



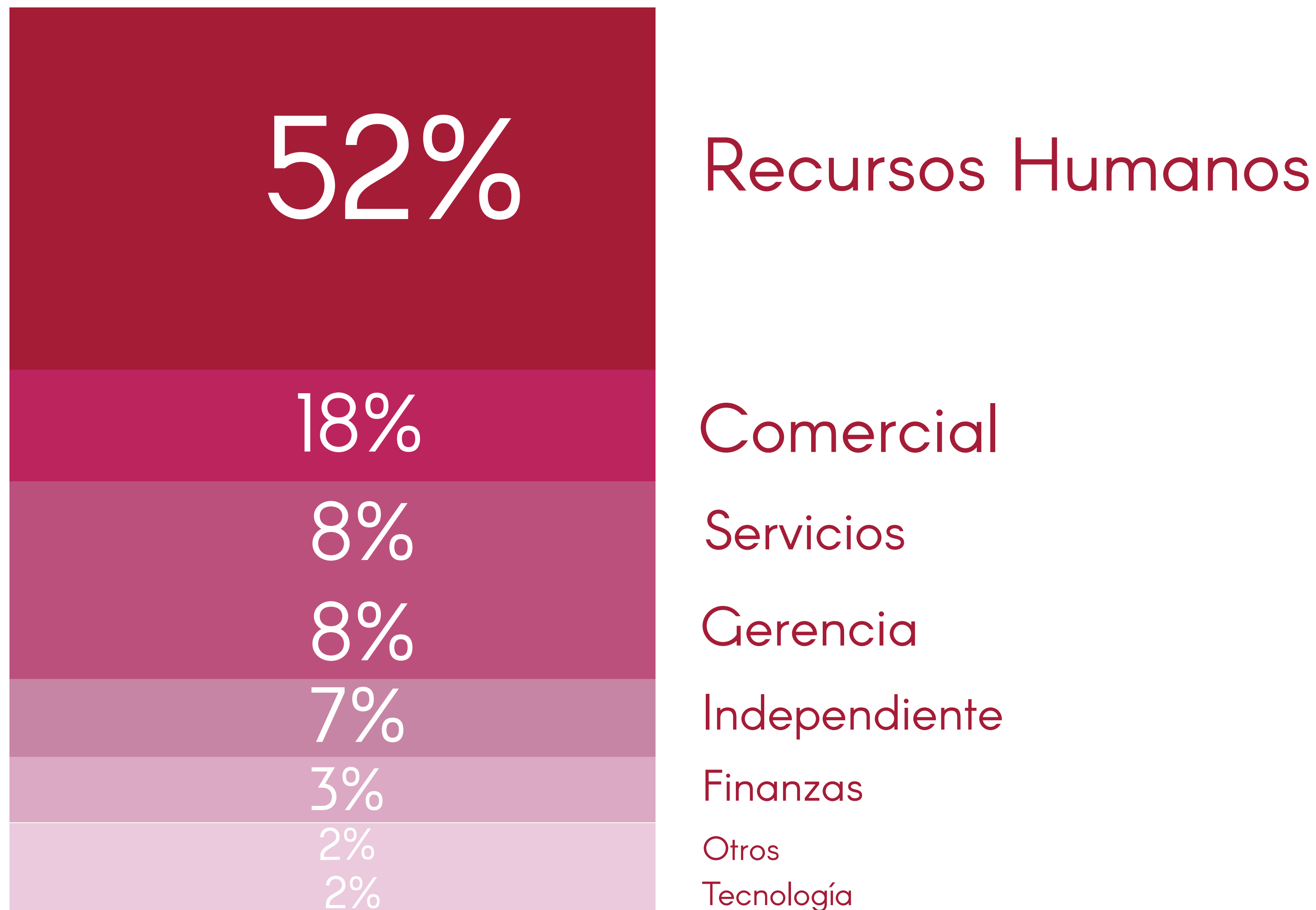
Investigación #3

# VENTAS EN EL “FIN DEL MUNDO”

