

C I N E
Hoyts



FILOSOFÍA DE VENTAS
HERRAMIENTAS DE GESTION
REGION ANDINA – CHILE
2016

¿Qué es Filosofía de Ventas?



Es el modelo de administración y liderazgo de la compañía, que fortalece nuestra vocación de servicio, orientado a exceder las expectativas de nuestros clientes.

Introducción Filosofía de Ventas

¿Cuál es la fórmula?



¿Cuáles son los ejes de acción?

Soy un
expertQ
en mi área

Aprovecho mis
herramientas
de trabajo

Conect@
con las necesidades
de mi cliente

Ofrezco un
servicio
estel★r

Introducción El siguiente Paso...

CLIENTE



Efectividad en los Procesos que involucran los atributos más valiosos para el cliente

Soy un **expert**Q
en mi área

Aprovecho mis
herramientas
de trabajo

ConectQ
con las necesidades
de mi cliente

Ofrezco un
servicio
estel★r

Filosofía de Ventas

Pilares de Filosofía de Ventas

CAPACITACIÓN

Programas enfocados al desarrollo de competencias

- Liderazgo
- Enfoque al cliente
- Reforzamiento de cultura

IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO

Impacto en el negocio

- Herramientas de Gestión
 - Seguimiento a Indicadores de Negocio
- Compensación
- Estructura. Fortalecimiento a la figura de Supervisor de Servicio

COMUNICACIÓN

Comunicación efectiva

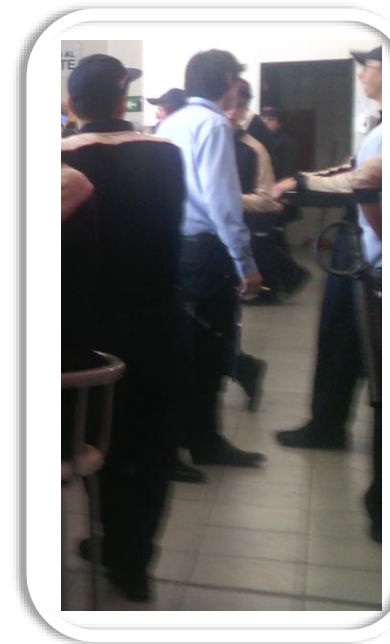
- Programas
- Avances
- Resultados

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN



¿Qué son?

Reuniones de trabajo con todo el equipo administrativo y operativo en donde se revisan las métricas del cine y a través de la participación de todos los asistentes se establecen las iniciativas y planes de trabajo enfocados a superar las metas.



¿Quién?

- ✓ Gerentes y Supervisores Regionales
- ✓ Encargado de RH
- ✓ Gerente de Conjunto



¿Cómo?

