

bcg

Barna CONSULTING GROUP

**winning  
together**

- 1. Quiénes somos**
- 2. Modelo de trabajo**
- 3. Áreas de trabajo**
- 4. Programas formativos**
- 5. Casos de éxito**
- 6. Investigación**
- 7. Nuestros clientes**



## 1. Quiénes somos

---

### Consultora de referencia

**BCG** es un referente en el ámbito de la consultoría, formación y coaching, tanto en el área comercial (marketing, ventas, calidad de servicio y fidelización de clientes) como en recursos humanos.

### Excelencia

Más de 20 años realizando proyectos exitosos en empresas líder de todos los sectores, ayudándoles a conseguir organizaciones más modernas, competitivas y orientadas al mercado.

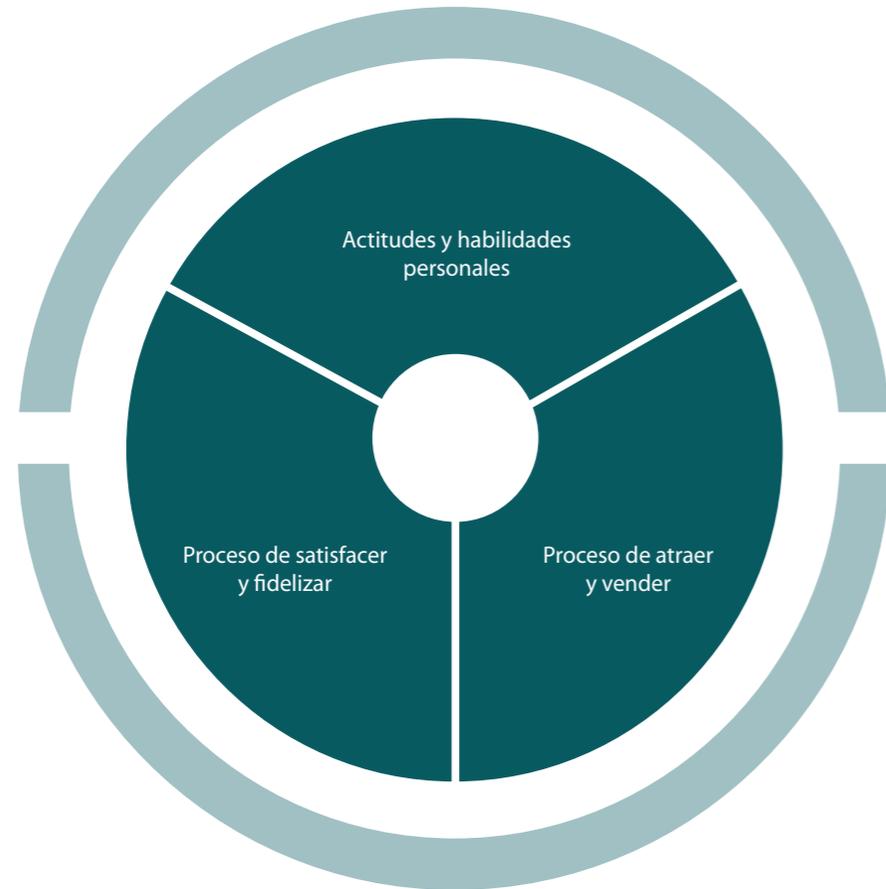
### Centrada en el cliente

Nuestro sistema de trabajo implica adaptar nuestros servicios al Cliente de manera que cada proyecto o programa de formación sea único y enfocado a las necesidades de cada uno de nuestros clientes.

### Equipo con un sólido bagaje

Nuestro equipo está formado por profesionales con una sólida formación y con una amplia experiencia en el Área Comercial y en el ámbito de los Recursos Humanos, colaborando con nuestros clientes desde una perspectiva tanto estratégica como de gestión.

## 2. Modelo de trabajo



Áreas de trabajo de **Barna Consulting Group**



El modelo **BCG** se basa en el Proceso de **Atraer** (Marketing, Modelo Comercial y Marketing Interno), **Vender** (Venta Consultiva y Oferta de Valor), **Satisfacer** (Calidad de Servicio) y **Fidelizar** (Marketing Relacional) tanto al Cliente Interno como al Cliente Externo.

