



OMNICANALIDAD COMERCIAL

¿Cómo acelerar las ventas con menores costos?



#1 PENSAMIENTO OMNICANAL

COMPROMISO TOTAL DE LA GERENCIA



- ✓ Democratizar Canales de Venta
- ✓ Efecto Telaraña Comercial
- ✓ Monetización de 3eros Canales
- ✓ Escalabilidad
- ✓ Paradigma de Juan

#2 CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA OMNICANAL

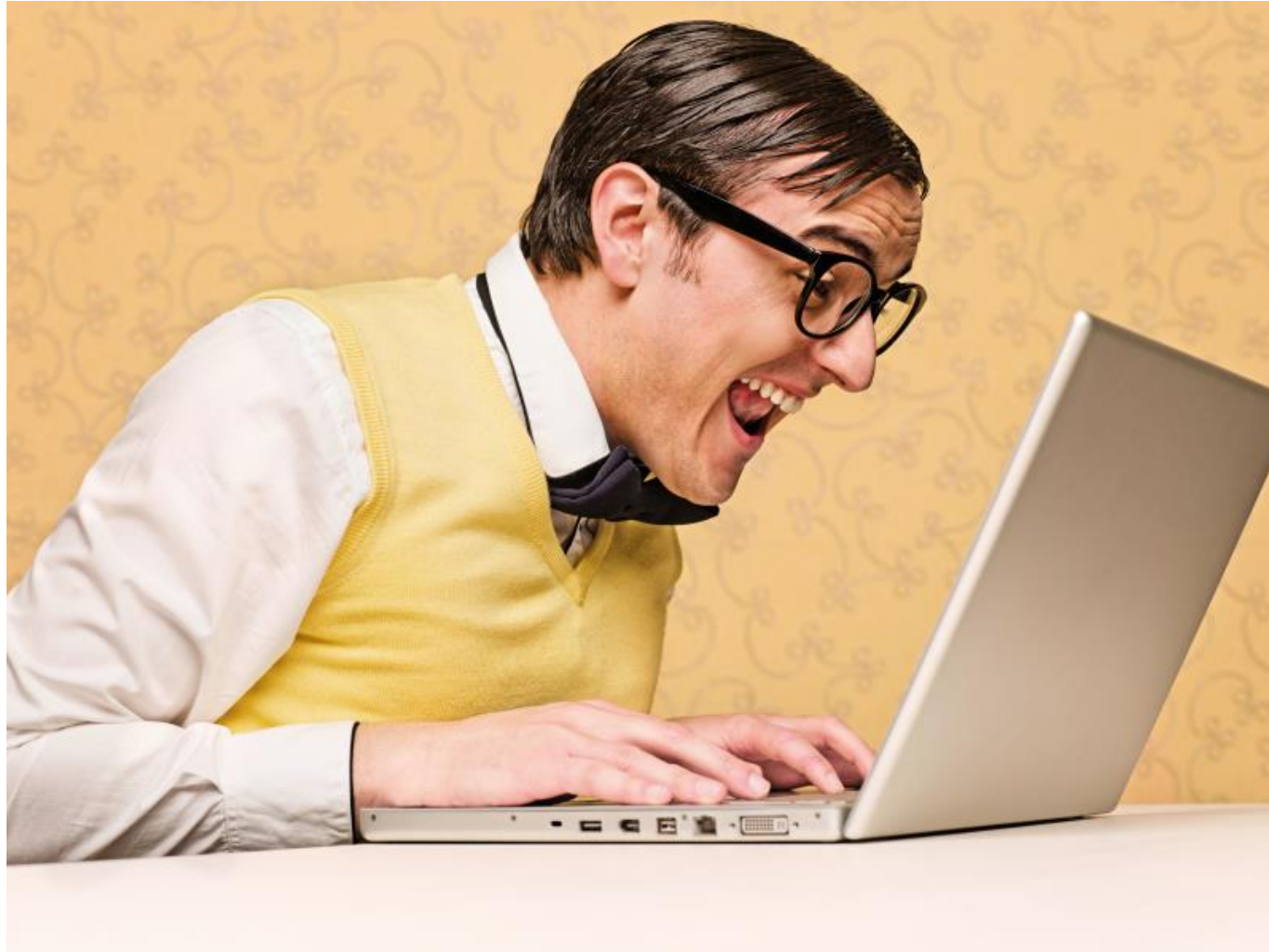
¿POR QUÉ PONER UN LÍMITE A TUS VENTAS?

