

Universidad de Lima

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas

Carrera de Marketing



# **ESTRATEGIA GO-TO-MARKET DE HILTI: ENFOQUE ESTRATÉGICO EN LA VENTA CONSULTIVA**

Trabajo de suficiencia profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en  
Marketing

**Sebastian Andres Focillas Mesías**

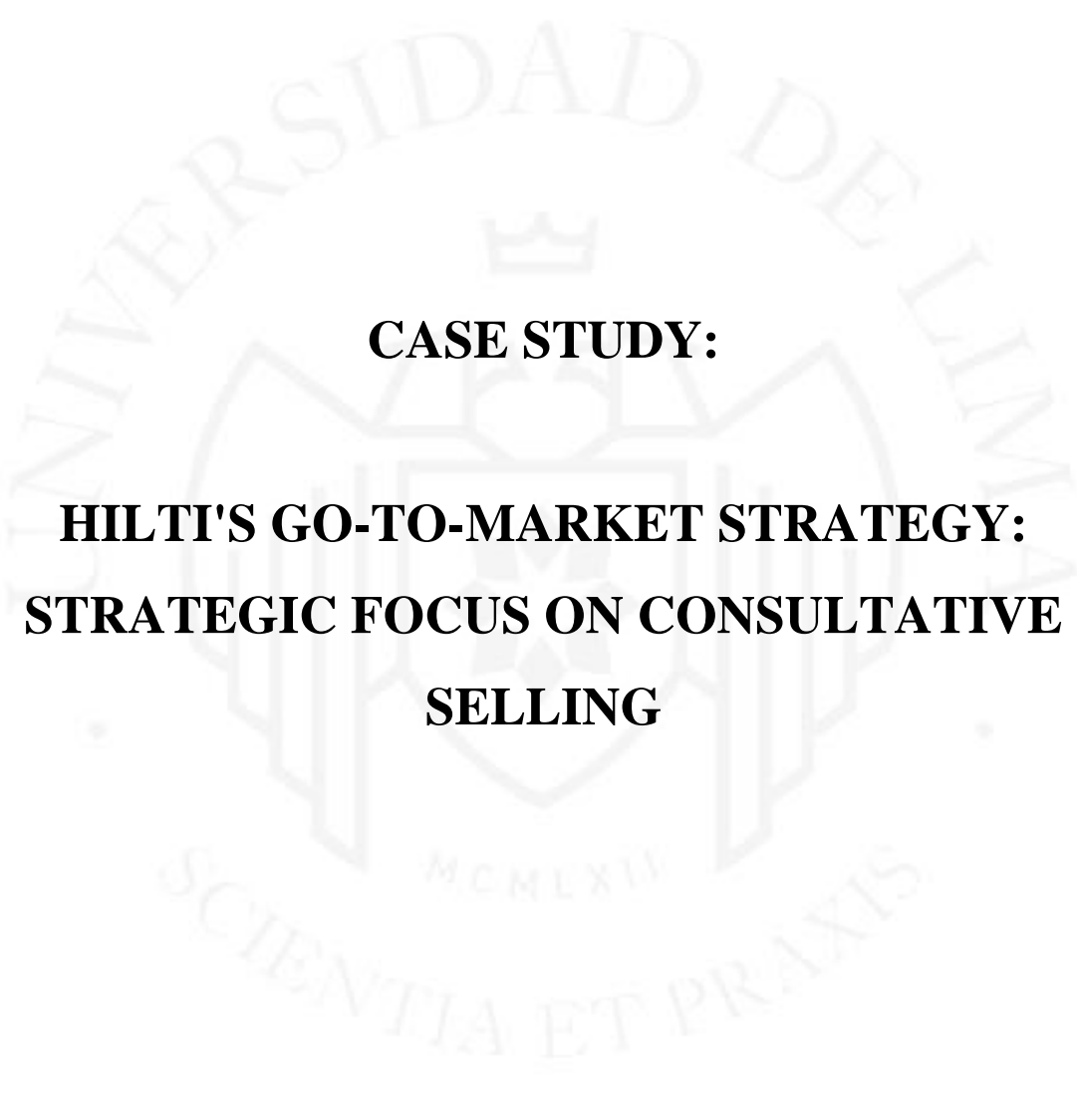
**Código 20140519**

**Asesor**

Jorge Eduardo Toma Takekami

Lima – Perú

Abril, 2024



**CASE STUDY:**

**HILTI'S GO-TO-MARKET STRATEGY:  
STRATEGIC FOCUS ON CONSULTATIVE  
SELLING**

## RESUMEN

Este caso de estudio ofrece un análisis de la estrategia Go-to-market de HILTI en Perú, enfocándose en la implementación de una venta consultiva para destacarse en un mercado saturado de herramientas tecnológicas similares. La metodología empleada se basa en una comprensión profunda del mercado a través de su segmentación para adaptar la oferta a las necesidades específicas de los clientes. Se resalta la importancia de recopilar y analizar datos de ventas, así como de invertir en tecnologías y herramientas analíticas para decisiones estratégicas.