# bcg hace más rentable su organización

· Situación actual



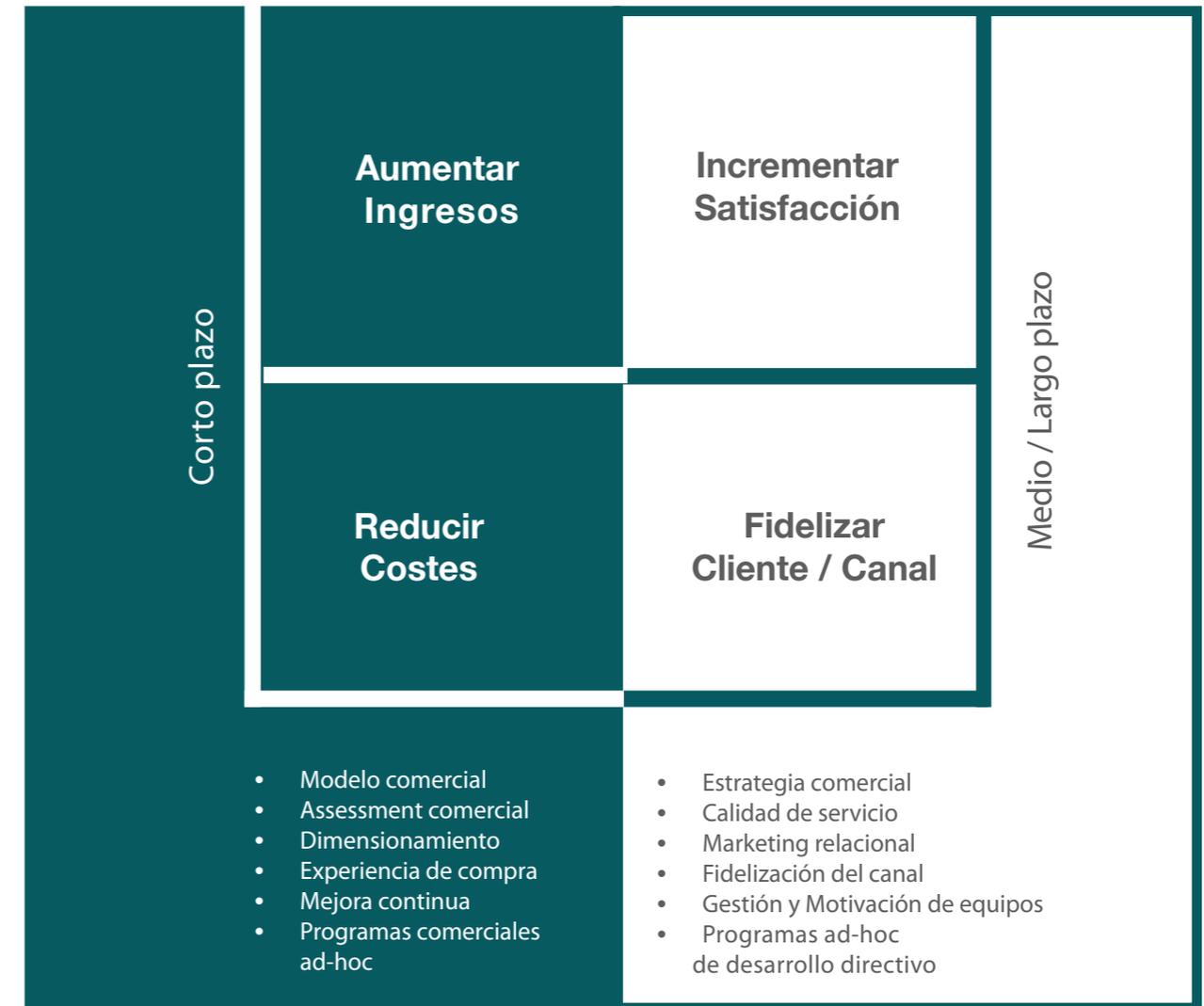
- Cientes actuales
- Captación de nuevos clientes
- Mortalidad clientes
- Ventas totales

