

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

COMO INCREMENTAR
SUS VENTAS

GUILLERMO SOLANO

22 DE NOVIEMBRE
2018

DEGUSTACIONINNOVACION

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



AGENDA

8:00	EJERCICIO DE BIENVENIDA + INTRODUCCIÓN A CENTRO DE INNOVACIÓN
8:10	INNOVACIÓN PARA PRINCIPIANTES E INNOVACIÓN PARA PROS.
9:10	EXPLORACIÓN: EL TELESCOPIO
9:50	RECESO
10:10	FOCO
10:50	EXPERIMENTACIÓN
11:30	¿CÓMO SE IMPACTAN LAS VENTAS CON LA INNOVACIÓN?
12:20	CIERRE



10

FORMAS
CREATIVAS
DE VENDER

**ADAPTEMOS CADA UNA DE ESAS
FORMAS CREATIVAS DE VENTA
A NUESTRO CASO...**



BIENVENIDOS

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

INNOVADORES AMATEUR VS. INNOVADORES PRO



LO QUE TENGO QUE HACER VS. LO QUE PODRÍA HACER

ESTO HAY QUE
HACERLO

ESTO NO HAY QUE HACERLO
(NECESARIAMENTE)
PERO AQUÍ ESTÁ LA INNOVACIÓN

¿ENTONCES QUÉ ES INNOVACIÓN?



Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

¿ENTONCES QUÉ ES INNOVACIÓN?

Innovar es hacer algo realmente nuevo.

1. Es hacer lo mismo que venimos haciendo pero en una forma completamente nueva. Si usted hace una actividad tan básica como enviar sus cotizaciones de una manera original, creativa, realmente novedosa (manera que puede o no incluir tecnología), entonces está innovando.
2. También es hacer algo que nunca hemos hecho. Esto es más difícil, porque requiere más imaginación y más capacidad de cambio.

¿ENTONCES QUÉ ES INNOVACIÓN?

Innovar es hacer algo realmente nuevo.

1. Es hacer lo mismo que venimos haciendo pero en una forma completamente nueva. Si usted hace una actividad tan básica como enviar sus cotizaciones de una manera original, creativa, realmente novedosa (manera que puede o no incluir tecnología), entonces está innovando.
2. También es hacer algo que nunca hemos hecho. Esto es más difícil, porque requiere más imaginación y más capacidad de cambio.

PERO NO ES SUFICIENTE...

