PROGRAMA DE FORMACION: ASESORIA COMERCIAL

FICHA 2268263– GRADO -10

INSTITUCION EDUCATIVA: GUILLERMO VALENCIA - MONTERIA

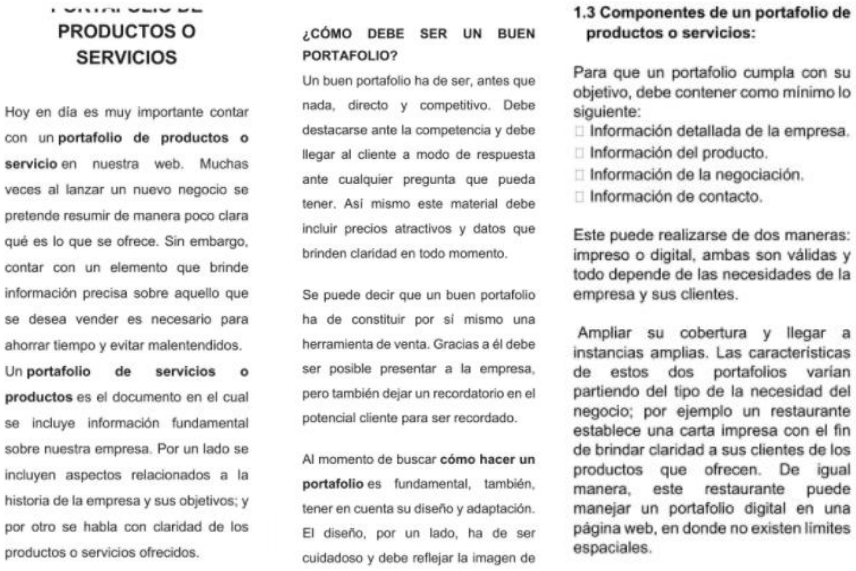
INSTRUCTOR: CARMENZA SARMIENTO

EVIDENCIA

- **Competencia:**
  -COMERZALICION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.

- **Resultado de aprendizaje:**
  -ESTRUCTURAR PROPUESTA COMERCIAL DEL PRODUCTO Y SERVICIO DEACUERDO CON EL MERCADO OBJETIVO.

EVIDENCIAS OCTUBRE NOVIEMBRE:



PRODUCTOS O SERVICIOS

Hoy en día es muy importante contar con un **portafolio de productos o servicio** en nuestra web. Muchas veces al lanzar un nuevo negocio se pretende resumir de manera poco clara qué es lo que se ofrece. Sin embargo, contar con un elemento que brinde información precisa sobre aquello que se desea vender es necesario para ahorrar tiempo y evitar malentendidos.

Un **portafolio de servicios o productos** es el documento en el cual se incluye información fundamental sobre nuestra empresa. Por un lado se incluyen aspectos relacionados a la historia de la empresa y sus objetivos; y por otro se habla con claridad de los productos o servicios ofrecidos.

¿CÓMO DEBE SER UN BUEN PORTAFOLIO?

Un buen portafolio ha de ser, antes que nada, directo y competitivo. Debe destacarse ante la competencia y debe llegar al cliente a modo de respuesta ante cualquier pregunta que pueda tener. Así mismo este material debe incluir precios atractivos y datos que brinden claridad en todo momento.

Se puede decir que un buen portafolio ha de constituir por sí mismo una herramienta de venta. Gracias a él debe ser posible presentar a la empresa, pero también dejar un recordatorio en el potencial cliente para ser recordado.

Al momento de buscar **cómo hacer un portafolio** es fundamental, también, tener en cuenta su diseño y adaptación. El diseño, por un lado, ha de ser cuidadoso y debe reflejar la imagen de

1.3 Componentes de un portafolio de productos o servicios:

Para que un portafolio cumpla con su objetivo, debe contener como mínimo lo siguiente:

- Información detallada de la empresa.
- Información del producto.
- Información de la negociación.
- Información de contacto.