Los principales hallazgos revelan que adoptar un enfoque de venta consultiva es clave para diferenciarse y agregar valor en un mercado competitivo. Se destaca la importancia de la capacitación en ventas consultivas, el intercambio de conocimientos entre equipos de ventas a nivel local y regional, y el desarrollo de material educativo para cada segmento de cliente.

En síntesis, el documento ofrece una visión completa de la estrategia Go-to-market de HILTI en Perú, subrayando la relevancia de la venta consultiva, la segmentación del mercado, el análisis de datos y la capacitación del personal de ventas como elementos cruciales para el éxito en un mercado B2B competitivo.

**Línea de Investigación:** 5205 - 3.e1

**Palabras clave:** GO-TO-MARKET, G2M, Venta consultiva, B2B, Segmentación, Fuerza de ventas.

## ABSTRACT

The case study provides a comprehensive analysis of HILTI's Go-To-Market strategy in Peru, focusing on the implementation of consultative selling to stand out in a saturated market of similar technological tools. The methodology employed is based on a deep understanding of the market through segmentation to tailor the offering to the specific needs of customers. The importance of collecting and analyzing sales data is highlighted, as well as investing in technologies and analytical tools for strategic decision-making.

The main findings reveal that adopting a consultative selling approach is key to differentiation and adding value in a competitive market. Emphasis is placed on the importance of training in consultative sales, knowledge exchange among sales teams at the local and regional levels, and the development of educational materials for each customer segment.

In summary, the document provides a comprehensive view of HILTI's Go-To-Market strategy in Peru, emphasizing the relevance of consultative selling, market segmentation, data analysis, and sales team training as crucial elements for success in a competitive B2B market.

**Research Line:** 5205 - 3.e1

**Keywords:** GO-TO-MARKET, G2M, Consultative selling, B2B, Segmentation, Sales force

# ESTRATEGIA GO-TO-MARKET DE HILTI: ENFOQUE ESTRATÉGICO EN LA VENTA CONSULTIVA

## ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Internet Source	1%
3	Submitted to Aliat Universidades Student Paper	1%
4	<a href="http://repositorio.ulima.edu.pe">repositorio.ulima.edu.pe</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://qdoc.tips">qdoc.tips</a> Internet Source	<1%
6	Submitted to Universidad Privada Boliviana Student Paper	<1%
7	Submitted to Universidad TecMilenio Student Paper	<1%
8	<a href="http://repositorio.tec.mx">repositorio.tec.mx</a> Internet Source	<1%
9	<a href="http://prezi.com">prezi.com</a> Internet Source	<1%

10	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Student Paper	<1 %
11	<a href="http://www.segurosyfinanzashoy.com">www.segurosyfinanzashoy.com</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://baixardoc.com">baixardoc.com</a> Internet Source	<1 %
13	Submitted to Ilerna Online Student Paper	<1 %
14	<a href="http://www.qse-academy.com">www.qse-academy.com</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	<1 %
16	Submitted to Ana G. Méndez University Student Paper	<1 %
17	<a href="http://de.slideshare.net">de.slideshare.net</a> Internet Source	<1 %
18	Submitted to ITESM: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Student Paper	<1 %
19	<a href="http://fdocuments.ec">fdocuments.ec</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080">dspace.uhemisferios.edu.ec:8080</a> Internet Source	<1 %

21	<a href="https://jobs.takeda.com">jobs.takeda.com</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://www.mql5.com">www.mql5.com</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	<1 %
24	Submitted to Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO Student Paper	<1 %
25	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, UNAD Student Paper	<1 %
26	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://diana.cps.unizar.es">diana.cps.unizar.es</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://dag.un.org">dag.un.org</a> Internet Source	<1 %
29	Submitted to Institución Universitaria Digital de Antioquia Student Paper	<1 %
30	Submitted to Instituto Tecnológico de Costa Rica Student Paper	<1 %