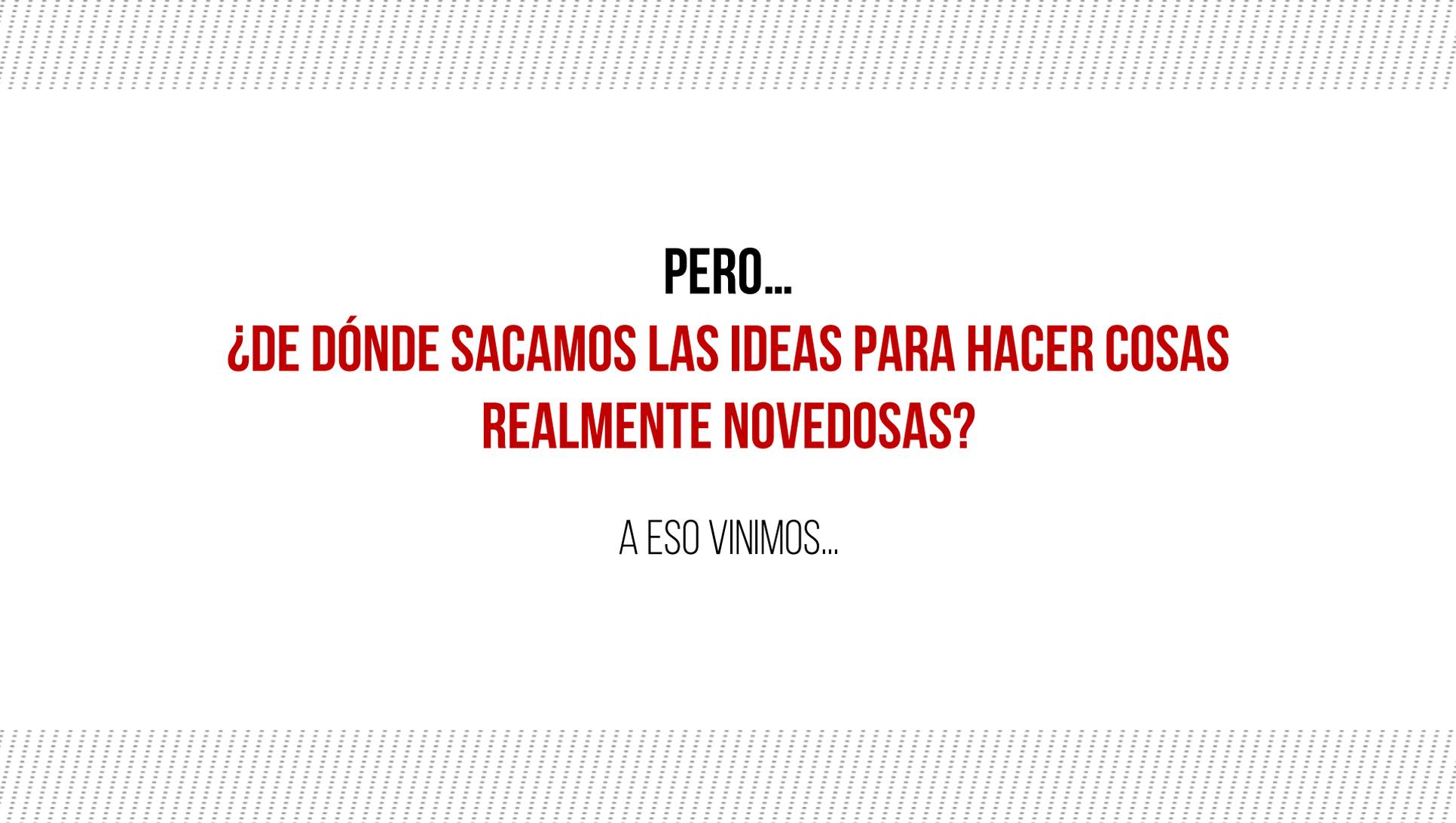
IMPACTO

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



**INNOVACIONES SON AQUELLAS ACCIONES,
QUE NO SON LAS ESPERADAS SINO QUE
SON SORPRENDENTES Y QUE IMPACTAN
EL NEGOCIO.**





PERO...
**¿DE DÓNDE SACAMOS LAS IDEAS PARA HACER COSAS
REALMENTE NOVEDOSAS?**

A ESO VINIMOS...



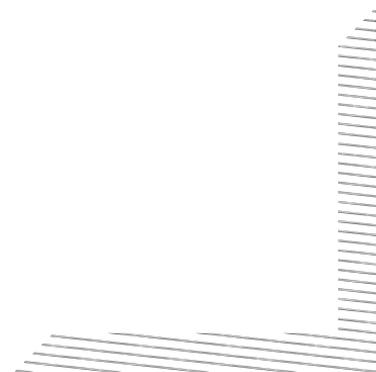
EL TRUCO ES DOBLE:



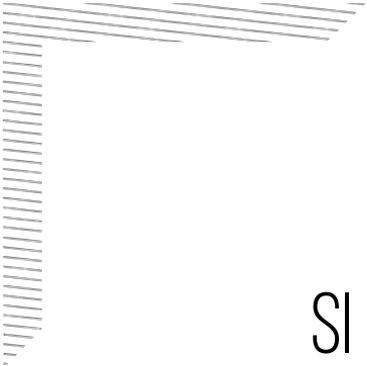
PREGUNTAS EMOCIONANTES



MUCHAS RESPUESTAS







SI CAMBIAMOS LAS PREGUNTAS ABURRIDAS
POR PREGUNTAS EMOCIONANTES, LAS IDEAS
DE INNOVACIÓN COMIENZAN A APARECER



¿CÓMO SE HACEN LAS PREGUNTAS EMOCIONANTES “PE”?



Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

¿LAS PREGUNTAS EMOCIONANTES “PE”?



PASO 1: DESCRIBIR LO QUE HACEMOS

Yo le envío cotizaciones a los clientes una vez la solicitan

Después de contratarlos, entrenamos a los vendedores sobre los productos que van a vender

¿LAS PREGUNTAS EMOCIONANTES “PE”?

PASO 2: “JUGAR” CON LAS FRASES. NEGARLAS, PONERLAS AL REVÉS, ETC.

Yo le envío cotizaciones a los clientes una vez la solicitan

- Yo le envío cotizaciones a clientes que no las solicitan
- Yo no le envío cotizaciones a clientes que las solicitan
 - Nadie le envía cotizaciones a los clientes
 - Los clientes se envían cotizaciones ellos mismos
 - Los clientes me envían cotizaciones a mi
- Los clientes solicitan cotizaciones después de que se las he enviado
 - Etc.

¿LAS PREGUNTAS EMOCIONANTES “PE”?

Después de contratarlos, entrenamos a los vendedores sobre los productos que van a vender

- Nunca entrenamos a los vendedores
- Entrenamos a los vendedores sobre los productos que no van a vender
 - Entrenamos a los que no son vendedores sobre los productos
 - Los vendedores nos entrenan a nosotros sobre los productos
 - Los productos entrenan a los vendedores
 - Entrenamos a los vendedores antes de contratarlos
 - Entrenamos a vendedores que nunca contratamos
 - Contratamos a vendedores entrenados

¿LAS PREGUNTAS EMOCIONANTES “PE”?

PASO 3: USAR LAS FRASES INCONGRUENTES PARA CREAR LAS PREGUNTAS EMOCIONANTES

- Yo le envío cotizaciones a clientes que no las solicitan
¿Cómo sería una estrategia ganadora basada en enviar cotizaciones a clientes que no las solicitan?
- Yo no le envío cotizaciones a clientes que las solicitan
¿Cómo sería una estrategia exitosa en la que nunca se envían cotizaciones?
 - Nunca entrenamos a los vendedores
¿Cómo serían formas de tener vendedores infalibles a pesar de no entrenarlos nunca?
 - Los productos entrenan a los vendedores
¿Cómo serían productos que ellos mismos entrenaran a los vendedores?

¿LAS PREGUNTAS EMOCIONANTES “PE”?

YA TENEMOS NUESTRAS PRIMERAS PREGUNTAS EMOCIONANTES

¿Pero recuerdan que el truco era doble?

¿Cuáles eran los dos componentes del truco?

¿Preguntas Emocionantes y...?

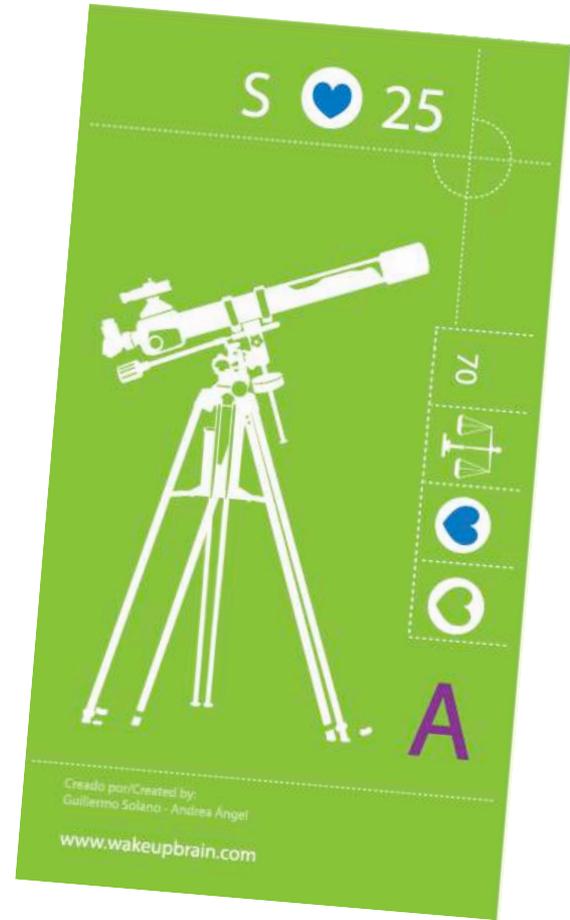
PASO 4:

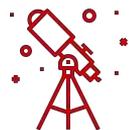
MUCHAS RESPUESTAS

(LA MEJOR IDEA ES LA TERCERA... O LA CUARTA... O...)



