

VENTAS



VAMOS A APRENDER.....

- ¿Qué es una venta?
- Proceso de Ventas
- Conocimientos técnicos del vendedor
- Habilidades Personales del vendedor
- Costo y control de la venta



■ ¿QUÉ ES UNA VENTA?

¿QUÉ ES UNA VENTA?



4 Ventas

- La **función de compra** significa buscar y evaluar productos y servicios.
- La **función venta** requiere promocionar el producto.



UNA VENTA ES...



- La venta de un producto o la entrega de un servicio es la base fundamental de toda empresa.
- Para que una venta sea exitosa, la empresa y el vendedor debe conocer la oferta y la demanda de su mercado.

TODO BUEN VENDEDOR DEBE...



- Conocer su producto al detalle.
- Conocer el mercado (competidores y precios).
- Conocer las necesidades del cliente.
- Saber que quien no tiene capacidad económica y/o financiera para adquirir el producto ofrecido no es cliente.
- Estar absolutamente convencido de las ventajas de sus productos.
- Saber que es “el nexo más importante” dentro del contexto general del mercado.
- Tener una actitud positiva.

VAMOS A APRENDER.....

- ¿Qué es una venta?
- **Proceso de Ventas**
- Conocimientos técnicos del vendedor
- Habilidades Personales del vendedor
- Costo y control de la venta



- PROCESO DE VENTAS

EL PROCESO DE VENTAS

- Hay 4 pasos que da el vendedor para que el comprador desee su producto o servicio:



Búsqueda de clientes



Acercamiento al cliente



Buen mensaje de venta

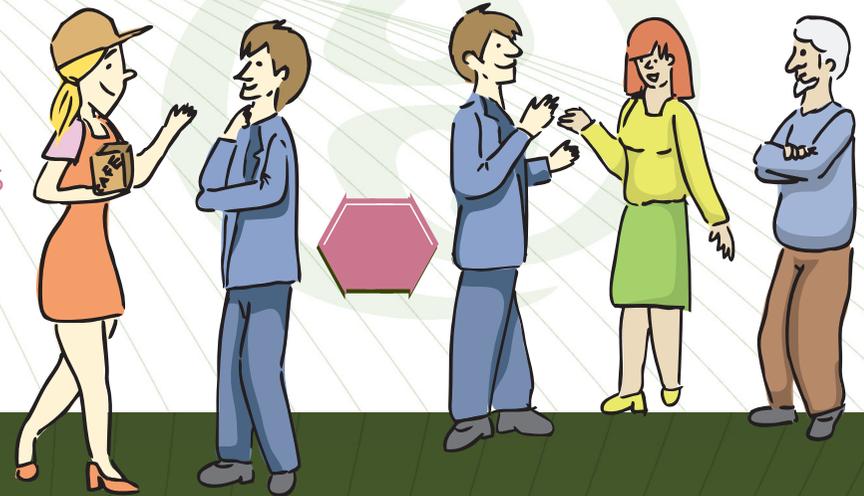


Post-venta



• EL PROCESO DE VENTAS

BÚSQUEDA DE CLIENTES



■ Etapa 1.- Identificar a los clientes

• ¿Quiénes pueden ser nuestros futuros clientes?

Para encontrar a los futuros clientes se debe buscar en diferentes fuentes:

- Datos de la misma empresa.
- Referencias de los clientes actuales.
- Referencias que se obtienen en reuniones con amigos, familiares y conocidos.
- Empresas o compañías que ofrecen productos o servicios similares o que complementan el producto o servicio que se vende.
- Grupos o asociaciones.
- Periódicos y directorios.