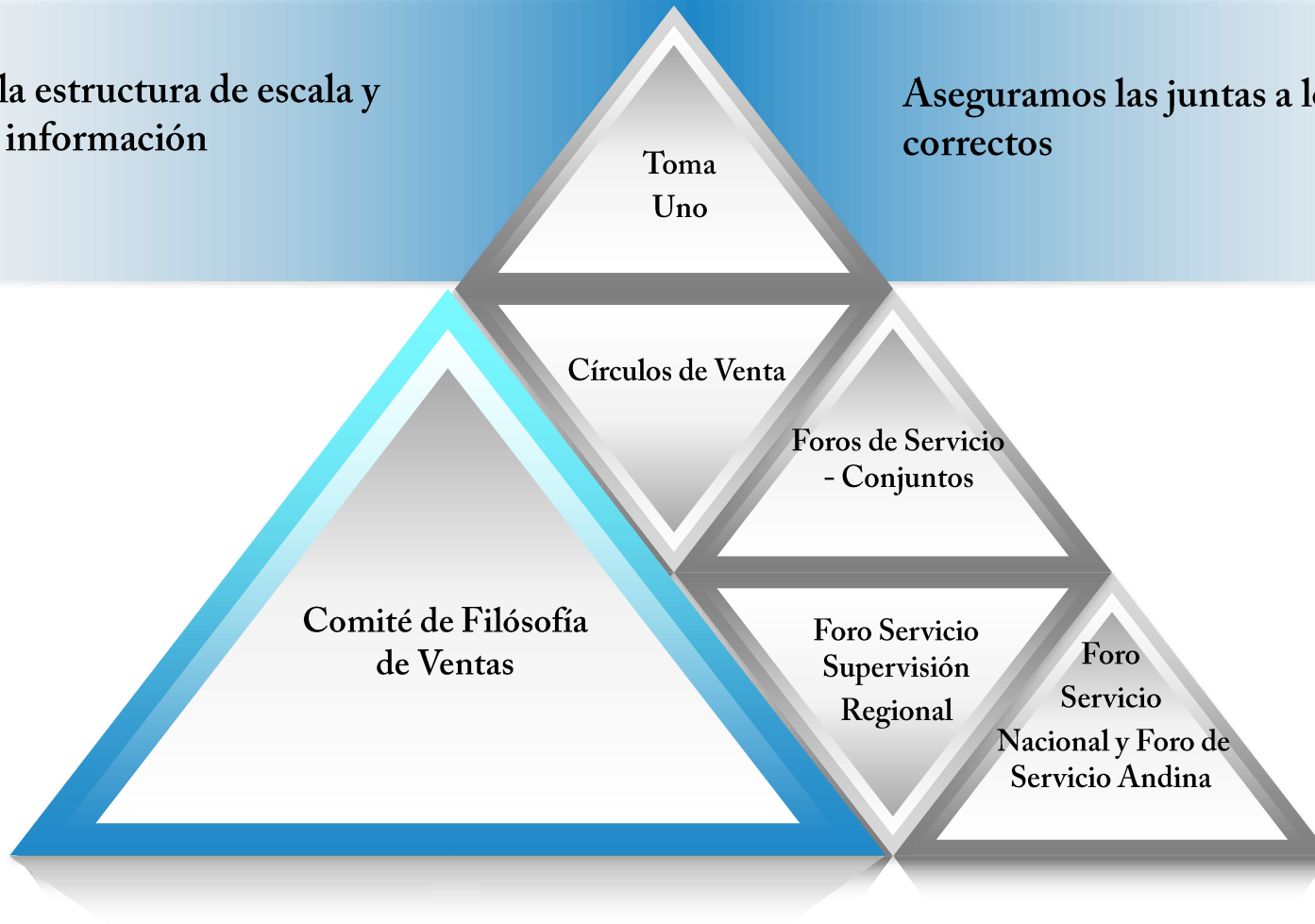
Por medio del cascadeo de información y cumplimiento de la metodología

¿En dónde?

En cada uno de los conjuntos del territorio

Diseñamos la estructura de escala y cascadeo de información

Aseguramos las juntas a los niveles correctos





TOMA 1



Son reuniones con los Staff y el Supervisor de cada Area



¿Cuál es el Objetivo?

Alinear al equipo, motivar y definir cómo lograr el objetivo y metas del día.

¿Cómo se hace?