EL TELESCOPIO





EL TELESCOPIO



MIS APUESTAS GRANDES:

Pensemos en la relación con el cliente

¿Qué no hemos logrado con el cliente,
que nadie más ha logrado tampoco?



¿Qué cosa sería increíble? Etc



COSAS INCREÍBLES:

¿Cómo podría tener 2000 vendedores?

¿Cómo podría enviar una cotización en 14 segundos?

¿Cómo haría para que el mismo producto le parezca baratísimo al cliente aunque le suba el precio al doble?

¿Cómo logro que otros le hagan publicidad a mi producto?

¿Cómo le llego al cliente en los próximos 20 minutos?

¿Cómo le llego al cliente si no usa un computador?

(Recuerden... una sola respuesta no vale...)

CASCADA DE PES

Una idea que aparezca como respuesta a una PE, puede abrirnos la oportunidad de hacer una nueva PE.

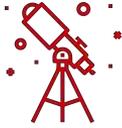
EJEMPLO:

PE: ¿CÓMO PODRÍA HACER PARA QUE MI CLIENTE NO PUEDA OLVIDAR MI COTIZACIÓN AUNQUE QUIERA?

IDEA: INCLUYENDO EN LA COTIZACIÓN, UNA VISIÓN DE UN FUTURO MARAVILLOSO QUE SU EMPRESA HA ALCANZADO EN EL FUTURO, SI ELIGE NUESTRO PRODUCTO







EL TELESCOPIO

*Monetización *Fuerza Comercial *Inventario *Territorios *Canales
visitas *Promoción *Facturación *Atención *cotización *motivación
*exhibición *comunicación *cartera

CASI
IMPOSIBLE

PREGUNTA
EMOCIONANTE



FOCO

1 CLIENTE

¿CUÁL PUEDE IMPACTAR MÁS AL CLIENTE?

