



Plática Plenaria: “Ventas de Alto Impacto”

Objetivo y Alcance

La presente plática plenaria está dirigida a empleados/as cuya responsabilidad se relaciona con la función de ventas y atención a clientes. La plática plenaria busca cubrir temas tanto de motivación como técnicos a manera de optimizar el desempeño de los/as responsables de venta, al igual que asegurar el manejo efectivo de la función comercial durante épocas de crisis. A través de la plática plenaria los/as participantes conocen e identifican las principales etapas en el proceso de venta y cuentan con una perspectiva de la importancia de la función de ventas dentro de la organización.

El/la participante aprende a identificar y establecer los errores más comunes en el proceso de venta que resultan en una baja tasa de cierre con el/la consumidor/a o cliente/a que deriva en no alcanzar las cuotas establecidas y en no contribuir a los objetivos organizacionales, así como crear frustración y mermar la motivación necesaria para la continuidad en el proceso comercial y el crecimiento sostenido en ventas.

El área comercial también debiera conocer las herramientas de costo-beneficio ya que en muchas ocasiones los/as consumidores/as o clientes/as valoran la evaluación económica de un gasto o inversión. El contar con estas herramientas permite a el/la representante de ventas dar argumentos financieros validos y tangibles que ayudan a cerrar la venta.

Los/as participantes identifican y entienden los factores de satisfacción de las necesidades de el/la consumidor/a o cliente/a potencial, utilizando sus habilidades y conocimientos; logrando influenciar a un/a consumidor/a o cliente/a o prospecto. De esta forma, el/la vendedor/a podrá manejar y capitalizar los beneficios de las objeciones, identificando distintos tipos de prospectos y su tratamiento específico para poder cerrar exitosamente la venta.

Duración

El total de los temas propuestos se imparte en cuatro horas con base en el calendario establecido de conformidad con el cliente.



Descripción de la Plática Plenaria

I: La Motivación: Factor Clave para un Desempeño Efectivo Sostenible

Objetivo

Los/as participantes aprenden técnicas efectivas para generar y mantener una motivación constante, tomando en cuenta que la motivación es un ingrediente clave para mantener la inercia a través del tiempo y sostener una tasa de éxito en tiempos tanto de auge como de crisis.

Igualmente, se busca explorar el mito de la suerte y su relación con las ventas. La suerte es un resultado de múltiples factores y no es un elemento al azar. Por lo tanto, la suerte o la ausencia de ésta es un factor, que en gran medida, depende de la actitud de el/la vendedor/a frente a situaciones adversas. Es bien sabido que durante épocas difíciles la motivación y la seguridad suelen verse mermadas, resultando en una apatía notoria en la actitud de el/la ejecutivo/a de cuenta frente a su trabajo y en su relación con los consumidores o clientes y el mercado. Resulta entonces, clave aprender a manejar la frustración y en caso contrario la motivación y la suerte en forma autónoma a manera de garantizar un desempeño efectivo en el tiempo.

Contenido

1. Las cinco preguntas clave en toda venta
2. La motivación
3. La suerte
4. La visualización



II: La Función de Ventas

Objetivo

Los/as participantes identifican y entienden los factores de satisfacción de las necesidades de el/la consumidor/a o cliente/a potencial, utilizando sus habilidades y conocimientos; logrando influenciar a un/a consumidor/a o cliente/a o prospecto. De esta forma, el vendedor puede manejar y capitalizar los beneficios de las objeciones, identificando distintos tipos de prospectos y su tratamiento específico para poder cerrar exitosamente la venta.

Igualmente, conocen el papel de la función de ventas dentro de la organización. Además, entienden cómo se alinean los objetivos de ventas con los objetivos y estrategias de la empresa. Por su parte, conocen cómo se posiciona la empresa entre los/as consumidores/as o clientes/as y cómo la función de ventas es el primer contacto de el/la consumidor/a o cliente/a con la organización.

Contenido

1. Las ventas dentro de la organización
2. El/la consumidor/a y la lealtad a la marca
3. Proceso de venta

III: Técnicas de Presentación

Objetivo

El tema del módulo en técnicas de presentación proporciona las herramientas básicas para lograr una presentación efectiva ante diversos consumidores/clientes con el fin de lograr la comprensión de los procedimientos apropiados para comunicar efectivamente las ventajas competitivas y el valor agregado del servicio o mensaje.



A su vez, se proporcionan herramientas efectivas a el/la vendedor/a para que pueda identificar las necesidades de el/la consumidor/a o cliente/a a través de una comunicación eficaz para observar, imitar y modificar los comportamientos de el/la consumidor/a o cliente/a y eliminar las barreras durante la negociación, así como formular preguntas específicas aplicables en distintas circunstancias durante el proceso de venta a fin de manejar exitosamente el proceso de la persuasión y cierre.

El propósito principal es presentar un mensaje consistente acerca de la compañía, producto y/o propuesta de ventas, logrando que se comprendan los procedimientos apropiados para distribuir información, conceptos, precios, beneficios y alcances particularmente hacia los consumidores/clientes.

Contenido

1. Elementos de forma
2. Elementos de fondo
3. Preguntas y respuestas
4. Manejo de personas y situaciones difíciles
5. Principios de influencia: elementos de la cultura humana

Dinámica de la Plática Plenaria

La plática plenaria se imparte a lo largo de cuatro horas. La técnica de enseñanza incluye una mezcla de presentaciones, discusiones y dinámicas.



Material de Apoyo para la Plática Plenaria

En caso de que la plática se realice en las instalaciones del cliente, se requerirá del siguiente material de apoyo:

- Aula o sala con capacidad para el número de participantes
- Proyector de tipo cañón para PC o compatible
- Rotafolio y pintarrón