

# Técnicas de ventas

**C) Establecer el nivel de compensación:** Por nivel de compensación entendemos los ingresos medios de un vendedor a lo largo de un período. En ocasiones se considera que el nivel es más importante que el método de compensación. Para la empresa, el nivel de compensación es crucial para atraer, y retener a agentes idóneos. Si estos creen que no ganarán lo suficiente, probablemente no aceptarán el trabajo independientemente del método de compensación utilizado. Por otro lado, aceptarán un trabajo que pague bien aunque no ofrezca la combinación de salario y comisión que prefieren. La idea de que una paga alta atraerá a los mejores vendedores y les motivará a esforzarse al máximo hace que algunas empresas remuneren a sus vendedores por encima de la media. Con ello aparecen problemas como: -reducir los beneficios de la empresa, puesto que la retribución forma parte de los costes de venta; -disminuye la moral de los demás empleados, incluidos los directivos que ven como los ingresos de los vendedores exceden sus propios ingresos; y -dificultar el ascenso de los vendedores hacia posiciones directivas pues son reacios a abandonar sus puestos de venta en los cuales sus ingresos son mayores.

**D) Determinar el método de compensación:** El método de compensación elegido por una empresa debe ser capaz de: (1) alcanzar los objetivos específicos marcados por la dirección, (2) alcanzar el nivel de compensación total fijado, y (3) cumplir el mayor número de requisitos de un buen plan. Podemos agrupar los posibles componentes del plan de compensación en cuatro grupos: (a) retribución fija, (b) incentivos, (c) beneficios y (d) gastos de ventas.

**SALARIO FIJO:** El salario es una cantidad fija de dinero que se paga periódicamente. Tal cantidad es función del tiempo trabajado y se garantiza con independencia del rendimiento específico. Es un elemento fijo dentro del plan de compensación. Es decir, en cada período de pago, la misma cantidad de dinero es ofrecida al vendedor, independientemente de las ventas conseguidas u otras medidas de productividad. Además de ofrecer un alto grado de seguridad, podemos encontrar otras ventajas de este método. Una de ellas es que la estabilidad en los ingresos proporciona una fuerza de ventas satisfecha y leal a la empresa. Ello ayuda a reducir el ratio de rotación de la fuerza de ventas. Otra importante ventaja es que la dirección de ventas puede dirigir al vendedor hacia cualquier actividad, puesto que desde que éste cobrará una cantidad constante probablemente no le importará qué actividades deba realizar.