1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE

Denominación del Programa de Formación:

Aspectos Básicos en Mercadeo y Ventas

Código del Programa de Formación:

06110097

Competencia:

Facilitar el servicio a los clientes internos y externos de acuerdo con las políticas de la organización.

Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

-) Aplicar soluciones de atención y servicio al cliente interno y externo, teniendo en cuenta los requerimientos de la unidad administrativa y de la organización, para así generar la colocación de productos y servicios enfocados en los conocimientos de producto, precio, promoción y publicidad.

-) Verificar la aplicación de las estrategias de atención y servicio al cliente cara a cara, de acuerdo con la política institucional y los estándares de calidad establecidos, por medio de técnicas de ventas enfocados en los elementos básicos de mercadeo.

-) Identificar las necesidades de atención y servicio al cliente cara a cara, de acuerdo con los estándares de calidad establecidos por medio de técnicas de escucha para así identificar las necesidades del cliente.

Duración de la Guía: 40 horas

2. PRESENTACION

En la actualidad las empresas se desarrollan en un escenario en donde la competencia es cada vez más fuerte, y los estándares de calidad van en aumento debido a la exigencia de los consumidores por productos de mayor calidad. Todo lo anterior nos obliga a mejorar la excelencia en el servicio y cubrir las expectativas de nuestros clientes tanto internos como externos y dado que si cubrimos los estándares y tiempos de nuestros clientes internos la cadena productiva de nuestra empresa generará un proceso de calidad en cada área lo que dará como resultado la satisfacción de los clientes externos.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 reflexión inicial

a. En forma individual hacer un registro detallado de los productos o servicios que usted ha vendido a través de los años de su vida, ya sea en el campo o en la ciudad. ¿En alguna ocasión ha logrado vender algo? ¿Qué tipos de ventas ha utilizado?, ¿Qué estrategias de ventas ha utilizado? , ¿Qué tipos de cliente ha identificado?, ¿Cómo ha sido el manejo de los clientes por parte suya? ¿Cuál es el logro obtenido al efectuar una venta?
El instructor retroalimenta el contenido con la participación individual de cada uno de los aprendices.

b. Nombre de la Actividad: "El Marcador Caliente". Conforma con tus compañeros un circulo, escoge dos líderes a los cuales se les llamara capitanes, uno de los capitanes debe tener un marcador rojo en la mano y otro un marcador negro, el capitán del marcador rojo debe rotarlo hacía su derecha de manera intercalada y el capitán del marcador negro hacía la izquierda; el color del marcador que llegue primero a las manos de su capitán es el equipo ganador. Recuerda que los marcadores deben empezar hacer rotados al mismo tiempo. El juego podrá repetirse tres veces con diferentes capitanes y en diferente sentido de rotación.

Una vez terminada la actividad participa en el conversatorio dando respuesta a las siguientes preguntas:

¿Cuál fue el mejor capitán en toda la actividad?

¿Cuáles fueron los aciertos y desaciertos del trabajo realizado?

¿Cuál capitán utilizó alguna técnica de motivación?

¿Qué le deja como aprendizaje el desarrollo del ejercicio?

El instructor retroalimenta el contenido con la participación cada equipo. Duración total: 5 horas

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimiento necesario para el aprendizaje)

Lea o visualice la Película "En busca de la Felicidad", a partir de ella en grupos de trabajo (5 integrantes). Responda las siguientes preguntas ¿Qué es una venta? ¿Qué estrategias de ventas alcanza a distinguir en la película? , ¿Qué tipos de ventas utilizan?, ¿Se identifica un planeación o alistamiento en su labor?, ¿Se puede identificar la aplicación del mercado en las ventas? ¿Cómo identifica los clientes para ofrecer sus productos? , ¿Cuantos y que tipo de productos ofrece el protagonista de la película? ¿Les ofrece todos sus productos a los mismos clientes? ¿Cómo es el manejo de los clientes por parte del protagonista de la película?, ¿Qué cualidades podemos resaltar del protagonista? , ¿Qué se logra cuando una venta se hace efectiva? ¿Qué mensaje le deja la película para su vida? Duración (5 horas)

Los aprendices socializan las respuestas y el instructor orienta hacia la importancia de servicio al cliente.