1

Se reúne el Supervisor de área con su personal de Staff al iniciar el turno

3

El Supervisor de área designa objetivos de manera personal a cada staff

2

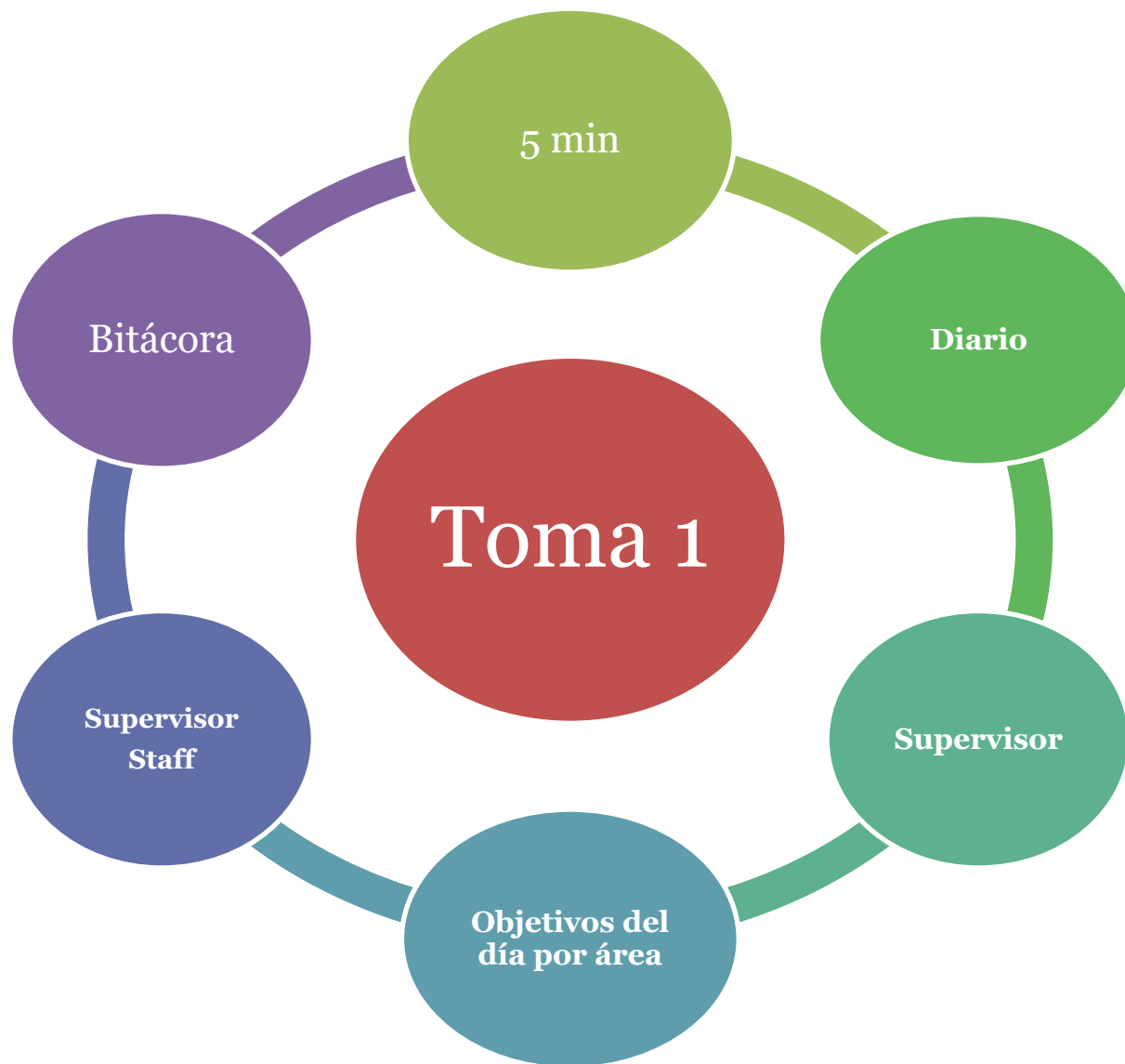
El Supervisor de área comparte la meta a la que deben llegar en equipo

4

El Supervisor de área motiva al equipo y da estrategias para el cumplimiento de la meta

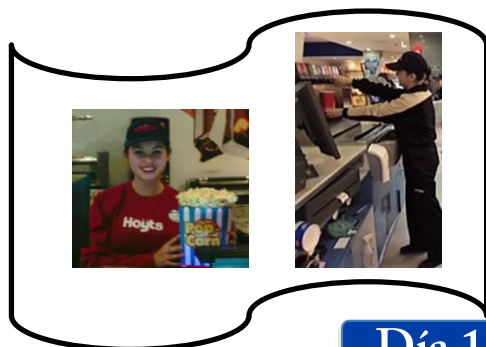
5

Se debe hacer una reunión por cada Area: Boletería, Confeitería, Operaciones (Incluye también mantenimiento y proyección)



¿Qué temas adicionales se deben mencionar?

Producto



Día 1

Orden y Limpieza



Día 2

Proyección y Sonido



Día 3

Comodidad



Día 4

Rapidez



Día 5

Servicio Sorprendente



Día 6

CÍRCULO DE VENTAS



¿Cuál es el objetivo?

Alinear al equipo, motivar y definir cómo lograr los objetivos de ventas.



¿Cómo se hace?