2 NOSOTROS

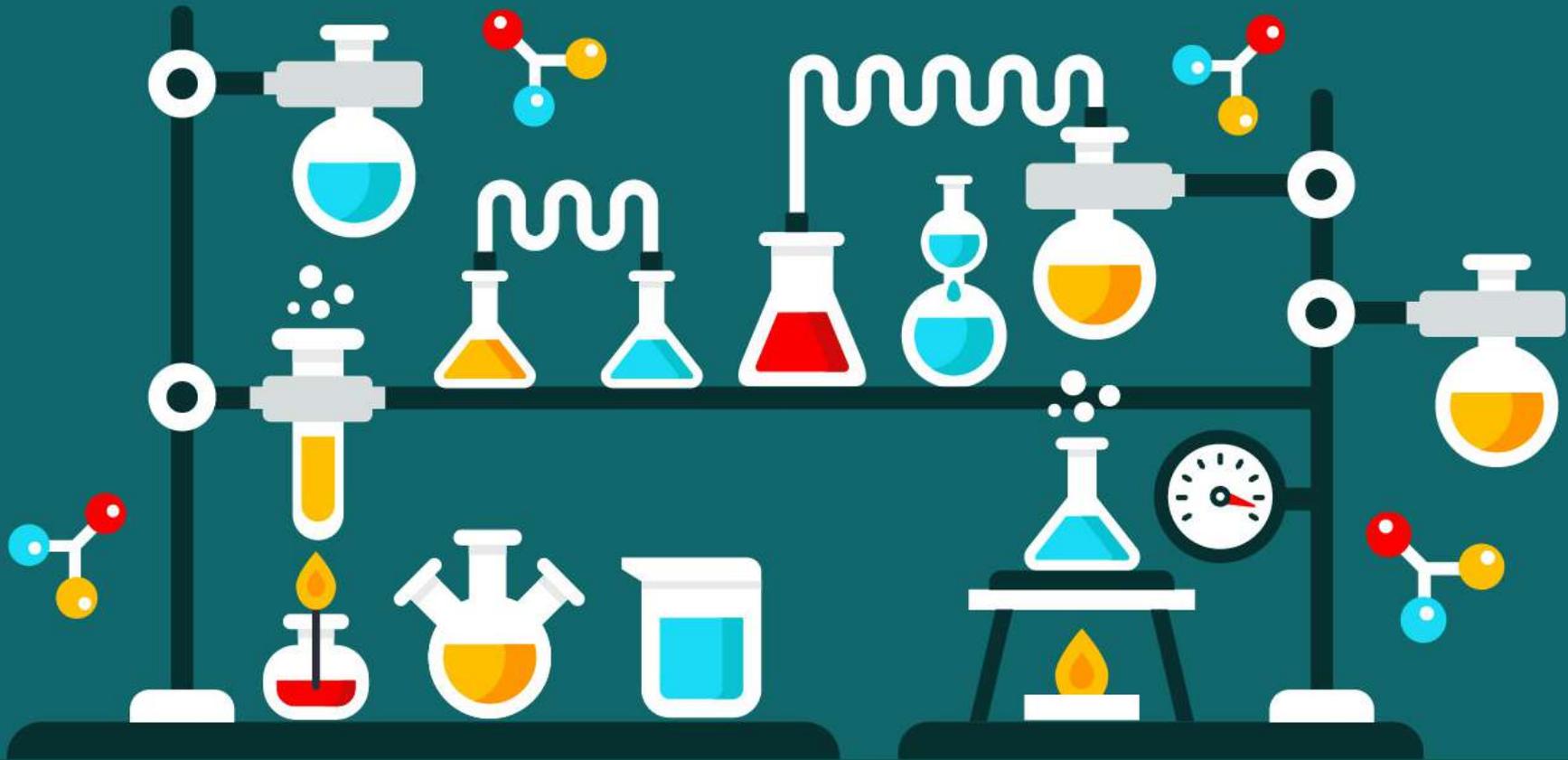
¿CUÁL ES EL MÁS ALINEADO CON NUESTRO ESTILO?

+

3 COMPETENCIA

¿CUÁL ES EL MÁS DIFÍCIL DE COPIAR?





LOS EXPERIMENTADORES

IDEA

--

EXPERIMENTO

--	--	--

RESULTADOS ESPERADOS

--	--	--

EL PROCESO QUE HEMOS VISTO SE PUEDE APLICAR A:

- REINVENTAR EL PROCESO DE VENTAS
- CAMBIAR RADICALMENTE NUESTRA ESTRATEGIA DE CANALES
- RE-PENSAR NUESTROS MERCADOS. LLEGAR A MERCADOS QUE NO “TENEMOS EN EL MAPA” ACTUALMENTE
- RE-INVENTAR NUESTROS PRODUCTOS PARA QUE ELLOS SE AYUDEN A VENDER A SI MISMOS
- RE-INVENTAR EL MODELO DE NEGOCIO PARA ENCONTRAR NUEVAS FUENTES DE UTILIDAD
- CAMBIAR RADICALMENTE LA FORMA COMO SE AGREGA VALOR AL CLIENTE
 - INVENTAR NUEVAS FORMAS DE LOGRAR FIDELIZACIÓN DE CLIENTES
 - LANZAR CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN REALMENTE SORPRENDENTES

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

COMO INCREMENTAR
SUS VENTAS

GUILLERMO SOLANO

GRACIAS GUILLERMO SOLANO

GSOLANO@CENTRODEINNOVACION.COM

WWW.GUILLERMOSOLANO.COM



TW: @IDEADORES



INSTAGRAM: GSOLANOF

DEGUSTACIONINNOVACION

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



COLCIENCIAS
Ciencia, Tecnología e Innovación



GOBIERNO DE COLOMBIA



**Cámara
de Comercio
de Bogotá**

16