

Carolina Cortada, directora de Desarrollo de Personas de ASPY Prevención

Orientación comercial y venta cruzada: formación en producto y habilidades

ASPY Prevención ha diseñado, de la mano de omplus, consultora de formación corporativa de su confianza, un programa de formación especialmente orientado a desarrollar a uno de sus colectivos clave que, sin tener un rol directamente comercial, sí que tiene un importante papel en la detección de oportunidades y prescripción de las soluciones de la compañía, fundamental para incrementar la venta cruzada de la organización.

¿Cuáles han sido los principales motivos que han impulsado la creación de este Programa?

La vocación preventiva de ASPY y la evolución de nuestro sector nos ha llevado a ser un servicio de prevención que ofrece a las empresas soluciones globales, lo que llamamos la prevención integral. Queremos ir más allá de lo que es cumplimiento normativo en la cobertura de las cuatro especialidades y buscando siempre la máxima calidad e innovación en el servicio que prestamos.

La venta cruzada en el contexto competitivo en el que nos encontramos es una de nuestras estrategias principales de crecimiento. En esta línea, el colectivo de técnicos de prevención por la naturaleza de su trabajo es el colectivo que está en contacto directo con gran parte de nuestros clientes. Por tanto, tiene un papel primordial y fundamental en lo que es la fidelización del cliente, y tanto en la detección de oportunidades de venta como prescripción de soluciones y ventas de valor. De ahí nació la necesidad de apoyar y desarrollar al colectivo de técnicos. Hemos puesto en marcha un programa, formado por dos iniciativas formativas destinadas, o cuyo objetivo es potenciar y orientar al perfil técnico en su rol como canal de venta cruzada.

¿Podría explicarnos más sobre estas dos iniciativas formativas del Programa?

El objetivo fundamental de este programa ha sido el de potenciar el rol de nuestros técnicos de prevención como canal de venta, trabajando dos aspectos: alcanzar un profundo conocimiento y dominio de nuestros productos y, en segundo lugar, el de facilitarles una base sólida de habilidades comunicativas y comerciales que les ayuden a establecer relacio-

nes productivas y duraderas con nuestros clientes y a que tengan una mayor seguridad y confianza en todo el proceso de venta.

A partir de este planteamiento con omplus se diseñaron dos acciones formativas. Una en formato

A través de este programa formativo, hemos podido proporcionar el conocimiento y herramientas necesarias para facilitar la labor comercial y de fidelización de clientes a más de 300 técnicos en prevención

elearning, como un juego virtual simulando una carrera de Fórmula 1, en la que los participantes han podido y han tenido la oportunidad de conocer con mayor profundidad nuestro portfolio. La segunda acción ha sido en formato *blended* y ha consistido en una serie de talleres presenciales junto con un *coaching* grupal que lo que ha permitido al participante es desarrollar sus habilidades comunicativas y comerciales.

¿Por qué Omplus como partner para este proyecto?

Para ASPY, omplus es el *partner* de confianza. Llevamos colaborando con omplus desde hace muchos años, en distintos proyectos de desarrollo y formación en RRHH y conocen perfectamente nuestra cultura, organización y también las necesidades de nuestro colectivo de profesionales.

¿Cuál es la clave del éxito del programa?

Desde mi punto de vista, son varios los factores claves de éxito de este programa. En primer lugar, destacaría el trabajo previo de detección de necesidades que se ha llevado a cabo con el equipo de RRHH, juntamente con omplus, que nos ha permi-

tido el podernos marcar objetivos consensuados, claros y concretos. En segundo lugar, la combinación de metodologías que nos ha permitido que los participantes hagan un autodiagnóstico de sus aspectos de mejora y elaboren un plan de trabajo individual para así adquirir las habilidades y conocimientos necesarios. Por otro lado, la calidad e impacto de los medios y recursos que nos ha aportado omplus también han sido factores claves para el éxito del programa. Finalmente y fundamental la disposición y la participación de los alumnos, de los técnicos de prevención, a quienes

debemos agradecer su esfuerzo e implicación, no solo en el programa sino también en su capacidad y sus ganas de mejorar día a día.

¿Han tenido dificultades durante su desarrollo?

Por supuesto que sí, las habituales en la organización en un proyecto de estas características. La principal quizá haya sido la que nos plantea siempre nuestra dispersión geográfica y, por tanto, la organización de todas las sesiones presenciales. Aun así, todas las incidencias se han ido solventando sin problema y los objetivos pedagógicos se han logrado de manera sobresaliente.

¿Cuál es la situación actual de la iniciativa?

El reto es realmente ambicioso y no termina con este programa sino que estas dos iniciativas formativas forman parte de lo que denominamos una fase de sensibilización. Nuestra idea es continuar apoyando y facilitando el desarrollo de nuestro colectivo de técnicos de prevención, para consolidar su rol estratégico como canal de venta cruzada.

Andrés Becerra, *Solution manager* de omplus y responsable del proyecto, nos apunta las claves del mismo desde su punto de vista: "Conocer y entender muy bien las necesidades de nuestro cliente, analizar las posibles causas y consecuencias, proponer diversidad de acciones de impacto, contar con un equipo multidisciplinar que aporte valor al proyecto y concretar el diseño de una solución que genere los resultados esperados" ■

Andrés Becerra y Carolina Cortada

