

¿Cuál

es la forma más efectiva de recompensar a su fuerza de ventas?

**Usted elige. (¡Y ellos también eligen!)**

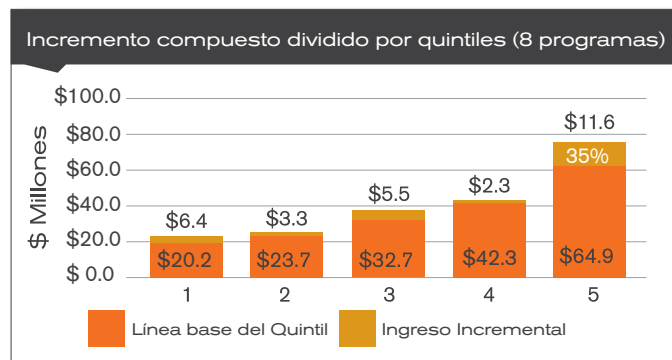
**Dave Smith,**  
Director de Producto  
de GoalQuest,  
Grupo de Sistemas  
de Recompensas,  
**BI WORLDWIDE**

En **BI WORLDWIDE** conocemos la eficacia de los programas de incentivos de ventas. A lo largo de nuestra historia hemos investigado y diseñado miles de programas, muchos de los cuales hemos monitoreado, registrado y analizado. Definimos la curva de tendencia de los incentivos porque continuamos innovando y perfeccionando hasta los enfoques más probados y precisos. Hemos aprendido que la mayoría de los programas de incentivos de ventas no comprometen a toda la audiencia, desaprovechando la oportunidad de incrementar aún más las ventas.

Analicemos dos estructuras tradicionales de incentivos que limitan el potencial de ventas.

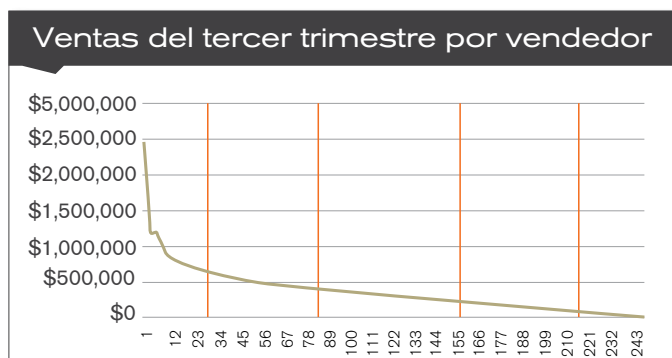
### 1. VIPs (Very Important Performers) en español, vendedores de alto desempeño:

Muchos programas recompensan solamente al 10-20% de la audiencia. Estos programas son excelentes para aquellos que tienen el mejor desempeño o están a pocos puntos de lograrlo. Pero también desmotivan a la mayoría de la audiencia dado que un 80-90% no queda incluido en ese grupo. Nuestra investigación demuestra que el 80% de las ventas proviene de casi la mitad de su fuerza de ventas, no sólo del 20% que comprende a los vendedores de alto desempeño.



### 2. Una sola regla para todos:

La mayoría de los programas requieren que los participantes tengan el mismo crecimiento de ventas, independientemente de la posición que tengan en la curva de desempeño. Un objetivo de crecimiento del 2% al 5% puede ser adecuado para los mejores vendedores en la organización, pero no sería tan retador para los que tienen un desempeño medio o bajo. Para los vendedores con desempeño medio o bajo, un 20% a un 40% podría ser razonable, pero casi imposible para aquellos con mejor desempeño. Nuestra investigación indica que los programas más efectivos segmentan la audiencia y establecen metas que son relativas al desempeño histórico de cada segmento.



¿Cuál

es la forma más efectiva de recompensar a su fuerza de ventas?

**Usted elige. (¡Y ellos también eligen!)**

### **Presentación de GoalQuest®**

En el año 2001, **BI WORLDWIDE** patentó la estructura de incentivos denominada **GoalQuest®**. La gran ventaja de **GoalQuest** es que motiva a toda la fuerza de ventas y genera mayores resultados. **GoalQuest** recompensa sólo a aquellos que logran ventas incrementales, sin importar la posición que ocupen en la curva de desempeño. Un componente muy poderoso de **GoalQuest** es que requiere que los participantes seleccionen una meta de tres disponibles, todas ellas establecidas por encima de su meta de ventas actual. Los participantes obtienen una recompensa únicamente si alcanzan o superan la meta seleccionada.

### **La autoselección de metas mejora el desempeño**

Cuando los vendedores seleccionan su propia meta, en lugar de que se les asigne, desarrollan un grado de compromiso extraordinario y se esfuerzan aún más por alcanzarla. Nuestros estudios indican que las personas que seleccionan su propia meta logran un desempeño de un 37% adicional con respecto a aquellos a quienes se les asigna.

### **Premie por desempeño, no por promesas**

La metodología de **GoalQuest** es única debido a que en promedio genera ventas incrementales de un 15%. Los participantes sólo son recompensados si alcanzan la meta seleccionada. Esto significa:

- Algunos participantes aumentarán sus ventas, pero no alcanzarán su meta y no obtendrán una recompensa. Este escenario ofrece ingresos incrementales sin costo adicional para usted.
- Otros participantes superarán su meta, creando ventas incrementales adicionales para la empresa, pero no obtendrán una recompensa adicional por el extra alcanzado sobre la meta seleccionada. Nuevamente, no habrá costo añadido para usted.

### **Crecimiento agregado, sin costo adicional**

Cada programa de **GoalQuest** está alojado y se opera en un sitio web personalizado con los lineamientos de su marca. Este sitio permite la selección de metas y recompensas. Además, cada programa **GoalQuest** incluye la gestión del proyecto, el diseño, el progreso y las comunicaciones del programa sin ningún costo adicional. Es una inversión que le asegura el éxito, pues solo debe pagar las recompensas que obtienen los participantes.

### **Respaldados por casi un millón de participantes**

**BI WORLDWIDE** ha gestionado más de 700 programas **GoalQuest** para más de 900.000 participantes desde el año 2001. Los programas abarcan todas las industrias y canales de ventas incluyendo distribuidores, representantes y centros de atención al cliente. Utilizamos los resultados exclusivos de nuestros programas para crear pautas y mejores prácticas, lo que se traduce en un programa más sencillo e intuitivo para usted.

Diseñamos el modelo de su programa basado en nuestra experiencia y los datos históricos de su negocio. Asimismo, le ofrecemos el estimado de incremento de sus ventas, el costo y el ROI de su programa, para facilitar su decisión de compra.

La próxima vez que planifique una iniciativa de ventas importante, considere la innovadora metodología **GoalQuest** de **BI WORLDWIDE** la cual le permitirá marcar una gran diferencia en sus resultados, en el compromiso de sus participantes y en el éxito de su programa.

Para mayor información sobre **BI WORLDWIDE** y **GoalQuest**, visite:  
**BIWORLDWIDELATAM.com** o envíe un correo electrónico a  
**latam@BIWORLDWIDE.com**.