· Impacto BCG

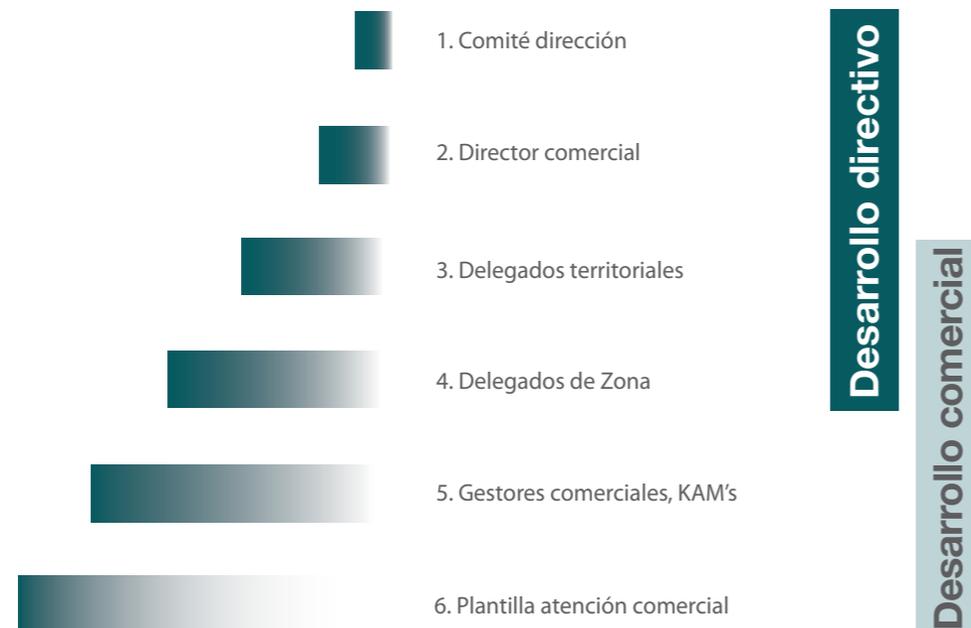


- Incremento venta cruzada
- Incremento Captación de nuevos clientes
- Reducción mortalidad
- Aumento Ventas totales

# bcg impacta en las organizaciones



# bcg impacta en el capital humano



## Desarrollo directivo

- Habilidades directivas
- Liderazgo en tiempos de cambio
- Coaching
- Desarrollo personal



## Desarrollo comercial

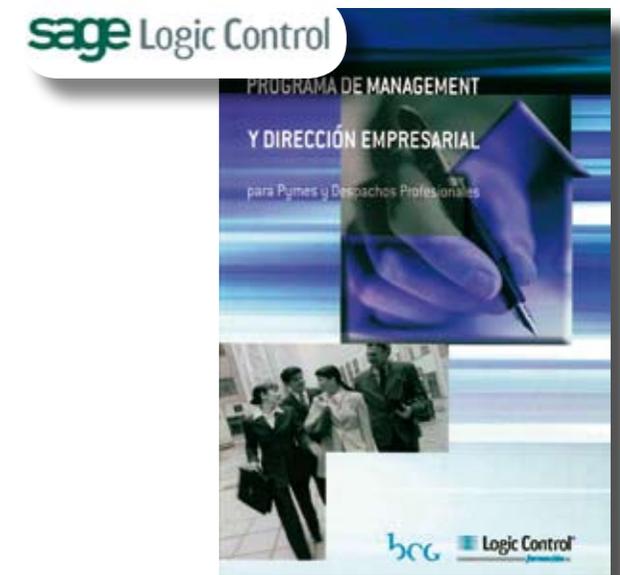
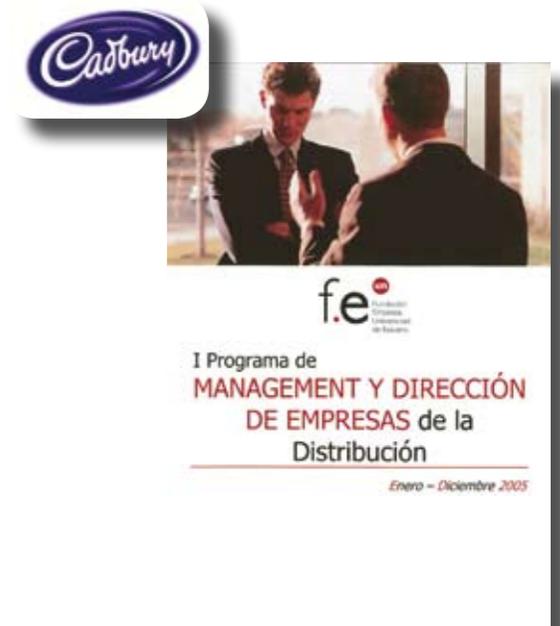
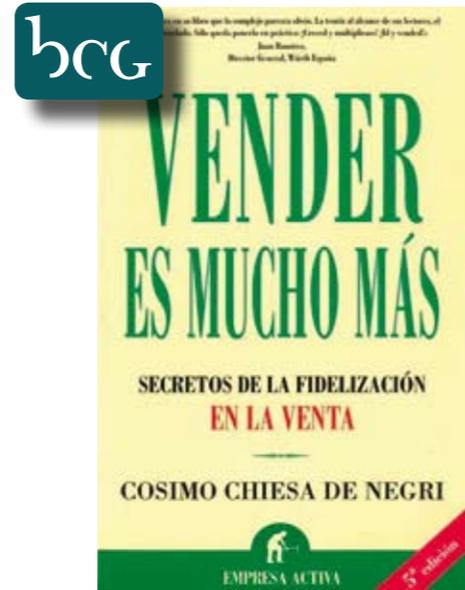
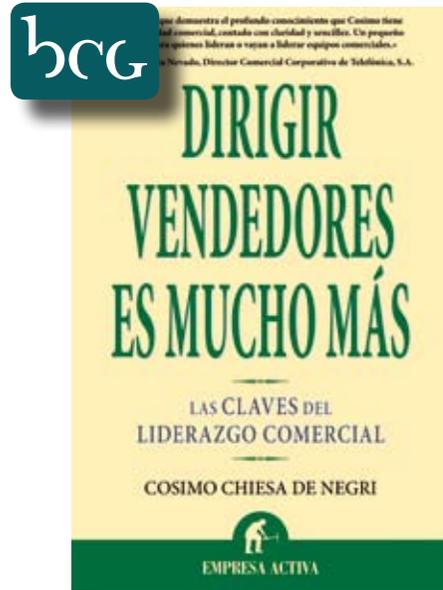
- Diseño y dirección de redes de ventas
- Supervisión, evaluación y motivación de equipos
- Venta consultiva
- Orientación al cliente