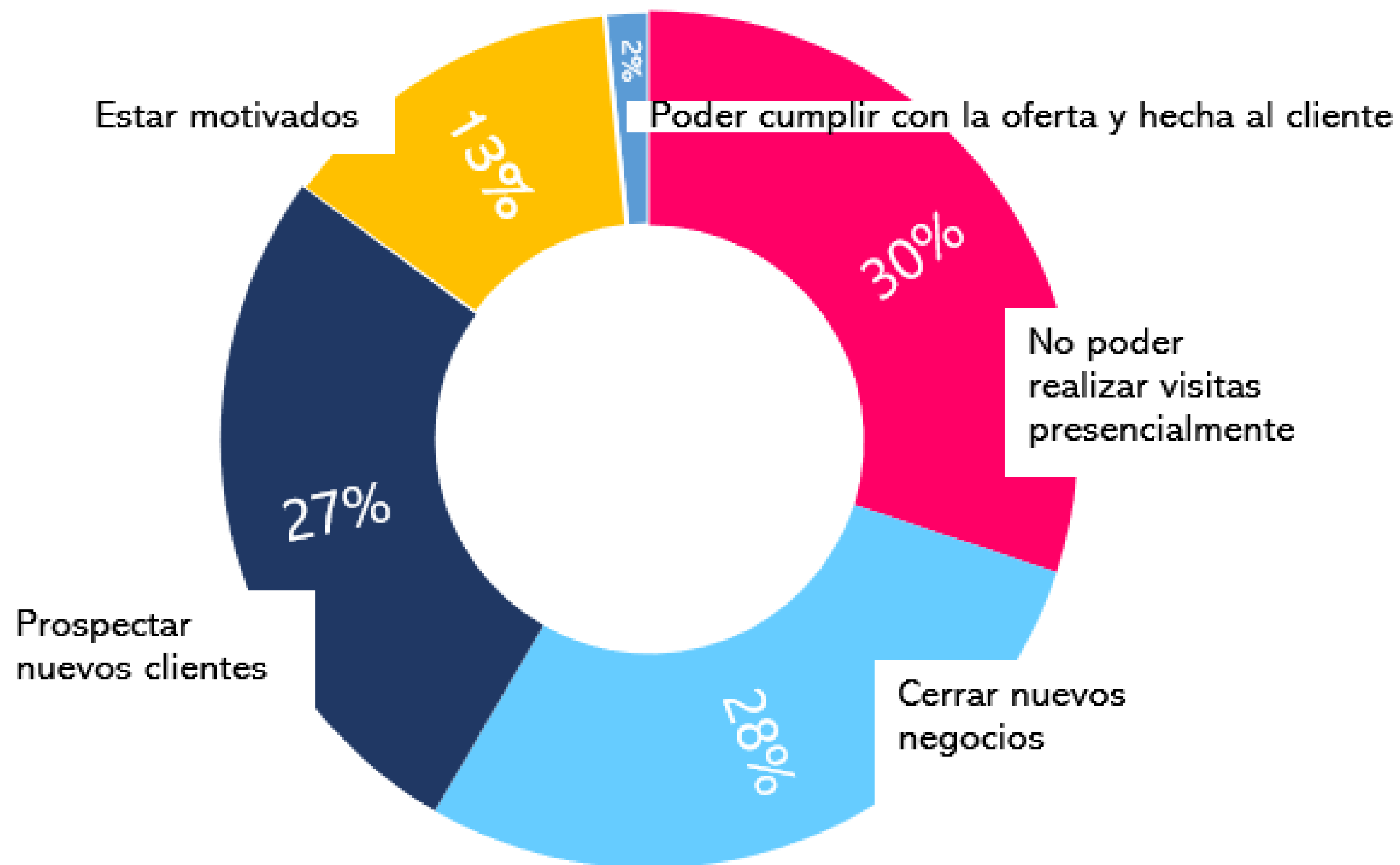
Tamaño de la muestra:  
60 organizaciones de Latinoamérica



