

MEYKO SALES PLAYBOOK

Documento Maestro Definitivo

Versión Corporativa 1.0

ÍNDICE GENERAL

1. Parte I - Fundamentos
2. Parte II - La Visita Médica Perfecta
3. Parte III - Desarrollo Comercial
4. Parte IV - Venta por Especialidad Médica
5. Parte V - Ejecución Comercial
6. Parte VI - Herramientas Comerciales
7. Parte VII - Casos MEYKO
8. Parte VIII - Formatos Oficiales

PARTE I - FUNDAMENTOS

Filosofía Comercial MEYKO

- No vendemos productos; desarrollamos soluciones.
- Paciente primero.
- Diagnosticar antes de recomendar.
- Escuchar antes de hablar.
- Generar valor en cada interacción.
- Construir relaciones de largo plazo.

Proceso Comercial Oficial

- Prospectar
- Diagnosticar
- Presentar
- Demostrar
- Cotizar
- Negociar
- Cerrar
- Dar Seguimiento
- Desarrollar la Cuenta

20 Mandamientos del Consultor

- Llegar preparado
- Escuchar más de lo que habla
- Nunca visitar sin objetivo
- Documentar toda visita
- Cumplir la palabra
- Dar seguimiento constante
- No depender de un solo contacto
- Prospectar continuamente

PARTE II - LA VISITA MÉDICA PERFECTA

Preparación de la Visita

- Definir objetivo de la visita
- Revisar historial del cliente
- Preparar material y muestras
- Identificar posibles oportunidades
- Definir siguiente paso esperado

Ingreso y Recepción

- Recepción es una aliada estratégica
- Ser puntual
- Respetar tiempos del médico

Identificación del Decisor

- Usuario
- Influenciador
- Comprador
- Aprobador
- Decisor Final

Preguntas Obligatorias

- ¿Qué patologías atiende con mayor frecuencia?
- ¿Qué tecnología utiliza actualmente?
- ¿Qué le gustaría mejorar?
- ¿Qué problemas tiene con su proveedor actual?

Objeciones Frecuentes

- Está muy caro
- Estoy satisfecho con mi proveedor
- No tengo presupuesto
- Necesito pensarlo

Regla de Cierre

- Nunca salir de una visita sin un siguiente paso acordado.

PARTE III - DESARROLLO COMERCIAL

Prospección

- La primera visita busca abrir puertas, no cerrar ventas.
- Buscar clientes en hospitales, clínicas, congresos y referidos.

Cuentas Estratégicas

- Mantener múltiples relaciones activas
- Revisar trimestralmente la cuenta
- Identificar todas las especialidades y oportunidades.

Venta Cruzada

- Todo cliente debe conocer el portafolio MEYKO 360°.

Inteligencia Competitiva

- Investigar precio, fortalezas, debilidades y participación de mercado de la competencia.

PARTE IV - VENTA POR ESPECIALIDAD MÉDICA

Ortopedia

- Preguntar sobre volumen de cirugías, rehabilitación y retos postoperatorios.
- Oportunidades: ortesis, rehabilitación, compresión, manejo del dolor.
- Señales de oportunidad: incremento de cirugías y nuevos especialistas.

Endocrinología

- CGM, glucómetros y educación en diabetes.
- Investigar barreras de adherencia y volumen de pacientes diabéticos.

Neumología

- CPAP, ventilación domiciliaria, espirometría y oxigenoterapia.

Cirugía Vascular

- Manejo de heridas, compresión y soluciones endovasculares.

Medicina Interna

- Especialidad clave para venta cruzada.

Neurocirugía

- Hemostáticos, sellantes duros e instrumental especializado.

Radiología Intervencionista

- Catéteres, microcatéteres, guías y sistemas de cierre vascular.

Urología

- Manejo urinario, catéteres y diagnóstico.

Pediatría

- Monitoreo y cuidado domiciliario.

Ginecología

- Diagnóstico y rehabilitación pélvica.

Fisiatría y Rehabilitación

- Láser terapéutico, ondas de choque y electroterapia.

PARTE V - EJECUCIÓN COMERCIAL

Demostraciones Exitosas

- Toda demostración debe tener objetivo, decisor presente y siguiente paso.

Lanzamiento de Nuevas Tecnologías

- Seleccionar KOLs y cuentas piloto.

CRM y Pipeline

- Si no está en el CRM, no existe.
- Etapas: Prospecto, Oportunidad, Demo, Cotización, Negociación, Ganada o Perdida.

KPIs

- Visitas
- Clientes nuevos
- Oportunidades
- Demostraciones
- Cotizaciones
- Ventas

Postventa

- Seguimiento a 7, 30 y 90 días.

PARTE VI - HERRAMIENTAS COMERCIALES

Scripts Comerciales

- Solicitud de cita
- Inicio de visita
- Seguimiento de cotización
- Manejo de objeciones

Checklists

- Checklist diario
- Checklist pre-visita
- Checklist post-visita

15 Preguntas Obligatorias

- Descubrir necesidades, proyectos, retos, decisores y oportunidades.

10 Errores que Más Cuestan Ventas

- No prepararse
- No dar seguimiento
- No prospectar
- Competir solo por precio

PARTE VII - CASOS MEYKO

- La visita improvisada: perder credibilidad por no revisar historial.
- El médico interesado que nunca compró: no involucrar compras.
- La oportunidad en la sala de espera: observar genera ventas.
- La cotización olvidada: seguimiento insuficiente.
- Dependencia de un solo médico: riesgo de la cuenta.
- La demostración que cerró la venta.
- El precio no era el problema.
- La cuenta recuperada después de un año sin compras.
- El reclamo convertido en oportunidad.

PARTE VIII - FORMATOS OFICIALES

Formato de Visita Médica

Plantilla oficial para uso del equipo comercial MEYKO.

Mapa de Decisores

Plantilla oficial para uso del equipo comercial MEYKO.

Plan de Cuenta Estratégica

Plantilla oficial para uso del equipo comercial MEYKO.

Planificación Semanal

Plantilla oficial para uso del equipo comercial MEYKO.

Pipeline Comercial

Plantilla oficial para uso del equipo comercial MEYKO.

FRASES OFICIALES MEYKO

Diagnosticar antes de recomendar.

Interés no significa autoridad.

Las relaciones generan ventas recurrentes.

Nunca salga de una visita sin un siguiente paso.
