

## **MÉTODO RANKING**

### *PRÓLOGO*

Gracias por tener este libro entre sus manos. Generalmente, cuando un autor escribe, lo hace para comunicar algo. Cada uno de los que leen su libro puede buscar algo distinto. El lector puede buscar, en cada caso unas horas de distracción, relajación o información,; en nuestro caso nuestros lectores van a descubrir una nueva herramienta que les permitirá controlar, con una mínima inversión de tiempo, la situación de su empresa en el terreno comercial, actuar para corregir desviaciones y facilitar la elaboración de un presupuesto anual de ventas fiable.

Uno de los factores que distingue a nuestro tiempo en relación al pasado es un incremento exponencial de la incertidumbre en todas las áreas. Existen a nuestro alrededor factores nuevos a los que hay que adaptarse con rapidez si no queremos que nuestra empresa se distancie más y más del mercado. Al conseguir, con la aplicación del Método Ranking”, que usted tenga un seguimiento detallado y fácil de las ventas de la empresa, se reduce la incertidumbre en el negocio y se mejora la calidad de las decisiones que se toman día a día.

Al escribir esta obra, hemos intentado recoger nuestras experiencias en el mundo empresarial. Probablemente más de un lector se reconocerá en alguna de las situaciones que se detallan en el texto. No es fruto de la casualidad, sino de la intención de conectar el libro con la realidad. No es un libro donde se teorice sobre el porqué de las cosas, si no que es un libro eminentemente práctico. Queremos que su empresa funcione mejor y le proponemos un sistema para hacerlo. Para ello, hemos dividido el libro en una serie de capítulos, que se articulan alrededor de cinco partes.

En la primera parte, repasamos los factores que hacen que nuestro mundo empresarial sea tan competitivo y planteamos la base del sistema. En la segunda parte, hablamos básicamente de los clientes: los tipos de clientes, cómo distinguir y trabajar con los grandes éxitos y fracasos, y cómo analizar correctamente los listados de ventas. La tercera parte está enfocada a la utilización efectiva de los recursos comerciales y sus gestión. La cuarta parte se detiene en la preparación del presupuesto del año próximo, construido de una manera que permita reducir al máximo la incertidumbre. Y es justo en la quinta y última parte cuando nos centramos en la interrelación de los factores, que nosotros denominamos círculos, y la incertidumbre.

La obra está novelada, para hacer su lectura más fluida. El protagonista, David, refleja a todos empresarios, gerentes, directores generales, de marketing y comerciales de todas las empresas del mundo, aunque en el texto trabaje en un entorno de multinacional de un cierto tamaño.

La consultora Ana, refleja aquella parte de nuestra conciencia que nos dice lo que tendríamos que hacer y, además, nos explica, cómo y cuando hacerlo. A menudo necesitamos que alguien nos ayude a descubrir en lo que realmente debemos centrarnos, y ese es el papel de Ana.

Escrita para ser leída durante un vuelo o un viaje corto, sus resultados perduran toda la vida, como aquellos días de un viaje estupendo que recordamos siempre con agrado. Una vez nuestra mente aprende a trabajar bajo el Método Ranking, y conseguimos que nuestros colaboradores también lo hagan, ahorraremos tiempo, reduciremos el tiempo improductivo, y esperamos, seremos más felices.

Disfruten de su lectura y aplíquenlo lo antes posible. Su principal competidor compró el libro ayer....

AT/SG