31	Mackay, David, Arevuo, Mikko, Meadows, Maureen. "Strategy", Strategy, 2023 Publication	<1 %
32	Submitted to Universidad Rey Juan Carlos Student Paper	<1 %
33	catalonica.bnc.cat Internet Source	<1 %
34	Submitted to institutoeuropeodeposgrado Student Paper	<1 %
35	rockcontent.com Internet Source	<1 %
36	Submitted to uteg Student Paper	<1 %
37	www.criptonoticias.com Internet Source	<1 %
38	www.prnewswire.com Internet Source	<1 %
39	cubaque.com Internet Source	<1 %
40	doaj.org Internet Source	<1 %
41	elpropagandistaplural.com Internet Source	<1 %
42	firmainf.es	



Internet Source

<1 %

43

[planet.igalia.com](https://planet.igalia.com)

Internet Source

<1 %

44

[www.eam-mosca.com](http://www.eam-mosca.com)

Internet Source

<1 %

45

[www.telemotive.com](http://www.telemotive.com)

Internet Source

<1 %

46

Héctor Moreno Solaz. "Análisis y mejora del sistema integral de gestión de residuos sólidos urbanos en la ciudad de Castellón de la Plana respondiendo a demandas de sostenibilidad y circularidad", Universitat Politecnica de Valencia, 2023

Publication

<1 %

47

Submitted to Infile

Student Paper

<1 %

48

Jaume Gómez Caturla. "Desarrollo y caracterización de polímeros de alto rendimiento medioambiental derivados de residuos agroindustriales y aditivos de origen renovable", Universitat Politecnica de Valencia, 2024

Publication

<1 %

49

[es.wjhong.com](https://es.wjhong.com)

Internet Source

<1 %

50	<a href="http://fourweekmba.com">fourweekmba.com</a> Internet Source	<1 %
51	<a href="http://gianlucagentile.com">gianlucagentile.com</a> Internet Source	<1 %
52	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Internet Source	<1 %
53	<a href="http://perupymes.com">perupymes.com</a> Internet Source	<1 %
54	<a href="http://www.alltech.com">www.alltech.com</a> Internet Source	<1 %
55	<a href="http://www.comv.es">www.comv.es</a> Internet Source	<1 %
56	<a href="http://www.csi.map.es">www.csi.map.es</a> Internet Source	<1 %
57	<a href="http://www.cuidatudinero.com">www.cuidatudinero.com</a> Internet Source	<1 %
58	<a href="http://www.e-logopedia.net">www.e-logopedia.net</a> Internet Source	<1 %
59	<a href="http://www.elnorte.com.ve">www.elnorte.com.ve</a> Internet Source	<1 %
60	<a href="http://www.esmas.com">www.esmas.com</a> Internet Source	<1 %
61	<a href="http://www.hilti.at">www.hilti.at</a> Internet Source	<1 %

62	<a href="http://www.icb.org">www.icb.org</a> Internet Source	<1 %
63	<a href="http://www.redtelework.com">www.redtelework.com</a> Internet Source	<1 %
64	<a href="http://www.s1.net">www.s1.net</a> Internet Source	<1 %
65	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
66	<a href="http://www.semanticscholar.org">www.semanticscholar.org</a> Internet Source	<1 %
67	<a href="http://www.unidadenladiversidad.com">www.unidadenladiversidad.com</a> Internet Source	<1 %
68	<a href="http://www.vacationrentals411.com">www.vacationrentals411.com</a> Internet Source	<1 %
69	<a href="http://www.verticall.com.ar">www.verticall.com.ar</a> Internet Source	<1 %
70	<a href="http://www2.deloitte.com">www2.deloitte.com</a> Internet Source	<1 %

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 10 words

Exclude bibliography  On

62	<a href="http://www.icb.org">www.icb.org</a> Internet Source	<1 %
63	<a href="http://www.redtelework.com">www.redtelework.com</a> Internet Source	<1 %
64	<a href="http://www.s1.net">www.s1.net</a> Internet Source	<1 %
65	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
66	<a href="http://www.semanticscholar.org">www.semanticscholar.org</a> Internet Source	<1 %
67	<a href="http://www.unidadenladiversidad.com">www.unidadenladiversidad.com</a> Internet Source	<1 %
68	<a href="http://www.vacationrentals411.com">www.vacationrentals411.com</a> Internet Source	<1 %
69	<a href="http://www.verticall.com.ar">www.verticall.com.ar</a> Internet Source	<1 %
70	<a href="http://www2.deloitte.com">www2.deloitte.com</a> Internet Source	<1 %

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 10 words

Exclude bibliography  On