.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Conforma un grupo de trabajo de cuatro compañeros y con las palabras escritas en el tablero por el instructor (a) describe el significado de las palabras y socialícelas con el resto del grupo mediante un ejemplo en la mesa redonda del Rey Arturo, los grupos denominados con un número par contestaran los conceptos de los números pares y los grupos denominados con un número impar contestaran los conceptos de los números impares:

Palabras a escribirse en el tablero: Mercadeo, Mercado, Segmentación del Mercado, Análisis del Mercado, Estacionalidad de un producto, canales de distribución, Marketing Mix o mezcla de mercado(4 ps), Matriz DOFA, Trabajo en equipo, servicio, calidad, Cliente, Competencia , Ingresos, Egresos, Margen de contribución o ganancia, Costo, Costos Fijos, costos Variables, Gastos.

Una vez realizada la socialización de los grupos, realiza a la actividad el semáforo con cada uno de los términos anotados y responde: cuáles de estos conceptos ha utilizado usted en el Proceso de una venta?



EL SEMAFORO	
Temática Servicio al cliente	
TIEMPO: **Duración: 30 Minutos aproximadamente** **TAMAÑO DEL GRUPO:** **Ilimitado** **LUGAR:** **Aula Normal** Un salón amplio bien iluminado acondicionado para que los participantes puedan escribir.	**MATERIAL**: 1. Papeles de color rojo, verde y amarillo. 2. Una bolsa. 3. Cuestionario (instructor)
DESARROLLO Participa de la dinámica de forma individual. Cada persona debe sacar una tarjeta de cada color (verde, rojo y amarillo), el instructor lee cada una de las preguntas con su respuesta al grupo, relacionadas con el tema visto en	

sesiones o clase anteriores. Si se está de acuerdo con la respuesta a la pregunta, se levantara el objeto verde, sino el rojo y la respuesta es dudosa con el color amarillo. **Duración: 30 Minutos aproximadamente**

El instructor interviene de acuerdo a las respuestas, cuando sea necesario. De acuerdo a la selección del color, para hacer aclaraciones.

El final de la actividad es reconocer que a veces creemos tener una idea del significado de una palabra, pero es necesario comentarla con alguien más para que las dudas o vacilaciones queden aclaradas.

(Duración 10 horas).

B. Individual realiza la actividad de nominada (Árbol proyecto de vida), para el desarrollo esta actividad se requiere el siguiente materia aportado por cada aprendiz (dos hoja tamaño carta blanca, lápiz, borrador y colores). El instructor explica la actividad, a partir de ella deben analizar a nivel personal e identificar cualidades o carencias de su perfil de negociante, por medio de la matriz DOFA o FADO, de la actividad anterior aplica la matriz DOFA o FADO a un negocio, empresa, producto o servicio.

En una plenaria los aprendices socializan la actividad realizada y el instructor retroalimenta el contenido con la participación de los aprendices.
Duración: 5 horas

C. Mezcal del mercado. Desarrolle en grupos de 5 personas, los casos suministrados por el instructor, analizar cada una situaciones equivocadas de acuerdo a los conceptos vistos en sesiones anteriores. Cada equipo debe colocarle un nombre a su grupo. **(Duración 1 hora)**

Una vez terminado el análisis de cada uno de los casos, en una bolsa se introducen los nombres de cada equipo y serán sacados aleatoriamente para que un participante del grupo exponga la solución dada a los casos.

Socializar de cada uno de los grupos y conclusiones por parte de cada equipo e instructor.

