



DIAGNOSTICO COMERCIAL

Empresa:	
Departamento:	Comercial y Ventas
Línea de Negocio:	Consultoría
Proceso:	Diagnostico Comercial

El Diagnostico Comercial examina los seis principales componentes de la situación comercial de la empresa

AUDITORIA COMERCIAL	RESPUESTA RECIBIDA: DE 0 A 5 0-Muy negativa 5-Muy Positiva
FASE I: AUDITORIA DEL ENTORNO COMERCIAL	
1.1. Mercados	
¿Cuáles son los principales segmentos del mercado de mi empresa ¿Tengo claramente segmentado el mercado?	
1.2. Clientes	
¿Cuáles y quiénes son los clientes de mi empresa?	
¿Cómo valoran los clientes actuales y potenciales a la compañía y a su competencia en cuanto a: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Imagen ▪ Calidad del producto ▪ Servicios ▪ Precios ▪ Otros 	
¿Conozco a los prescriptores de los productos en los clientes? ¿Quién puede recomendarme?	
¿Cuáles es la tendencia en la facturación de los clientes que pueden afectar a mi empresa?	
¿Realiza mi empresa suficientes acciones para fidelizar a los clientes?, ¿Son efectivas estas acciones?	
1.3. Competencia	
¿Cuáles son nuestros principales competidores y sus fortalezas y debilidades?	
1.4. Proveedores:	
¿Es adecuada la gestión de proveedores (buenos precios, productos de primera calidad, ...)?	

AUDITORIA COMERCIAL	RESPUESTA RECIBIDA: DE 0 A 5 0-Muy negativa 5-Muy Positiva
1.5. Tecnológico	
¿Cuál es la posición de la compañía ante los avances tecnológicos?	
¿La posición tecnológica de la empresa es percibida por los clientes?, ¿Ayuda en la venta del producto?	
FASE II. AUDITORIA DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL	
2.1. Misión del Negocio	
¿Conoce la misión de su empresa ?, ¿Es realizable la misión?	
2.2. Valores del Negocio	
¿Cuáles son los valores que trasmite mi empresa?	
2.3. Objetivos y Metas de Ventas	
¿Cree alcanzable los objetivos de ventas de la empresa?	
2.4. Estrategia Comercial	
¿Cuenta mi empresa con una estrategia comercial clara y definida?	
¿tiene identificado, y segmentado, a sus potenciales clientes?	
¿Ha desarrollado mi empresa el posicionamiento y el marketing mix adecuado para cada segmento?	
¿Cuál es la ventaja competitiva que hace que mi empresa se diferencie de sus competidores?, ¿Es identificada por los clientes?, ¿Es defendible frente a la competencia?	

AUDITORIA COMERCIAL	RESPUESTA RECIBIDA: DE 0 A 5 0-Muy negativa 5-Muy Positiva
FASE III. AUDITORIA DE LA ORGANIZACIÓN COMERCIAL	
3.1. Eficiencia Funcional	
¿El equipo comercial es capaz de planificar beneficios o sólo volumen de ventas?	
¿Cree que el equipo comercial necesita formación acerca de los productos que vende la empresa?, ¿El equipo comercial facilita a sus clientes asesoramiento especializado sobre todos los productos que vendemos?	
3.2. Eficiencia entre Departamentos	
¿Cree que es adecuada la comunicación entre los departamentos de la empresa?	
¿Se planifican, y se realizan, reuniones periódicas entre los distintos departamentos para poner en común ideas y proyectos?	
¿Se encuentran involucrados todos los departamentos en la consecución de los objetivos de la empresa?	
FASE IV: AUDITORIA DE LOS SISTEMAS COMERCIALES	
4.1. Sistemas de Información de Ventas / Marketing	
¿Los trabajadores, y el equipo comercial en concreto, cuenta con información suficiente acerca de las tendencias del mercado y de sus productos?	
¿Utiliza la información de la que dispone?	
4.2. Sistema de Control de Ventas	

AUDITORIA COMERCIAL	RESPUESTA RECIBIDA: DE 0 A 5 0-Muy negativa 5-Muy Positiva
¿Existe un plan de contingencia para las desviaciones del plan comercial?	
4.3. Sistema de Desarrollo de Nuevos Productos / Servicios	
¿Desarrollan nuevos productos en la compañía?, ¿Se incorporan lo más novedoso de los proveedores al catálogo?	
¿Se involucra a toda la compañía en el desarrollo de nuevos productos?, ¿Se premian las ideas que llevan a desarrollar productos con éxito?	
FASE V: AUDITORIA DE LA PRODUCTIVIDAD COMERCIAL	
5.1. Análisis de la Rentabilidad	
¿Debería la empresa entrar en nuevos segmentos, expandirlos o dejarlos?	
5.2. Análisis Coste / Efectividad	
¿Le parece excesivamente costosa alguna actividad de marketing, publicidad, etc?, ¿La empresa realiza mediciones en su plan de marketing estratégico?	