- ✓ Objetivos Comerciales
- ✓ Costos de Adquisición aceptables
- ✓ Mapa de Canales a Explorar
- ✓ P&L (Estado de Resultados Proyectado)
- ✓ Casos CLN, ORB, ALAD, PLF



#3 TECNOLOGÍA OMNICANAL

Adaptado al Canal, Vendedor y Cliente

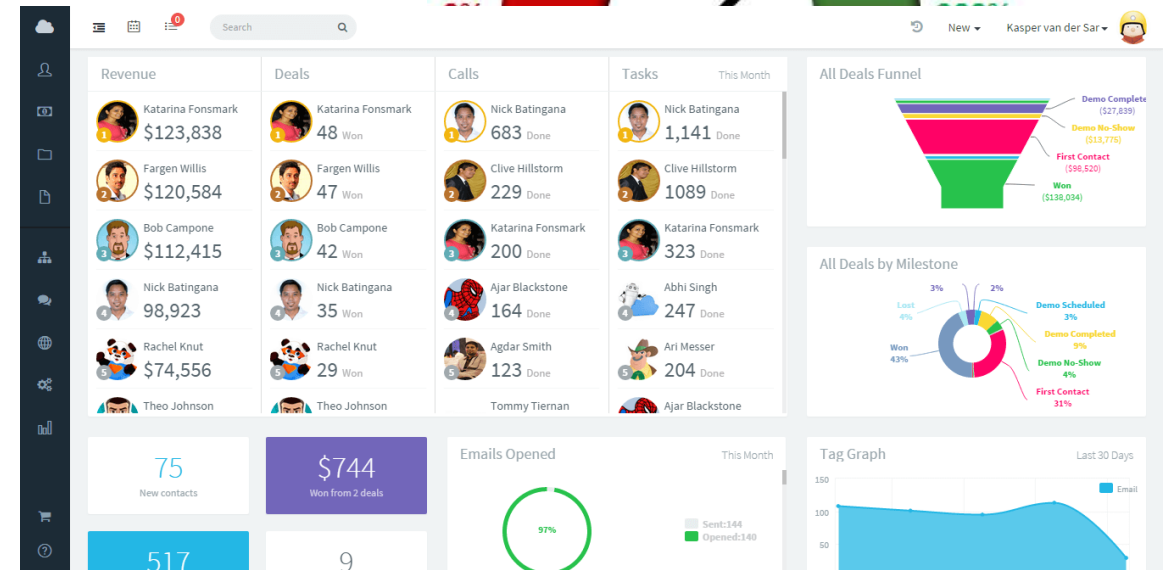
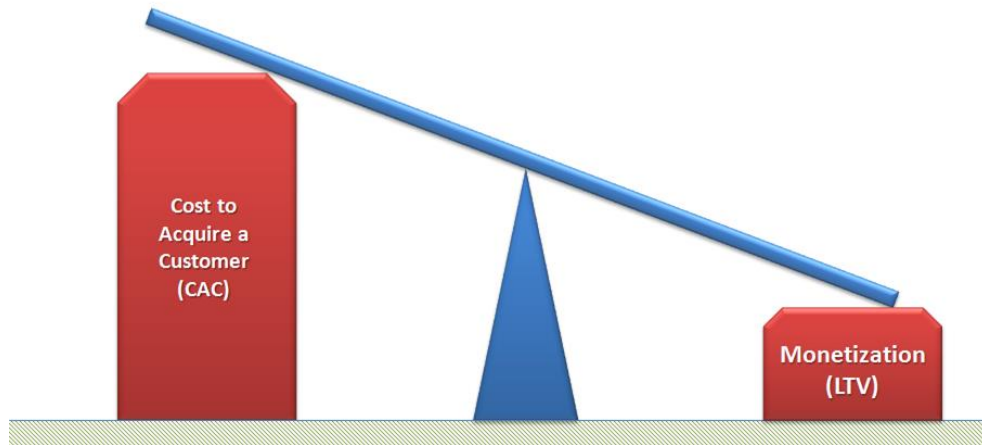


- ✓ Plataforma en la nube escalable
- ✓ Niveles de Permisos y Accesos
- ✓ Estrategias de Backups
- ✓ Seguridad informática
- ✓ Acceso Remoto disponible 24 hs
- ✓ Permitir Transacciones físicas, por voz y online