D. Empresas Exitosas a nivel internacional. Con tus compañeros forma grupos de cuatro personas, analiza la lectura o visualiza video (Planeta Zara) de casos de empresas exitosas suministradas por el instructor, con base en ellas, contesta las siguientes preguntas:

1 ¿Cómo nace la idea de negocio y cuantas personas intervienen en este proyecto?
2 ¿Cuál es la capital ($) semilla para inició de la empresa?
3 ¿Cuál es el nombre de la empresa y su marca
4 ¿Qué productos Ofrece?
5 ¿Cómo se prepara la empresa en general antes de la apertura de un punto de venta ante sus clientes externos?
6 ¿Cuál es su mercado objetivo o segmento de mercado?

7 ¿Qué tipo de venta y estrategias usan?
8 ¿Cómo realizan la investigación de mercadeó?
9 ¿Qué medios publicitarios utilizan para dar a conocer sus productos?
10 ¿Quiénes son sus clientes?
11 ¿Cómo es el manejo de los clientes externos?
12 ¿Cuántos puntos de venta tiene la empresa?
13 ¿Hasta dónde se expande la empresa?
14 ¿Cómo comercializan o distribuyen sus productos?
15 ¿Porque es una empresa exitosa?
Una vez cada grupo socialice las respuestas del caso responderán: ¿cuál cree usted es el tipo de empresa más atractivo para los clientes?

Una vez terminado el conversatorio, el instructor aclarará la importancia de identificar las necesidades básicas del hombre para determinar cuál debe ser la Idea de Negocio a desarrollar por cada participante. **Duración: 5 hora.**

Empresas Exitosas.

E Con tus compañeros forma grupos de cinco(5) personas, investiga la empresas exitosas vallecaucana asignada por el instructor, con base en ellas, contesta las siguientes preguntas:

1. Reseña histórica.

2. Cuál es el nombre de la empresa y su marca?
3. ¿Qué productos Ofrece?
4. ¿Cuál es su mercado objetivo o segmento de mercado?
5. ¿Qué tipo de venta y estrategias usan?
6. Qué medios publicitarios utilizan para dar a conocer sus productos?
7. ¿Quiénes son sus clientes?
8. ¿Cuántos puntos de venta tiene la empresa?
9. ¿Hasta dónde se expande la empresa?
10. ¿Cómo comercializan o distribuyen sus productos?
11. ¿Porque es una empresa exitosa?

Los aprendices socializan las respuestas ante sus compañeros y conclusiones por parte de cada equipo del trabajo y el instructor. **Duración: 5 hora**

F. Por grupos de trabajo el instructor entrega una ficha la cual contiene la imagen de un el elemento, el equipo a partir de la imagen debe proponer una innovación o valor agregado al elemento y responder:los siguientes interrogantes:

1 ¿En qué material está elaborado el producto?

2 ¿Qué usos y beneficios tiene el producto, cuál es su valor agregado?
3 ¿A quién va dirigido éste producto?
4 ¿Cómo se distribuirá el producto y a qué países?
5 ¿Qué medios publicitarios va a utilizar para ingresar al mercado?
6 ¿Qué posible precio colocaría al producto?
Los aprendices socializan las respuestas y el instructor orienta la diferencia entre creación e innovación y su importancia para la idea de negocio.
Duración: 1hora.
G Actividad denominada : Role playing

ROLE PLAYING PARA SERVICIO AL CLIENTE

El objetivo de esa dinámica es realizar role playing para validar la atención a clientes. Para ello haga lo siguiente:



1.- Prepare los roles de clientes que usted desea que sean representados. Nosotros le brindamos algunos ejemplos al final de este documento.

2.- Una vez que tenga los roles, imprimalos y peguelos en una pizarra de tal manera que no se lea el contenido. Cada rol debe tener un número visible para conocer la secuencia y tener control de la actividad.

3.- Ejecute un rol por vez. De tal manera que tienen que haber dos participantes del taller realizándolo y el resto observando. Usted decide la cantidad de roles, en función del tiempo del que dispone y de la cantidad de participantes.

4.- Para rifar las parejas que harán el rol, sugerimos imprimir en papel pequeños rótulos con las palabras**Cliente** y en otro **Servidor**. De tal manera que los participantes puedan seleccionar el rol de forma aleatoria..

