

# MEJORES PRÁCTICAS:

Programas de incentivos de ventas

Por **Walter Ruckes**

Vice-presidente, Estrategia de compromiso de ventas,  
**BI WORLDWIDE**

Un programa de incentivos de ventas exitoso incluirá tres elementos críticos: establecimiento de objetivos, compromiso emocional y enfoque. Estos elementos servirán como base para los programas a corto y largo plazo que, en última instancia, lo ayudarán a involucrar a sus representantes de ventas para lograr sus objetivos comerciales. Le compartimos esta guía para aprender las mejores prácticas a seguir al diseñar su próximo programa de incentivos.

## Lo que creemos sobre los incentivos:

- Las soluciones deben basarse en la economía conductual
- Los líderes son clave para un programa exitoso
- Los programas de incentivos deben financiarse con ganancias incrementales
- Los programas globales deben ser locales
- El servicio al cliente local es importante
- El compromiso y el ROI deben medirse
- La experiencia hace la diferencia

## ¿Por qué incentivos? ¿Qué hacen?

Los planes de compensación crean una curva de rendimiento entre los representantes de ventas...



A diferencia de la compensación, que no cambia a lo largo del año, los incentivos son flexibles y pueden (y deben) cambiarse trimestralmente, mensualmente, semanalmente o incluso a diario para cumplir con los objetivos e impulsar el enfoque en objetivos comerciales específicos.

## ¿Dónde encajan los incentivos?

Los incentivos deben tratarse como un componente separado de su estrategia general para involucrar y retener a sus representantes de ventas.

Compensación Monetaria	Incentivos no monetarios	Reconocimiento
Atrae y retiene buenas personas	Alcanza objetivos específicos; impulsa las actividades	Comunica estándares y alineamiento corporativo
Estable/A largo plazo	Corto plazo	Largo plazo
Impulsado por el mercado	Impulsado por el resultado	Impulsado por el rendimiento
Establece el estándar de rendimiento (mínimo)	Complementa compensación	Establece niveles de rendimiento: Bueno, mejor, el mejor
Privado	Público	Muy público
Satisface necesidades básicas	Satisface deseos	Satisface autoestima

# MEJORES PRÁCTICAS: Programas de incentivos de ventas

## ¿Qué pretenden hacer los incentivos?

Los programas de incentivos brindan a los representantes de ventas en todos los niveles la oportunidad de aumentar su rendimiento durante todo el año, así como:

- 1 Reducir la brecha entre el rendimiento actual y la cuota
- 2 Mantener un alto rendimiento
- 3 "Mover el medio" en la curva de la campana de rendimiento
- 4 Impulsar actividades, impacto a corto plazo y cambio de comportamiento bajo demanda



## ¿Por qué programas de incentivos no monetarios?

Los representantes de ventas dicen que quieren efectivo o equivalentes de efectivo como tarjetas de regalo, pero hemos demostrado que trabajarán más y más en repetidas ocasiones para obtener recompensas que no sean en efectivo, como mercancías o viajes.

## Recompensas efectivas

**Justificabilidad:** es difícil disfrutar de nuestro propio dinero, pero aceptaremos con gusto algo de alta gama como recompensa por lograr un objetivo.

**Sociabilidad:** cuando ganamos una recompensa que no es en efectivo, como un reloj o un viaje, es más probable que hablemos de ello con otros que si recibiéramos un bono en efectivo.

**Experiencial:** la motivación se amplía y se refuerza cuando la recompensa está más allá de satisfacer una necesidad básica.

Equivalente de Efectivo y monetario	No Monetario
<ul style="list-style-type: none"><li>• Más racional</li><li>• Se "pierde en el salario"</li><li>• Bajo valor de premio</li><li>• Gasto general más alto</li><li>• Bajo rendimiento</li><li>• Privado</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Más emocional</li><li>• Un "halo" sobre el comportamiento</li><li>• Alto valor de premio</li><li>• Gasto general más bajo</li><li>• Alto rendimiento</li><li>• Público</li></ul>



## ¿Cómo empezar?

- ✓ Defina los objetivos del programa
- ✓ Defina y segmente las audiencias objetivo
- ✓ Determine los controladores de rendimiento
- ✓ Recopile datos y métricas clave

**BIWORLDWIDE** aplica la ciencia de la economía conductual para diseñar programas de incentivos de ventas que recompensen a su fuerza de ventas por comportamientos y resultados que hagan que su organización sea exitosa. Ofrecemos una serie de soluciones para ayudar a nuestros clientes a obtener resultados, incluida GoalQuest®, la única solución de incentivos patentada en la industria. Para obtener más información sobre BIWORLDWIDE, visite: [BIWORLDWIDE.com/es-co/](http://BIWORLDWIDE.com/es-co/) o envíenos un correo electrónico a [latam@BIWORLDWIDE.com](mailto:latam@BIWORLDWIDE.com).