# hcg ayuda a las empresas a orientarse al cliente



4. Programas formativos



### Sector Utilities

#### Rediseño del modelo comercial

##### El cliente

- Multinacional de servicios energéticos con actividad en España, Europa y Latinoamérica que comercializa tanto electricidad como gas.

##### Problema

- Tendencia bajista en el número de contratos energéticos generados por la red comercial de los colaboradores.
- Alta rotación de comerciales en las empresas colaboradoras.
- Red de colaboradores insuficiente para generar los objetivos de crecimiento esperados en parte del Territorio.

##### Solución

- Cambio de la visión comercial de Territorio a Colaborador.
- Segmentación del canal.
- Creación de un equipo específico de Desarrollo del Canal.

### Sector Textil

#### Mejora de los procesos de venta

##### El cliente

- Multinacional textil española líder en su segmento.
- Más de 150 tiendas y 4.200 puntos de venta a nivel internacional.
- Más de 150 millones de euros de facturación.

##### Problema

- Intensa competencia en el segmento dificulta la diferenciación de la competencia.
- Reducción de márgenes en el producto.
- Resistencia del cliente a un incremento de precios.

##### Solución

- Reposicionamiento hacia un producto de mayor valor percibido a través de la experiencia de compra.
  - Análisis de las necesidades del cliente real y potencial.
  - Benchmarking con la competencia.
  - Rediseño de los procesos de venta y atención al cliente.
  - Plan de implementación.
  - Plan de formación.
  - Plan de Seguimiento.

### Sector Gran Consumo

#### Fidelización del canal

##### El cliente

- Multinacional líder en el sector de confitería con marcas reconocidas a nivel mundial.
- Facturación superior a 150 millones de Euros.

##### Problema

Potencial de ventas no alcanzado debido a:

- Alta dependencia en un canal que no es exclusivo.
- Lucha por más espacio en el punto de venta.
- Diálogo Empresa –Distribuidor centrado en el producto y en su precio.
- Reducción en el número de puntos de venta.

##### Solución

- Creación de un programa de fidelización a medida:
  - Establecimiento de un marco de colaboración.
  - Segmentación de mayoristas.
  - Programas de formación de alto nivel para los directivos de los mayoristas.

### Sector industrial

#### Assessment comercial

##### El cliente

- Empresa Nacional de carácter familiar con fabricación de productos para uso Doméstico, Hostelería y Hospitalario.
- Facturación de 140 millones de euros.

##### Problema

- Falta de homogeneidad en el Equipo Comercial (tanto en la implantación de las Políticas como en el uso de las metodologías comerciales).
- El Equipo Comercial presenta importantes diferencias entre sus miembros en cuanto a habilidades, capacitación y técnicas, lo que genera importantes disfunciones en la comercialización.