#4 CONVERGENCIA OMNICANAL

La tecnología como autopista comercial

- ✓ Resultados Online y Comisiones a la Vista
- ✓ Gamification e Incentivos a Vendedores
- ✓ Comunicación inmediata masiva
- ✓ Auditoría y Capacitación Permanente
- ✓ Ingreso Vs Egreso de Clientes



#5 BENEFICIOS DE LA VENTA OMNICANAL

LA CREATIVIDAD ES UN COMPONENTE CLAVE



- ✓ Acelera las Ventas
- ✓ Disminuye costos de adquisición
- ✓ Crecer sin aumentar la estructura de la empresa
- ✓ Orientado a Resultados (Performance)
- ✓ Tambien sirve para hacer Branding
- ✓ Posibilidad de Control Total con la tecnología

Muchas Omni-Gracias

Gabriel Miller gabriel@captia.me



Bonus Track

Por GABRIEL MILLER PARA CHARLA DE OMNICANALIDAD 2018

#1 PENSAMIENTO OMNICANAL (DIRECCION INVOLUCRADA)

- DEMOCRATIZAR CANALES
- MONETIZACIÓN
- ALIANZAS SOSTENTABLES
- AMPLIAR LOS LÍMITES

FOTO
MOLINETE
SUBTE

#2 DEFINICIÓN DE ESTRATEGIA OMNICANAL DEDICADO / CROSS SELLING (EN FUNCIÓN DE LA TEORÍA DE COOPETICIÓN)

- MAPEO DE CANALES
- OBJETIVOS
- GASTOS DE ADQ TOLERABLES
- PRL
- PROCEDIMIENTOS COMERCIALES

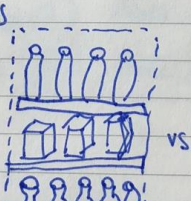


FOTO GONDOLA



DEDICADO

- IMPLEMENTACIÓN

CROSS SELLING

ES. CLUB LA NACIÓN & ORBIS

EL CONSEJO

#3 TECNOLOGÍA OMNICANAL ADAPTADO AL CANAL & EXPERIENCIA DEL CLIENTE

- PLATAFORMAS EN LA NUBE ESCALABLES
- NIVELES DE ACCESO
- BACK UPS
- SEGURIDAD
- ACCESOS REMOTO
- FORMATOS DE GUARDIA DIFERENTE X CANAL



FOTO NERD

ES. CAPTIAN

#4 TRANSPARENCIA COMISIONAL OMNICANAL GAMIFICACIÓN + INCENTIVOS. COMUNICACIÓN OMNICANAL AUDITORIA / SEGUIMIENTO

- RESULTADOS ONLINE
- CAPACITACIÓN FUNDAMENTAL
- CONTROL DE CALIDAD PERMANENTE



FOTO KPI'S

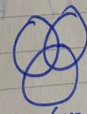
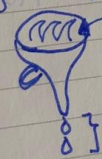


GRÁFICO DEL CÍRCULO

- CONTROL INGRESO DE CLIENTES VS BASAS.
- TRIÁNGULOS DE PERSISTENCIA
- MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN POR ACCIÓN DE LA TECNOLOGÍA
- PAGOS EN TIEMPO Y FORMA



INGRESO DE CLIENTES
BATA / SALIDA DE CLIENTES (CHURN)

#5 ALGUNAS CONCLUSIONES DE PARA QUE SIRVA LA OMNICANALIDAD EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS (O ADQUISICIÓN DE NUEVOS CLIENTES)

- ACELERAR LAS VENTAS EN MENOR TIEMPO
- AUMENTAR PARTICIPACIÓN DE MERCADO
- DISMINUIR COSTOS DE ADQUISICIÓN COMERCIAL
- IDEAL PARA MEJORAR REPUTACIÓN DE MARCA / PRODUCTO
- CONTROL ABSOLUTO DEL DESARROLLO COMERCIAL SIN INVERSIÓN SIGNIFICATIVA EN INMUEBLES / STAFF PERMANENTE
- CUBRIR UNA ACCIÓN DE 360° EN MEDIOS DE VENTA ORIENTADOS AL PERFORMANCE

MUCHAS OMNI-GRACIAS

@GABRIEL MILLER
(GABRIEL@CAPTIA.ME)
11-4097-5702



Muchas Omni-Gracias
Gabriel Miller



gabriel@captia.me

whatsapp: 11-4097-5702