1

Se reúne:

- Gerente de Conjunto,
- Equipo administrativo

2

El Gerente de Conjunto presenta los resultados de la semana por línea de negocio, correspondiente:

- Costo de Venta*
- Consumo por asistente*
- Ingresos y asistentes*

*Actual Vs. Presupuesto

3

Se abordan los temas de operación y ventas que afectan los resultados del Conjunto

4

Se determinan las acciones y estrategias para dar seguimiento a los resultados presentados documentando en “Plan de Acción”



¿Qué modalidades hay?



Foro de Servicio
CONJUNTO

Foro de Servicio
**SUPERVISION
REGIONAL**

Foro de Servicio
NACIONAL

Foro de Servicio
REGION ANDINA



FORO DE SERVICIO CONJUNTO

Herramientas de Gestión

Foro de Servicio en el Conjunto

¿Cuál es el objetivo?



Presentar métricas de Servicio tales como:

- **Tracking de Satisfacción**
- **Mystery Shopper (Cliente Oculto)**
- **Puntos Críticos**
- **Quejas**

Implementar programas de mejora en el servicio.

Herramientas de Gestión

Foro de Servicio en el Conjunto

¿Cómo se hace?

1

El Gerente de Conjunto presenta los resultados de Mystery Shopper, Tracking de Satisfacción, Puntos Críticos y Quejas

2

El Gerente solicita propuestas de mejora

3

Se determinan acciones, responsables, fechas de cumplimiento y meta prometida, documentando en “Plan de Acción”

4

En el siguiente Foro de Servicio se revisará y dará seguimiento a los resultados obtenidos



FORO DE SERVICIO DE SUPERVISION REGIONAL

Herramientas de Gestión

Foro de Servicio Supervisión Regional

¿Cuál es el objetivo?

- Promover mejores prácticas y estandarizar su implementación.
- Monitorear avances de mejora del servicio.
- Manejar casos de servicio.
- Canalizar las quejas y problemas de servicio al conjunto que las presente.
- Realizar una minuta de la reunión mencionando las acciones que se emprenderán y responsables para dar seguimiento a los temas críticos detectados.



Gerentes de
Conjunto

¿Cómo se hace?

1

El Supervisor Regional tiene una reunión con todos los Gerentes de Conjunto de su zona de forma bimestral

2

Se revisan las mejores prácticas por conjunto

3

Se maneja como registro la minuta de la reunión



FORO DE SERVICIO NACIONAL



Objetivos

- Mejores prácticas de las 3 regiones de Chile
- Planes de acción
- Extraer las mejoras prácticas y compartirlas con toda la región Andina

¿Cómo se hace?

1

El Gerente Regional tiene una reunión con los Supervisores Regionales de Chile de forma trimestral

2

Se revisan las mejores prácticas por región

3

Se maneja como registro la minuta de la reunión



Herramientas de Gestión

Foro de Servicio Región Andina

¿Cuál es el objetivo?



- Implementar mejores prácticas en toda la Región Andina
- Monitorear avances de mejora del servicio.
- Manejar casos de servicio.



COMITÉ DE FILOSOFÍA DE VENTAS



ÁREAS DE SOPORTE

**GERENTE DE OPERACIONES
GERENTE DE RECURSOS
HUMANOS**

¿Cuál es el Objetivo?

Definir la Estrategia de FDV

Es una reunión donde:

- ✔ Se revisan los avances de cada uno de los Pilares.
- ✔ Se analiza información para la toma de decisiones.
- ✔ Se establecen planes de acción para asegurar el cumplimiento de los objetivos.

Herramientas de Gestión Comité de Filosofía de Ventas

¿Cómo se hace?