5.- Cuando se haya seleccionado los participantes solicitele al que tiene el papel de Cliente tomar uno de los papeles pegados en la pizarra. Debe leerlo y entender lo que debe hacer. Usted debe cerciorarse que haya entendido el papel. Dele unos minutos para ello.

6.- El participante que tiene el rol de Servidor, debe esperar a que el cliente que le correspondio lo aborde.

7.- Usted puede escoger el producto o servicio que van a representar en cada rol.

8.- Una vez que concluya cada rol, soliticitele a los observadores que adivinen el tipo de cliente que era y brinden sus recomendaciones para mejorar la atención.

9.- Esta dinámica puede tomar de 30 a 45 minutos.

ROLES DE CLIENTES

Rol 1: Usted es un cliente **dificil**. Habla fuerte. No deja hablar. Tiende a buscar su beneficio. Manipula y le gusta que hagan lo que usted desea. Le encanta impresionar.

Rol 2: Usted es un cliente **dócil**, fácil de tratar. Le gusta respetar y ser respetado. Trata bien a las personas. Aunque este enojado es una persona agradable. Escucha atento.

Rol 3: Usted es un cliente que **no tiene mucho conocimiento** sobre el producto o servicio que vende la empresa. Pregunta mucho y siempre solicita que le expliquen otra vez. No entiende con facilidad y hace gestos de estar "perdido".

Rol 4: Usted es un cliente "**amigo**". Le encanta tratar a la gente como si fuera su amigo. Tutea, toca, abraza, besa y le encanta el contacto fisico. Le habla a la gente de forma abierta y utiliza muchos dichos y palabras de uso popular. Es confianzudo.

Rol 5: Usted es un cliente **aprovechado**. Manipula. Es peligroso, ya que tiende trampas para ver que logra sacar de más. Si la oportunidad se lo brinda tratará de intimidar. Pero también puede invitar a la otra persona a "ganar" con usted algo (dinero, objetos). Se puede definir como un pillo.

Una vez terminado la dinámica, el instructor aclarará la importancia de identificar el tipo de cliente, necesidades y atención al cliente participante. **Duración: 5 hora.**

G. A partir de la visualización o lectura video Rata tui, a partir de ella en grupos de trabajo (4 integrantes), relaciónenlo con lo visto en sesiones anteriores y reflexione sobre el manejo por parte del protagonista respecto a: Trabajo en equipo, liderazgo y supervisión, Organización, talento, actitud en el servicio, calidad, y evaluación del producto terminado. Conclusiones por parte de cada equipo del trabajo y el instructor.

(**Duración 4 horas).**

G. Estructuración del Plan de Negocios (PN) :

Incorporar los conceptos de planeación, construcción, solidez, firmeza, sostenibilidad, control, dirección, plan de negocio, organización, estructura plan de negocio y proyección, mediante la construcción de una estructura fuerte y segura; para lo cual se divide el grupo en equipos de cuatro integrantes preferiblemente desconocidos entre sí.

Con el material aportado por cada grupo: reglas, gancho legajador de carpetas, escarbadientes, pitillos, cinta adhesiva gruesa , plastilina lápices, clips y otros equipos de oficina, se les pedirá a los aprendices realizar con estos artículos la construcción de una estructura de mínimo 30 cm de altura.

Después de realizado el ejercicio, el instructor realizará la prueba de estabilidad para cada una de las construcciones mediante una prueba de carga; por ejemplo, con una taza de agua o una grapadora metálica.

Se realizará la exposición de cada uno de los equipos de trabajo mostrando su estructura y explicando como hicieron para llegar hasta la culminación de su construcción. Respondiendo las siguientes preguntas

1. ¿Se realizó una planeación previa a la construcción de su estructura?
2. ¿Cuáles fueron los roles de cada uno de los participantes?
3. ¿Cree usted que esta estructura seria sostenible en el tiempo? ¿Por qué? Explique.

Luego el instructor, retornara el ejercicio realizado para reforzar los conceptos, haciendo el paralelo de la actividad realizada y la construcción del Plan de Negocios para su proyecto. Además, explicara cómo se elabora y estructura el PN.