AUDITORIA COMERCIAL	RESPUESTA RECIBIDA: DE 0 A 5 0-Muy negativa 5-Muy Positiva
FASE VI: AUDITORIA DE LAS FUNCIONES COMERCIALES	
6.1. Productos	
¿Hay definidos objetivos para cada línea de negocio y/o familia de producto?	
¿Cree que se debería aumentar la línea de productos o contraerla? ¿Con los productos actuales, satisfacemos las necesidades del mercado y/o de los clientes?	
¿Qué productos habría que dejar? ¿Qué productos habría que añadir?	
¿Qué áreas del de producto requieren mejora? <ul style="list-style-type: none"> • Marca • Calidad • Servicio • Cumplimiento de expectativas • Posicionamiento frente a la competencia 	
¿El packaging se identifica con la ventaja competitiva de la empresa?	
¿Sabe qué posición ocupa sus productos en la mente del consumidor en el proceso de compra?	
¿Valoran los clientes las garantías que ofrece el producto?, ¿Estas garantías son superiores a las de la competencia?	
¿Es adecuado el logotipo y el lema de la empresa con la ventaja competitiva que se quiere transmitir a los clientes?	
¿Están medidas las reclamaciones de los clientes?, ¿Hay medidas correctoras para reducir las reclamaciones de los clientes?	

AUDITORIA COMERCIAL	RESPUESTA RECIBIDA: DE 0 A 5 0-Muy negativa 5-Muy Positiva
6.2. Precio	
¿Sienten los clientes que el precio los productos de la compañía están en línea con los valores que ofrecen? ¿Cree que está justificado el precio?	
¿Las promociones en precio son acertadas?, ¿Se utilizan precios gancho para atraer a los clientes?	
6.3. Distribución	
¿Existe una presencia y nivel de servicio adecuados en el mercado?, ¿Cree que tiene una buena red de distribución / reparto en el mercado?	
¿Se encuentra el producto a tiempo en cada canal o en cada cliente?	
¿Utiliza la empresa Internet para llegar a los clientes? ¿Se utiliza para vender?	
6.4. Publicidad y Promoción de Ventas	
¿Comunica correctamente la ventaja competitiva de los productos de su empresa?	
¿Conocen los clientes toda la cartera de productos de la empresa?	
¿Realiza promociones efectivas para conseguir nuevos clientes o fidelizar a los actuales clientes?	
¿Se realizan promociones con los productos complementarios?, ¿Se fomenta la venta cruzada?	

<p style="text-align: center;">AUDITORIA COMERCIAL</p>	<p style="text-align: center;">RESPUESTA RECIBIDA: DE 0 A 5 0-Muy negativa 5-Muy Positiva</p>
<p>6.5. Fuerza de Ventas</p>	
<p>¿Se conocen los objetivos de la fuerza de venta que han fijado ?, ¿Hay un seguimiento de los mismos?</p>	
<p>¿Se han fijado los procedimientos adecuados para establecer objetivos de venta y valorar resultados?</p>	
<p>¿Está organizada la fuerza de ventas de acuerdo con el principio de especialización (territorio, mercado, producto)?</p>	
<p>¿Resulta adecuado el nivel y estructura de incentivos para compensar a la fuerza de ventas?, ¿Es motivante?, ¿Involucra en la consecución de objetivos? ¿Y en el beneficio?</p>	
<p>¿Existe un buen clima dentro de la fuerza de ventas?</p>	
<p>¿Conoce el equipo de ventas a comerciales de la competencia?, ¿Qué diferencias encuentra?</p>	
<p>¿Cree que se encuentran suficientemente formados?, ¿Normalmente reciclan sus conocimientos?</p>	
<p>¿Se realizan acciones para fomentar el trabajo en equipo?</p>	
<p>¿Es adecuado el servicio posterior a la venta que se ofrece a mis clientes?, ¿Es medido de alguna manera este servicio?, ¿Se encuentran satisfechos los clientes?</p>	

AUDITORIA COMERCIAL	RESPUESTA RECIBIDA: DE 0 A 5 0-Muy negativa 5-Muy Positiva
6.6. Liderazgo	
Como líder, ¿Cuáles son sus puntos fuertes?	
¿Qué capacidades le gustaría desarrollar para su desarrollo personal y profesional?	