

# Plan Estratégico de Ventas de Piezas y Equipos para una Compañía.

Autor: Angel R. Miranda Santiago

Consejero: Prof. H. Cruzado

## RESUMEN

Este artículo es demostrar la importancia de un departamento de ventas en un lugar de trabajo. Se presenta un ejemplo de una meta principal es lograr ventas y se presenta un programa que incluye la restructuración para atraer a nuevos y antiguos clientes. Se presentan los diferentes resultados para entender más a fondo las ganancias de esta compañía. Se muestra un resumen de las acciones que serían de ayuda no solo para esta compañía sino para otras que están pasando por situaciones similares.

## INTRODUCCIÓN

Se presentan la importancia de un departamento de ventas en una compañía es decir como no tener una base de datos o un plan de trabajo diario puede llevar a una compañía a fracasar. El trabajo tiene como base mostrar al lector como se puede hacer una meta de ventas de una compañía. El mismo artículo muestra una compañía dirigida a la venta de equipos de aire acondicionado industriales de esta clase ha caído debido a un plan estratégico el cual se especialice en lograr resultados necesarios para poder sobrevivir y darle la bienvenida a las diferentes compañías que se dedican a lo

## ANÁLISIS

Como parte de este análisis estudiar las ventas de hace poco más de 12 meses.



Como se puede observar en la Figura los resultados de ventas marcan que hace aproximadamente 6 meses las ventas han decaído notablemente es decir que en base a este hallazgo se comenzó por establecer un nuevo plan, algo que le diera a la compañía y a sus vendedores la satisfacción de vender muchos mas de lo que han logrado en el ultimo año. Parte de este análisis se centro en la implementación directa de un nuevo plan el cual tiene como meta principal lo siguiente: crear una nueva base de datos, atraer a nuevos y antiguos clientes y por ultimo organizar todo el

## RESULTADOS

Como resultado de todo lo que se siguió durante el análisis se observó un pequeño aumento de ventas. El aumento se comenzó a observar en los clientes existentes comenzaron a incrementar la compra de piezas y de equipos. Como una observación que se pudo apreciar en el plan lo fue el alza en clientes nuevos antes se mencionó el objetivo del artículo era lograr de llegar a esas ventas mas bien era ofrecerle al cliente nuevas opciones con un precio o beneficio que las compañías no ofrecían. En relación con el trabajo bajo construcción y se estaría trabajando durante el día del año fiscal con el fin de poder lograr resultados y si estaría bien o hacer los cambios en el sistema.

## CONCLUSIONES

Lo principal en una compañía es lograr tener un plan estratégico que lleve las funciones de ventas y marketing. Quiere decir que como plan estratégico cubrir lo siguiente, un plan