◆ EL PROCESO DE VENTAS

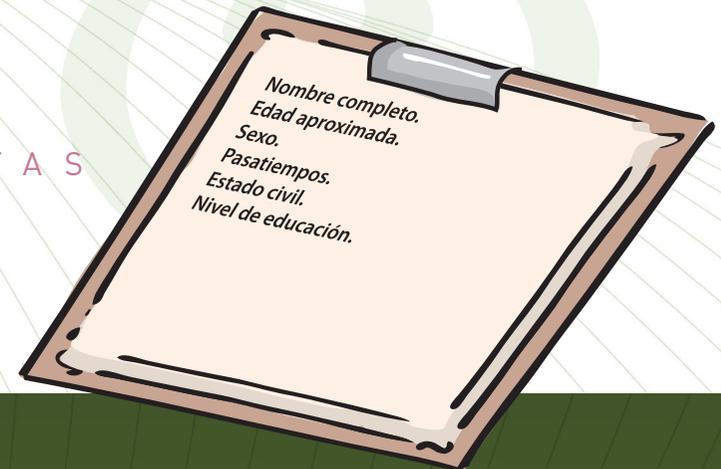
BÚSQUEDA DE CLIENTES



■ Etapa 2.- Identificar si los posibles clientes tienen capacidad de compra

- ¿Tienen capacidad económica?
- ¿Tienen autoridad para decidir la compra?
- ¿Tienen disposición para comprar?
- ¿Tienen perspectiva de crecimiento y desarrollo?

ACERCAMIENTO AL CLIENTE



■ Etapa 1.- Investigación de las particularidades de cada cliente

- Nombre completo
- Edad aproximada
- Sexo
- Pasatiempos
- Estado civil
- Nivel de educación
- Productos similares que se usa actualmente
- Motivos por el que usa los productos similares
- Que piensa de ellos
- Estilo de compra, etc...



ACERCAMIENTO AL CLIENTE

- Preparación de la presentación de ventas pensando en lo que quiere el cliente:
 - Con la información del cliente en las manos se prepara una presentación de ventas adaptada a las necesidades o deseos de cada cliente. Para preparar esta presentación SE DEBE tener:

Lista de características del producto

Características de producto convertidas en beneficios del cliente

Ventajas de mi producto respecto de la competencia



ACERCAMIENTO AL CLIENTE

- **Definir calendario de actividades**
Cronograma: ¿En cuánto tiempo cuántas ventas?
 Plan a seguir con cada cliente o grupo de clientes.

CLIENTE				
PRODUCTO				
ESTRATEGIA DE VENTAS				
ACTIVIDADES	1er. Trimestre	2do. Trimestre	3er. Trimestre	4to. Trimestre



LA PRESENTACIÓN DEL MENSAJE DE VENTAS

- Contar la historia del producto al consumidor, siguiendo los siguientes pasos, que son denominados los pasos AIDA:

<u>CAPTAR</u>	<u>LA</u>	A	<u>TENCIÓN</u>
<u>CONSERVAR</u>	<u>EL</u>	I	<u>NTERÉS</u>
<u>PROVOCAR</u>	<u>UN</u>	D	<u>ESEO</u>
<u>OBTENER</u>	<u>LA</u>	A	<u>CCIÓN</u>



● EL PROCESO DE VENTAS

LA PRESENTACIÓN DEL MENSAJE DE VENTAS



- El mensaje de ventas debe ser adaptado a las necesidades y deseos de los clientes.
- No funcionan presentaciones en las que el vendedor tiene que aprender un discurso de memoria.
- **Los tiempos han cambiado**, hoy se debe promover una participación activa de los clientes para lograr algo más importante que la venta. Se debe lograr que el cliente esté completamente satisfecho y feliz con el servicio y con el producto.



EL PROCESO DE VENTAS

LA PRESENTACIÓN DEL MENSAJE DE VENTAS



- Los 3 pilares de la presentación del mensaje de ventas son:
 - **Las características del producto:** Lo que es el producto en si, sus atributos.
 - **Las ventajas:** Aquello que lo hace superior a los productos de la competencia.
 - **Los beneficios que obtiene el cliente:** Aquello que busca el cliente.



