegues en tablero conocido ..., podrás disfrutar de inmunidad.

PERDIDOS o DAÑADOS

- Desafíos Corporativos -

9



Los clientes que te quitan,
los que por dejar solos se perdieron y otros que
sin querer agraviamos.

Diseñamos e implantamos Planes de acción con el fin de **frenar pérdidas de cartera** y sus consecuentes medidas de recuperación, haciendo posible que quienes ya un día fueron cliente tuyo, lo sean de nuevo por su decisión.



60



2/5



30



90



3/5



30



90 %

TSUNAMIS

- Desafíos Corporativos -

10



Te asistimos para
recuperar lo perdido en un golpe de tormenta.
Sea prestigio, autoridad o ventas.

TSUNAMI:

... una espectacular caída en ventas achacable a un hecho determinado y que de manera muy particular, está provocando un **importante rechazo** hacia empresas y productos de tu sector.

ATRAER y CONSERVAR

- Desafíos Corporativos -

11



El verdadero talento
subirá o seguirá en tu barco por algo más
que sólo dinero.

Diseñamos y confeccionamos herramientas de seducción que son de utilidad para los procesos de captación y retención de **talento**. También aplicables para ayudarte a captar **Capital**.



60



3/5



30



90



5/5



30



90 %

EL PATITO FEO

- Desafíos Corporativos -

12



A veces hay productos
que para tu sorpresa y por mucho que hagas
no te compran.

Revisamos la identidad que perciben de un "producto repudiado" y te dotamos de método y herramienta que faciliten la **aproximación, provocación y conquista** de la decisión de tu cliente.

RED 200 en 90 DÍAS

- Desafíos Corporativos -

13



Cuando se trata de mandar
el tiempo es marinerero, capitán y en ocasiones
"omnipresente".

Construimos REDES de PAGO con cobertura NACIONAL en plazos muy cortos, para que las recompensas lleguen incluso antes que lo gastado en "el esfuerzo". De poco sirve lo que sepamos hacer si no puede hacerse en tiempo.

FIRMAR y COBRAR DEPÓSITO

- Desafíos Corporativos -

14



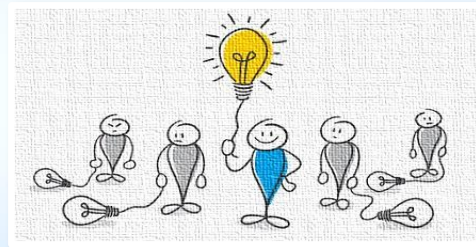
Confianza
 es lo que compran cuando sin conocerte,
 firman y pagan en primera visita.

Creamos guiones de actuación y líneas de discurso que te permitan trasladar bajo el lenguaje de la emoción las fortalezas de lo que vendes ... No es sólo lo que dices, sino cómo lo cuentas.

- THE ONE -

- Desafíos Corporativos -

15



Nos ocupamos de que los contenidos
 de tu propuesta hagan de ti
 el único ofertante.

En función de qué es aquello que ofreces y en qué orden lo presentas, conseguirás introducir un influyente mensaje de singularidad y a la hora de COMPETIR ..., antes que el primero en llegar mejor si eres el único en venir.



CREAR vs CREER

- Desafíos Corporativos -

16



Desarrollamos
técnicas y métodos "ad hoc" para que te reconozcan como
valedor de lo que pides.

Dado que las voluntades se abandonan como nunca a los altares de la percepción,
el secreto del éxito es en un 90 % preparación y si no te precipitas ..., lo único que
quedará por hacer es no estropearlo.