Duración: 5 horas

3.4 Actividades de transferencias del conocimiento

1. Escoger un tipo de cliente con su equipo de trabajo y realice una simulación de Socio drama denominado "A quien le venderé Hoy", personajes en la historia:

a. Vendedor. b. Clientes (2) c. Jefe de Almacén. d. Cajero.

Tiempo para preparación: 20 Minutos - Tiempo de Presentación por cada equipo de trabajo: 10 Minutos

Aplique en el Socio drama: el proceso de negociación, venta, adecuadas técnicas de comunicación, manejo de objeciones y un exitoso cierre de ventas. (duración 5 horas)

Cierre conclusiones por parte de cada equipo del trabajo y el instructor.

4. Evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : -Participa de manera activa y adecuada en la plenaria del análisis de la película "En busca de la felicidad". -Explica adecuadamente los conceptos básicos de mercadeo como base primaria de las ventas.	Aplicación las cualidades que debe poseer el funcionario, que atiende al público y facilitar el servicio.	Técnica formulación de preguntas Instrumento Cuestionario
Evidencias de Desempeño: Participa de manera activa y adecuada en la dinámica "LAS BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN". Responde correctamente a la pregunta requerida por otro equipo.	Proyecta estrictamente elegancia y distinción a través de su pulcritud en vestir, combinar colores, accesorios, maquillaje y peinado. Aplica actitudes, valores y normas de cortesía en las relaciones inter personales, de acuerdo con las políticas	Técnica Observación Técnica Simulación Técnica formulación de preguntas Instrumento Instrumento Cuestionario

Aplica las técnicas de ventas e Interpreta adecuadamente el papel de vendedor, cliente o jefe de almacén, teniendo en cuenta el tipo de cliente escogido. Participa de manera activa y adecuada en la elaboración rompecabezas "Protocolo en el vestuario".	organizacionales. Aplica el protocolo de acuerdo con la ocasión, lugar, y las personas que intervienen en ella. Aplica las normas de cortesía, etiquetas en todos los eventos de comunicación, atención y servicio al cliente interno y externo.	
Evidencias de Producto: Presenta trabajo escrito de la investigación del aumento de las ventas de una empresa año tras año. Responde correctamente las preguntas del cuestionario	. Clasifica los tipos de cliente que visitan la organización, teniendo en cuenta el perfil o del cliente. Describí el servicio ofrecido por una organización de acuerdo con el portafolio de servicios. Aplica en la atención y servicios con objetividad los momentos verdad durante el servicio al cliente interno y externo.	Técnica formulación de preguntas Instrumento Cuestionario

5. Glosario de Términos

Segmentación: Es la identificación de grupos de población claramente diferenciados y de especial interés para un proyecto. Estos grupos deben ser medibles, accesibles, lo suficientemente grandes y confiables.

Mercado: Ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio de productos bienes o servicios.

Creatividad: Es la generación de una idea novedosa y útil.

Población: Conjunto de personas, animales o cosas a las cuales se les va a observar algunas características de interés.

Población objetivo: Desde la perspectiva de mercado, es el segmento de población al cual va dirigido un producto o servicio.

Producto: La norma NTC ISO 9000 lo define como el resultado de un proceso.

6. Referentes Bibliográficos

1. Stanton, Etzel y Walker. Fundamentos de Marketing. Editorial Mc Graw Hill. 2007.

2. Philip Kotler y Kevin Lane Keller. Dirección de Marketing. Pearson Educación. 2009

3. Gary Armstrong. Naturaleza de las Ventas Personales. Editorial Mc Graw Hill. 2007

4. Gary Hamel. Compitiendo para el Futuro. 1996

5. Rafael Muñiz González. Técnicas y procesos de Negociación. www.marketing-xxi.com/tecnicas-y-procesos -de-negociación.

6. Heinz Beck.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Martha Lucia Gutiérrez Fontal Mónica Mercado Serna, Sonia Alcira Niño Lizcano.	**Instructor**	**CGTS**	Junio 19 de 2015