◆ EL PROCESO DE VENTAS

SERVICIOS POSVENTA

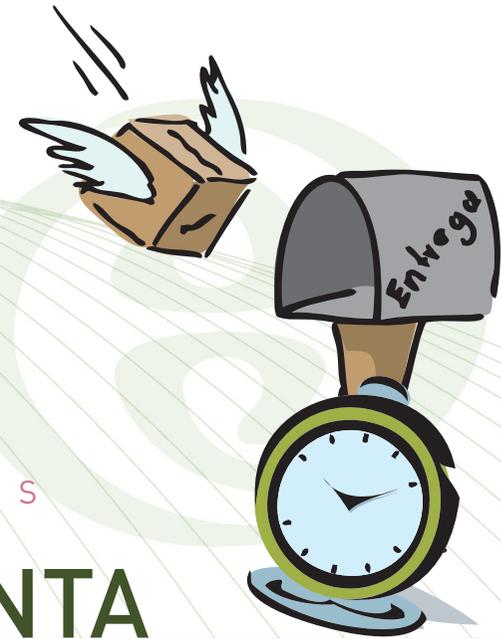
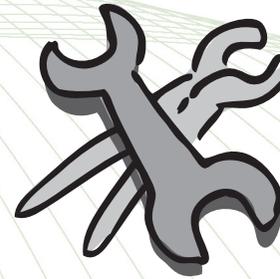
■ **POS + VENTA =**
Después de la venta

- Los servicios de posventa tienen el objetivo de asegurar la lealtad del cliente.
- En esta etapa la empresa puede dar un valor agregado que no espera el cliente pero que puede ocasionar su lealtad hacia la marca o hacia la empresa.



• EL PROCESO DE VENTAS

SERVICIOS POSVENTA



- Los servicios de posventa, pueden incluir las siguientes actividades:
 - Verificación de que se cumplan los tiempos y condiciones de envío
 - Verificación de una entrega correcta
 - Instalación
 - Asesoramiento para un uso apropiado
 - Garantías en caso de fallas de fábrica
 - Servicio y soporte técnico
 - Posibilidad de cambio o devolución en caso de no satisfacer las expectativas del cliente
 - Descuentos especiales para compras futuras



◆ EL PROCESO DE VENTAS

SERVICIOS POSVENTA



- Una vez que el cliente ha comprado, no es el final del camino, tan solo es **“EL INICIO DE NUESTRO TRABAJO”**.
- Iniciar nuevamente el proceso con cada cliente, será mucho más fácil y rápido si lo hicimos bien la primera vez.
- La sostenibilidad de nuestra empresa está en la **RECOMPRA** de un cliente. Que compre una y otra y otra vez.
- Es **muchísimo más barato recuperar un cliente** que conseguir uno nuevo.

VAMOS A APRENDER.....

- ¿Qué es una venta?
- Proceso de Ventas
- **Conocimientos técnicos del vendedor**
- Habilidades Personales del vendedor
- Costo y control de la venta

• CONOCIMIENTOS TECNICOS DEL VENDEDOR

¿QUÉ DEBE SABER UN VENDEDOR?



22 Ventas

CONOCIMIENTO DE LA EMPRESA

Historia - Organización - Procedimientos - Contexto



• CONOCIMIENTOS TECNICOS DEL VENDEDOR

¿QUÉ DEBE SABER UN VENDEDOR?