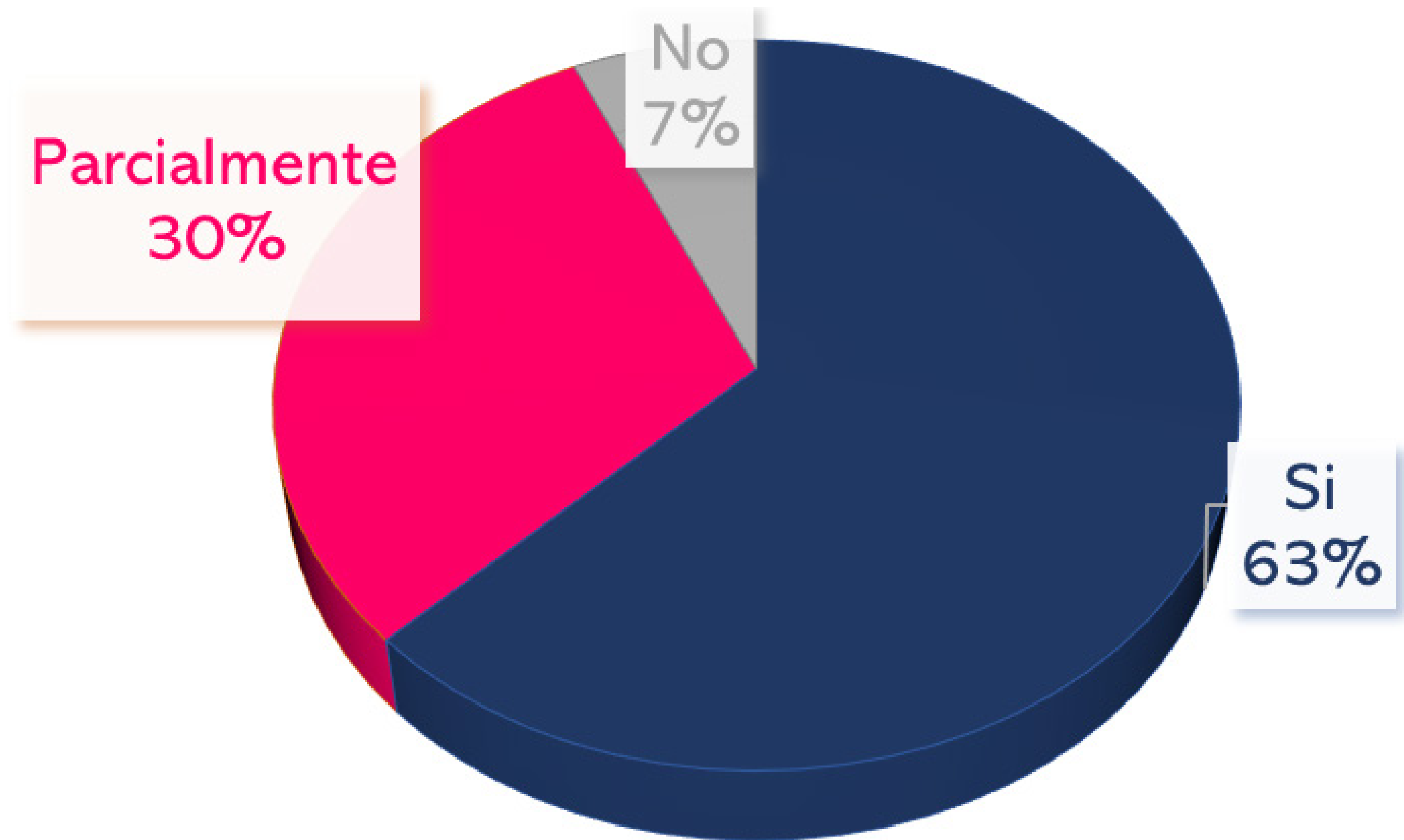
# ÁREA EN LA CUAL SE DESEMPEÑA:



# ¿CUÁL CONSIDERA QUE PODRÍA SER LA MAYOR DIFICULTAD QUE TIENEN LOS VENDEDORES ACTUALMENTE?



# ¿USTED CONSIDERA QUE EN SU ORGANIZACIÓN HA CAMBIADO LA FORMA DE VENDER?



# ¿QUÉ CONSIDERA QUE ES LO MÁS IMPORTANTE QUE DEBE TENER UN VENDEDOR EN LA ACTUALIDAD?

Orientación a los resultados – 42%

Pasión por las ventas – 27%

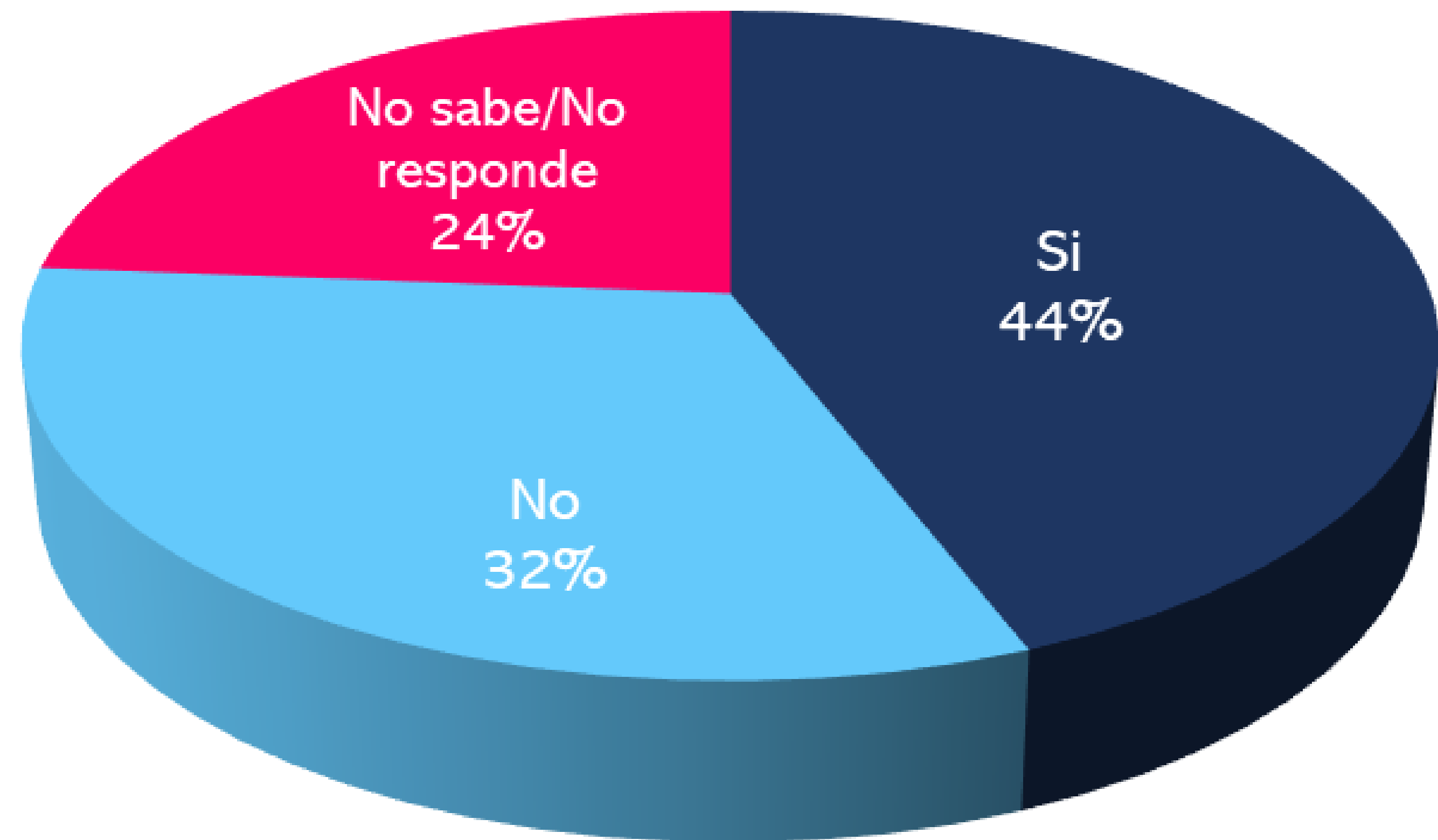
Técnica para vender – 22%

7% Carisma con la gente

3% Experiencia en ventas



—  
**¿CONSIDERA QUE LAS HERRAMIENTAS QUE EXISTEN ACTUALMENTE PERMITEN IDENTIFICAR CON EXACTITUD EL POTENCIAL COMERCIAL EN UNA PERSONA?**



# CONCLUSIONES

La motivación de los vendedores no se percibe como una dificultad a sortear en la actualidad.

Solo un mínimo porcentaje de las organizaciones ha podido dar continuidad a la forma en que venían realizando su gestión comercial.

En la actualidad, para los cargos comerciales se valora más la orientación al logro de una persona, que el gusto por las ventas, el carisma o incluso, la experiencia comercial.



Se realizó una encuesta a 60 organizaciones para saber sus percepciones acerca de cómo vender en esta época, se les realizaron preguntas enfocadas a: dificultades al vender, nuevas formas de vender, herramientas nuevas y habilidades importantes a la hora de generar ventas.

Si quieres ser parte de THT Analytics inscríbete en:  
<https://contenido.tht.company/tht-analytics>

Todos los derechos reservados. THT