1

RH convoca a todos los participantes

2

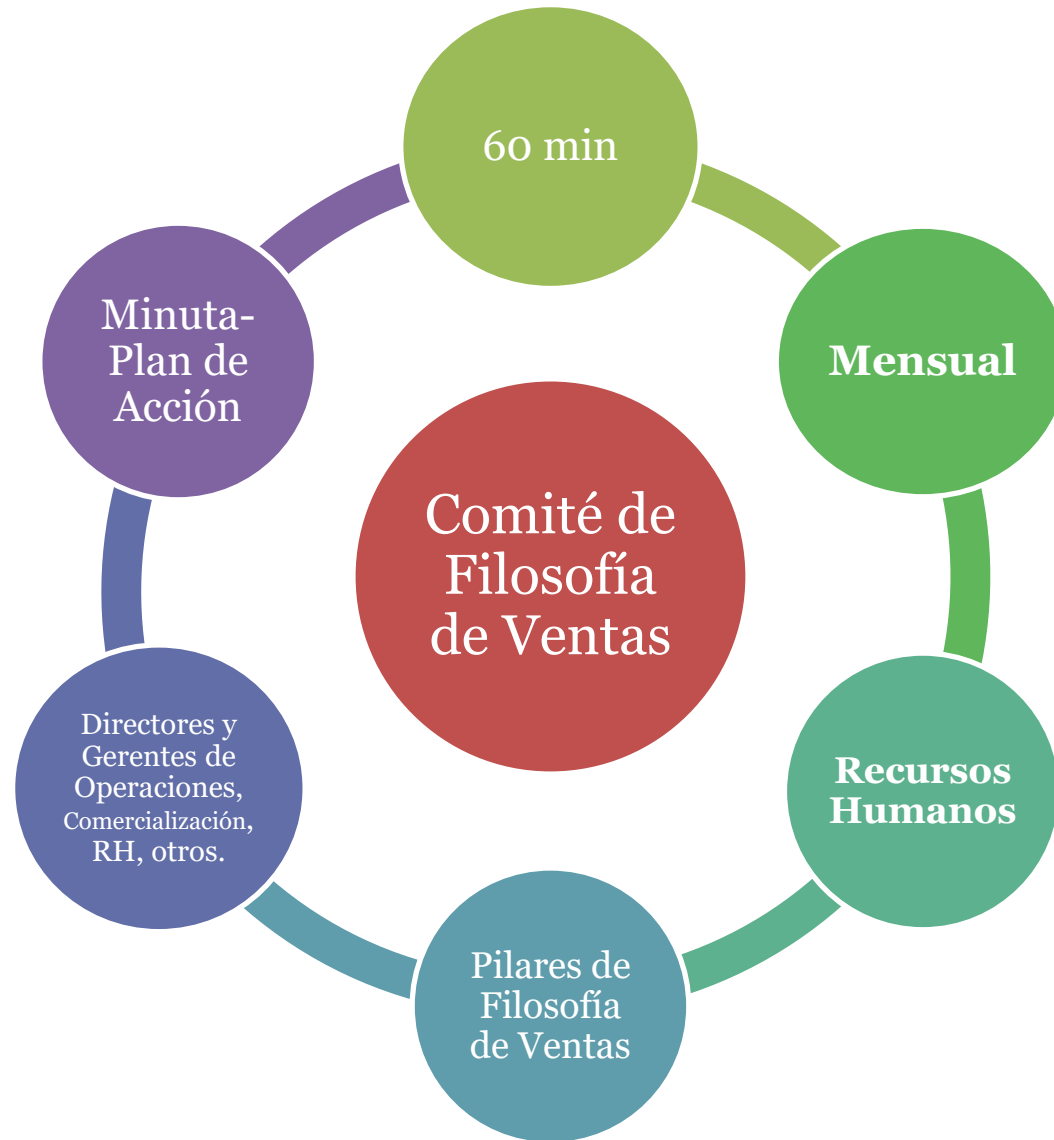
Se presenta el avance del programa de FDV