23 Ventas

CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO

Gama - Características - Ventajas diferenciales sobre su competencia - Beneficios que trae la venta del producto en términos financieros



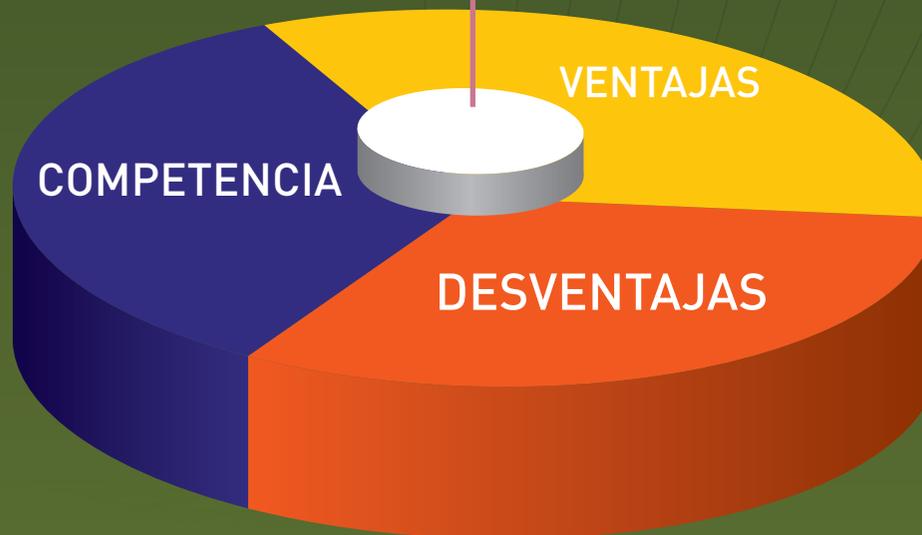
• CONOCIMIENTOS TECNICOS DEL VENDEDOR

¿QUÉ DEBE SABER UN VENDEDOR?



CONOCIMIENTOS DEL SECTOR en el que está su empresa, sus productos o servicios:

Competencia - Ventajas - Desventajas



• CONOCIMIENTOS TÉCNICOS DEL VENDEDOR

¿QUÉ DEBE SABER UN VENDEDOR?



25 Ventas

TÉCNICAS DE VENTA y Administración del tiempo para:

Rutas - Visitas - Planeamientos para la venta - Informes de las ventas realizadas



VAMOS A APRENDER.....

- ¿Qué es una venta?
- Proceso de Ventas
- Conocimientos técnicos del vendedor
- **Habilidades Personales del vendedor**
- Costo y control de la venta

HABILIDADES PERSONALES DEL VENDEDOR

Existe dos tipos de lenguajes que usamos para comunicarnos y para vender:

- **Lenguaje verbal:** Cuando utilizamos la voz.
- **Lenguaje no verbal:** Cuando utilizamos gestos o cualquier forma de comunicación que no sea la voz.

***Cómo programamos nuestra mente y nuestra actitud** para que nuestro lenguaje verbal y no verbal sea el adecuado a la hora de vender?*



28 Ventas

1 COSA
NO DEBEMOS REALIZAR

10 SON LOS
CONSEJOS QUE
DEBEMOS SEGUIR



- ~~SOY MALÍSIMO O MALÍSIMA PARA VENDER!~~
- ~~ESTÁ MUY DIFÍCIL!~~
- ~~YO NO SIRVO PARA LAS VENTAS!~~

1 TRATAR DE DEFINIR EL FUTURO O EL RESULTADO DE LA VENTA:



- **Concéntrate en lo que quiere lograr al final de la venta.** Trate de ver eso que quiere lograr como una realidad antes de siquiera empezar la venta.
- Busque personas que hayan obtenido lo que querían en la venta y aprenda su estrategia para lograr lo suyo.
- No solo piense en lo que quiere lograr sino en cuándo lo quiere lograr. Es muy importante definir el tiempo de cierre de la venta.

2 LO QUE PARECEMOS ES LO QUE PROYECTAMOS A LOS DEMÁS.



- Por esto es muy importante **pensar, decir, hacer y parecer lo mismo**, y no hacer algo distinto a lo que pensamos.
- “Lo que **el vendedor proyecta en los primeros treinta segundos de la entrevista** provoca que el cliente resuelva si hará negocios con él o no”.

