

Business acumen

Muestra entendimiento de Pearson, sus objetivos estratégicos, sus procesos, sus clientes y las necesidades de estos en un mercado global donde hay muchos competidores tratando de conquistarlo.

Identifica problemas y es capaz de estructurarlos para convertirlos en casos de negocio, validando su alineación a la estrategia de Pearson, su nivel de prioridad y urgencia, reconociendo los actores clave de los que debe acompañarse para la ejecución.

Gente Pearson transformando el negocio



Comportamientos de la competencia

1

Entiende el proceso general del negocio y cómo su actividad impacta en esa cadena de valor.

2

Comprende el contexto del mercado y los pain points de nuestros Clientes, al estar en constante contacto con estos, o buscando retroalimentación continua de aquellos que sí lo están.

3

Sabe la importancia que tiene un CRM (SalesForce), así como el impacto positivo que puede tener para la planeación y toma de decisiones. (decisiones editoriales, apoyo de consultoría, tecnología, manejo de presupuestos, etc)

4

Sabe cuáles son los productos/ servicios principales con los que Pearson lidera en su región/país.

5

Es capaz de estructurar sus proyectos o iniciativas como casos de negocio asegurando que el objetivo que se persigue está alineado a alguno de los objetivos globales.

Actividades On-the-Job para el desarrollo de la competencia

PRINCIPIANTE



- » **Asegúrate** de los objetivos que persiguen en tu área y tus propias metas anuales están alineadas a los objetivos estratégicos del negocio.
- » **Debes** tener claro y entender el beneficio de tener un CRM y de manera continua trabajas en Salesforce para obtener reportes que faciliten tu análisis y toma de decisiones (si aplica en tu área).
- » **Manten** conversaciones continuas con gente que conoce mucho de Pearson para aprender sobre el negocio.
- » **Desde ventas**, pones atención en las entrevistas en tus visitas para conocer las necesidades y pain points de los clientes y poder ofrecer una solución a estos.
- » **Desde áreas de soporte**, te mantienes al día con el feedback que provee Ventas para apoyar las ventas.

INTERMEDIO



- » **Identifica** dos fuentes de las cuales puedes profundizar tu conocimiento de nuestros productos y servicios de manera autónoma y actualízate de forma periódica.
- » **Identifica** la parte del proceso total de Pearson donde tengas el menor conocimiento y genera un plan de acción específico para mejorar ese conocimiento.
- » **Desde ventas**: analiza las necesidades de tus clientes y asegúrate de generar propuestas comerciales aprovechando incluir productos, servicios y soluciones digitales. Desde las áreas de Soporte programa por lo menos una vez al mes conversaciones con la gente que está en contacto directo y constante con los clientes para sensibilizarte ante sus necesidades y el contexto del mercado, esto además de las 4 visitas anuales que deberás hacer.

AVANZADO



- » **Aprovecha** tu conocimiento sobre nuestra empresa y negocio para apoyar a nuevos ingresos en su rápida inducción a Pearson.
- » **Utiliza** elementos y sistemas de información del negocio que te ayuden a sustentar tus planes de acción, aportando ideas a tus líderes superiores de como impactar positivamente en los planes regionales.
- » **Continuamente** haz ajustes a estos planes siempre basándote en la información que obtienes de estas herramientas.