3

Se revisa el cumplimiento de acuerdos de la reunión anterior

4

Se establecen planes de acción



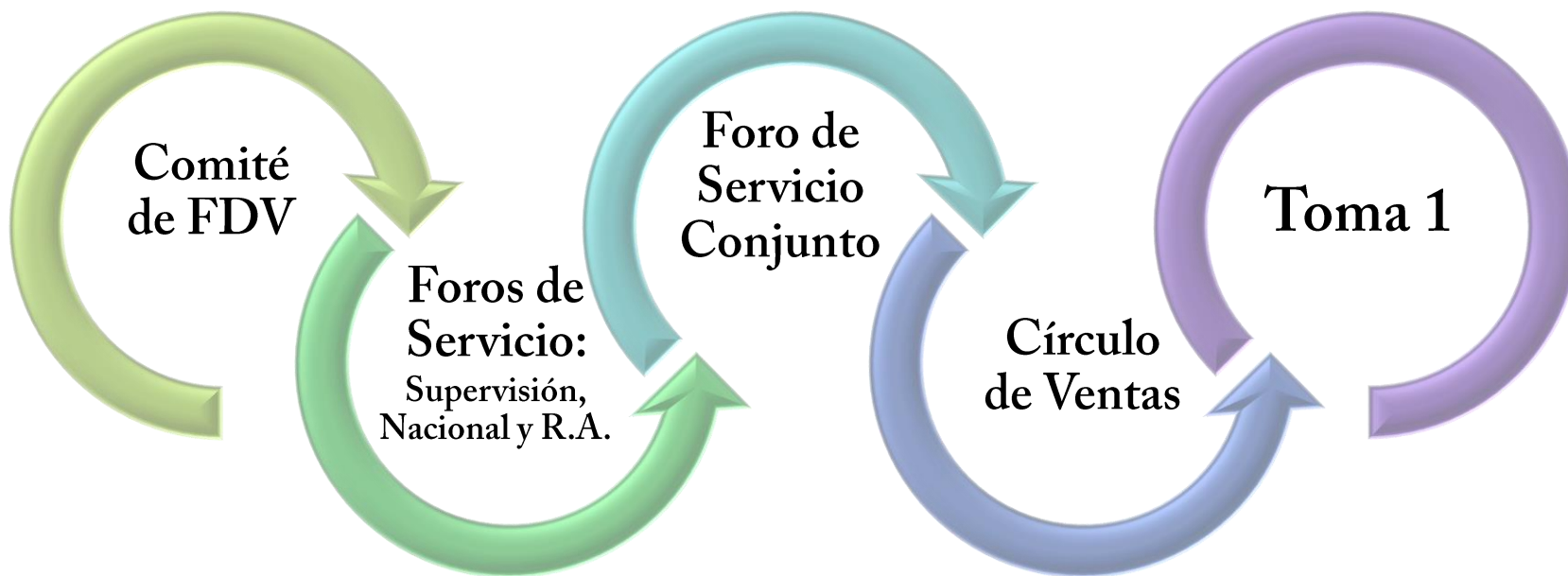
Herramienta	Información	Duración	Frecuencia	Lidera	Participantes	Documento
Comité de FDV	Seguimiento de pilares de FDV	60 minutos	Mensual	Recursos Humanos	Directores y Gerentes de Operaciones, Operaciones, Comercialización, otros y RH	Minuta
Foro de Servicio Región Andina	Implementar mejores practicas de de toda la región.	60 minutos	Trimestral	Gerente de Operaciones	Gerente de Operaciones, Gerentes Regionales	Minuta
Foro de Servicio Nacional	Mejores Prácticas, Casos de Servicio Servicio y Quejas	60 minutos	Bimestral	Gerente Regional, Supervisores Regionales	Gerente Regional y Supervisores Regionales	Minuta
Foro de Servicio de Supervisión Regional	Mejores Prácticas de cada región, Casos de Servicio y Quejas	60 minutos	Bimestral	Supervisores Regionales, Gerentes de Conjunto	Supervisores Regionales y Gerentes de de Conjunto	Minuta
Foro de servicio en Conjunto	Mystery Shopper, Tracking de Satisfacción, Puntos Críticos, Quejas	60 minutos	Mensual	Gerente de Conjunto	Gerente de Conjunto, Supervisores Senior, Supervisores, Asistentes de Supervisor.	Planes de acción
Círculo de Ventas	Costo de Venta, Consumo por asistente, Ingresos y asistentes	40 minutos	Semanal	Gerente de conjunto	Gerente de Conjunto, Supervisores Senior, Supervisores, Asistentes de Supervisor.	Plan de acción
Toma 1	Objetivos del día por área	5 minutos	Diario	Supervisor	Supervisor Staff	Bitácora

- ✓ Reúnete en equipos con tu territorio.
- ✓ Es hora de poner en práctica lo aprendido. Arma cada una de las órbitas con las características de las Herramientas de Gestión.
- ✓ Tienes 10 minutos.



Filosofía de ventas es una Herramienta
de Operaciones que permite el logro de
logro de resultados financieros y de
servicio

Modelo de Gestión



Mecanismo de Reporteo





Filosofía de Ventas