Este puede realizarse de dos maneras: impreso o digital, ambas son válidas y todo depende de las necesidades de la empresa y sus clientes.

Ampliar su cobertura y llegar a instancias amplias. Las características de estos dos portafolios varían partiendo del tipo de la necesidad del negocio; por ejemplo un restaurante establece una carta impresa con el fin de brindar claridad a sus clientes de los productos que ofrecen. De igual manera, este restaurante puede manejar un portafolio digital en una página web, en donde no existen límites espaciales.



Propue...ercial

Propuesta comercial

La **propuesta comercial** es un documento en el que una persona (ya sea física o jurídica) propone a otra (también física o jurídica), algún plan u oferta de los productos y servicios que tiene a la venta. ... Debemos intentar resaltar frente al resto de **propuestas comerciales** que reciba el cliente

7 pasos para redactar una Propuesta Comercial exitosa

Paso 1: Vigila a tus competidores

Recuerda siempre esto: *En los negocios no hay enemigos, sólo competidores que son tus mejores amigos porque estás aprendiendo cosas valiosas de ellos.*

Pero, ¿por qué deberías monitorearlos? Porque ellos ya están familiari[illegible] con cosas que tal vez no conozcas [illegible] po[illegible] ejemplo:

Paso 2: Antes de enviar cualquier propuesta comercial, investiga antes a tu futuro cliente

Siempre está preparado y haz tus tareas a tiempo.

Ahora que ya sabes algunas cosas sobre tu público objetivo y de tus competidores que no sabías antes. Pero eso no es suficiente.

Investiga a tu cliente potencial, antes de enviar tu **propuesta comercial**.
Además de conocer la historia de su empresa, su servicio o producto y entender su misión y objetivos, hazte las siguientes preguntas y escribe las respuestas.

- ¿Cuáles son las mayores necesidades y problemas de mi cliente potencial?
- ¿Qué soluciones utilizaban antes? (si lo puedes conseguir,

Paso 3: Estructura tu propuesta comercial

Una estructura bien definida, es lo que te diferencia de una buena propuesta de ventas que de una mala.

La estructura de tu propuesta debe ser fácil de leer, sin demasiados párrafos y demasiado texto. Trata de mantenerlo simple, claro y lo más corto posible.

Eso sí, tu **propuesta comercial** debe contener algunas partes importantes:

- **Introducción:** Preséntate, a tu equipo y lo que es tu producto/solución. También puedes añadir cuales son tus clientes actuales (si los llegases a tener) y sus testimonios, para así crear confianza y credibilidad.
- **Discusión**: Describe los desafíos y necesidades comerciales de tu cliente

Brochure empresarial -¿Qué es un brochure y cómo beneficia a mi empresa?



Brochure empresarial -¿Qué es un brochure y cómo beneficia a mi empresa?