##### Solución

- Realización de un Assessment Comercial mediante entrevistas en profundidad y acompañamientos a los miembros del Equipo Comercial para detectar puntos fuertes y áreas de mejora.
- Programa de Formación en Habilidades Directivas y Coaching para los mandos intermedios a nivel regional.
- Plan de Formación del Equipo de Ventas por colectivos en función de sus necesidades.

### Sector Financiero

#### Programa de Formación Global

##### El cliente

- Filial retail española de uno de los principales grupos financieros internacional.
- Más de 250 millones de euros de margen de intermediación.
- Más de 3.000 empleados y 500 oficinas.

##### Problema

- Diferentes culturas organizacionales como resultado del crecimiento a través de adquisiciones de varias entidades con diferentes visiones del negocio.
- Falta de definición de metodologías de trabajo que repercuten negativamente en las expectativas de servicio del cliente.

##### Solución

- Programa de formación a medida a más de 600 empleados y directivos:
  - Participantes: Todos los niveles, en cascada, empezando por la alta dirección (Programa de Coaching) y continuando por todos los niveles de la organización (Programas de Formación).
  - Contenido: Desarrollo de habilidades directivas y otras competencias.
  - Objetivo: Consolidar la cultura, crear sentido de pertenencia, homogeneizar las metodologías y mejorar la comunicación entre la red y servicios centrales.

### Sector Comunicación

#### Programa de Coaching

##### El cliente

- Organización comercial compuesta por 300 personas.
- Mercado competitivo de ámbito nacional en constante expansión.
- Objetivos de venta multiproducto.

##### Problema

- Gestión del Equipo Humano y metodologías Comerciales poco adaptadas al entorno actual.

##### Solución

- Programa de coaching individual para los Directivos de primer nivel:
  - Diagnóstico inicial: Análisis de puntos fuertes y áreas de mejora y perfil comportamental DISC.
  - Planes de acción: Destinados para mejorar sus competencias directivas y mejorar la dirección de sus equipos de ventas.
  - Evaluación y seguimiento.

## 6. Investigación

Barna Consulting Group es una empresa pionera en el campo de la comercialización y la gestión de personas y equipos.



¿Está preocupándose por conseguir la adecuada motivación de su Equipo de Ventas, para que se adapte al constante proceso de cambio que nos rodea?



La mayoría de las empresas, de forma consciente o no, centran su atención en la venta inmediata que tienen ante sí y encuentran dificultades para desarrollar relaciones duraderas con sus clientes.



“Si siempre haces lo mismo sólo obtendrás lo que ya tienes. Si deseas algo nuevo haz algo diferente.”



**Cómo hacer del marketing interno una realidad**  
Nathalie Detry Duyckaerts,  
Vicepresidenta de Barna CONSULTING GROUP y profesora del Diploma de Postgrado en Marketing Interno del IDEC-Universidad Pompeu Fabra.



**Enfocar la compañía al cliente**  
“Sin profesionalidad, cualquier negocio corre elevados peligros de no ser muy duradero”

será posible afrontar los retos y amenazas futuras a través de una adecuada dirección y gestión del nuevo vendedor consultor de hoy.



El Marketing ha tenido que dar un nuevo giro en la gestión empresarial y apoyarse en otras necesidades más arraigadas en el consumidor: las emociones.



EL PRIMER PASO PARA DESARROLLAR UNA BUENA Y DURADERA ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN CONSISTE EN BUSCAR LA EXCELENCIA A LO LARGO DE TODO EL PROCESO COMERCIAL, PARA PASAR DE LA FIGURA DEL VENDEDOR CENTRADO EN PRODUCTO-PRECIO A LA DEL VENDEDOR CONSULTOR

## 7. Nuestros clientes

### • Automóvil



### • Enseñanza



### • Distribución



### • Servicios



### • Industria



### • Informática y Comunicaciones



### • Banca y Seguros



### • Salud



### • Gran Consumo



[www.barna-consulting.com](http://www.barna-consulting.com)

## BARCELONA

Av. Esplugues, 87  
08034 Barcelona  
T· 932 050 014 F· 932 050 165  
[bcg@barna-consulting.com](mailto:bcg@barna-consulting.com)

## MADRID

Orense, 25 6º C, esc. izquierda  
08020 Madrid  
T· 917 701 683 F· 917 701 703  
[bcg@barna-consulting.com](mailto:bcg@barna-consulting.com)

Av. Esplugues, 87  
08034 Barcelona  
T· 932 050 014 F· 932 050 165  
bcg@barna-consulting.com



Orense, 25 6° C, esc. izquierda  
08020 Madrid  
T· 917 701 683 F· 917 701 703  
bcg@barna-consulting.com