3 ¿CÓMO NOS ¿COMUNICAMOS? ¿CÓMO VENDEMOS?



- Actitud y comunicación no verbal **55%**
- Tono de la voz en comunicación verbal **38%**
- Palabras **7%**

4 ¿QUIÉN ES MI CLIENTE?



Tenemos clientes en todas las áreas de vida.

- **En la vida personal,** mi cliente es mi familia, mis hijos, mis compañeros de trabajo, mi jefe, etc...
- **En la vida laboral,** mi cliente es aquella persona a la que le vendo mi producto o servicio.

5 PARA SER UN BUEN VENDEDOR DEBO PENSAR EN POSITIVO:



- No debemos pensar en que “tengo que, necesito hacer, debo por obligación,”
- Debemos pensar en que “quiero hacerlo, voy a hacerlo, me gusta hacerlo, es mi elección salir a vender”.

6 AYÚDESE A AVANZAR.



- Mire hacia arriba siempre,
- con ambición,
- apertura,
- aceptación,
- flexibilidad,
- confianza,
- serenidad,
- muy dispuesto
- con claridad.

7 EL LENGUAJE QUE CONVENCE

- Evitar palabras “pero, aún , sin embargo, a pesar, aún así, por otra parte, ya que descalifican y borran la opinión del cliente.
- Usar palabras que conecten como: “y, como, así, además, desde”.
- Evitar el uso de “no” ya que eso genera rechazo en el cliente.

8 MANTÉNGASE SIEMPRE APASIONADO POR VENDER



- Antes de estar frente a un cliente **lleve fija en su mente lo que espera ganar** con esa venta.
- Comience a **vender de manera divertida, seductora y fascinante** a partir de ahora.
- **Aprenda a escuchar**, a ver y a sentir cada movimiento y reacción del cliente por más mínima que parezca para que eso sirva para una mejor venta.

8 MANTÉNGASE SIEMPRE APASIONADO POR VENDER

- **Entre a recibir la atención del cliente** utilizando el lenguaje del cliente y simpatizando con su cliente.
- Siempre trate de **proyectarse como un triunfador o triunfadora** frente al cliente.

9 PARA TENER A LOS CLIENTES SIEMPRE SATISFECHOS DEBEMOS...



...CUIDAR **LA CALIDAD** DEL PRODUCTO

Pero también debemos demostrar al cliente:

- Nuestra educación
- Respeto
- Consideración
- Rapidez en la atención

10 AL ENTREGARLE CONFIANZA AL CLIENTE.



recibiendo un trato amable, personalizado y atento provocará que el cliente nos sugiera algunos aspectos que no hemos tomado en cuenta en nuestro negocio.

VAMOS A APRENDER.....

- ¿Qué es una venta?
- Proceso de Ventas
- Conocimientos técnicos del vendedor
- Habilidades Personales del vendedor
- **Costo y control de la venta**

COSTO DE LA VENTA

42 Ventas

PLAN DE VENTAS	COSTOS
Gastos de equipo de ventas	
Gastos de distribución	
Gastos de promoción y publicidad	

SISTEMA DE SUPERVISIÓN Y CONTROL

43 Ventas

PLAN DE VENTAS	COSTOS
% de Cumplimiento de Cuotas (cumplí con lo que había planificado vender?).	N° de Clientes Nuevos.
Volumen de Ventas total que tuve.	N° de Clientes Perdidos.
Ventas promedio por cliente.	N° de Clientes Activos.
% de devoluciones por cliente.	Ventas de Productos Nuevos.
% de atraso de pagos de mis clientes.	N° Visitas realizadas por día.
% de incobrables.	N° Visitas efectivas que me dieron ventas por día.
	N° Visitas anuales por cliente.



COORDINACIÓN:

REALIZACIÓN:

44 Ventas



■ CODEMIC-ESQUEL
www.esquel.org.ec

■ CATAPULTA
www.catapulta.ec