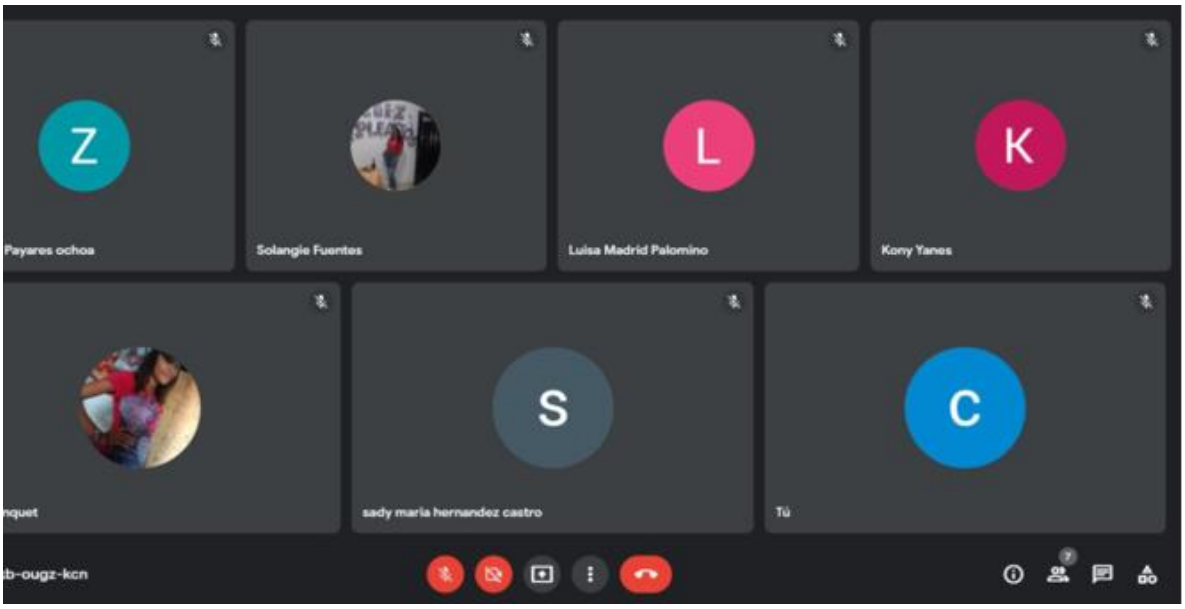
Muchas veces se escucha el termino de brochure o brochure empresarial, entre las empresas, pero realmente conocemos *qué es un Brochure, qué debe contener y qué beneficios puede traer a mi empresa* y lo más importante quién debería hacerlo, yo, o una empresa de

¿Qué beneficios tiene un brochure para mi empresa?

En brochure te permite presentar tu empresa al cliente y exponer de manera rápida tus productos o servicios, es una tarjeta de presentación extendida, que ayudará a informar sobre tu empresa y productos o servicios y complementar tu **imagen corporativa.**

¿Tips para generar un brochure de servicios ganador?

- **Analizar** cuál es objetivo y cuál será la función del brochure.
- **Destacar** la función que le corresponda entre función informativa, publicitaria e identificadora.
- **Constatar** que los servicios o productos que no sean los primarios están presentes en el brochure aunque en segundo grado de importancia.
- **Resaltar** beneficios de los productos y usos.
- **Seleccionar** el mejor formato para que su brochure transmita correctamente el


Payares ochoa
Solangie Fuentes
Luisa Madrid Palomino
Kony Yanes
sady maria hernandez castro
Tú






Mostrar respuestas
1
13
1
Segmentación Demográfico- Permite conocer aspectos específicos de la persona, del cliente, Sexo, edad, capacidad adquisitiva, tamaño de la familia, nivel de vida.
VERDADERO
2
Segmentación Geográfico- Se refiere al entorno y al espacio físico en que se desenvuelve el público objetivo divide por barrios, sectores, ciudades y regiones.
VERDADERO
3
la segmentacion es el método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos.
VERDADERO
4
Personas que se encuentren vinculados directa o indirectamente con la compañía; Trabajadores, contratistas y proveedores, son?
Cliente interno
5
Cliente inactivo- En alguna ocasión fue un cliente activo y por alguna circunstancia está alejado de nuestra empresa.
VERDADERO
6
un telefono celular es un bien?
tangible
7
Segmentación Psicográfico- tiene en cuenta las creencias, valores, aficiones e intereses de los individuos, rasgos de personalidad, estilo de vida y clase social
VERDADERO
8
CLIENTE- Es aquella persona que solicita un producto o servicio a cambio de un pago,
VERDADERO
9
Conjunto de técnicas y estudio que tienen como propósito mejorar la comercialización de un producto o servicio.
MARQUETING
10
Cliente Activo- Mantiene vínculo permanente con nuestra compañía, compra frecuentemente
VERDADERO
Atrás