PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Santa Marta, julio 2020

Señor
YAIR ENRIQUE TACHE NIEBLES
SUPERVISOR CONTRATO No. CO1.PCCNTR.1447819
Coordinador Académico
Centro Acuicola y Agroindustrial de Gaira
Santa Marta

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual periodo julio del año 2020

Referencia: No CO1.PCCNTR.1447819 DE 2020

RUBY ESTHER HERRERA NAVARRO, identificado con la cédula de ciudadanía No. 32.749.212 de Barranquilla, en mi calidad de Contratista del SENA, en el Centro Acuicola y Agroindustrial de Gaira del Magdalena, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el periodo de julio.

Valor y forma de Pago: Se fija como valor total para el presente contrato la suma de VEINTICUATRO MILLONES SEISCIENTOS TREINTA Y CINCO MIL NOVECIENTOS SETENTA Y CINCO PESOS M/CTE ($24.635.975). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) Un primer pago correspondiente al mes de Marzo de 2020 por valor de UN MILLON SETECIENTOS SESENTA Y OCHO MIL SETECIENTOS TREINTA Y SIETE PESOS M/CTE ($1.768.737) b) Seis pagos iguales por los meses de Abirl a Septiembre de 2020, por valor de TRES MILLONES SETECIENTOS NOVENTA MIL CIENTO CINCUENTA PESOS M/CTE ($3.790.150) cada uno c) Un último pago correspondiente al mes de Octubre de 2020 por valor de CIENTO VEINTISEIS MIL TRESCIENTOS TREINTA Y OCHO PESOS M/CTE ($126.338).

Plazo: Será hasta el 01 de Octubre de 2020.

OBJETO:
Prestar los servicios personales de carácter temporal, como instructor para impartir formación profesional integral en el Programa de Formación ATENCIÓN A PERSONAS EN SITUACIÓN DE DESPLAZAMIENTO del Centro Acuícola y Agroindustrial de Gaira del SENA Regional Magdalena, en la especialidad de GESTION ADMINISTRATIVA.

CLÁUSULA

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1.	Orientar la formación de aprendices en el área, en las competencias, los resultados de aprendizaje y las actividades de los proyectos de formación programados,	Impartir formación Complementaria, En el Curso programado: **TECNICAS DE VENTA**	Registros en el Sistema Sofia Plus y Territorio Realización de talleres donde se evidencie lo aprendido en las sesiones

	dentro de los tiempos que, para cada acción, se determine por parte del centro de formación.	Ficha de Caracterización: →**2155213** Poblacion: Victimas Modalidad: Virtual Horas: 40 Fecha: 08 al 29 Julio	manejando herramientas ofimáticas. https://sena.territorio.la/init.php
2.	Planear y ejecutar el desarrollo curricular del programa (s) que se le asignen durante la ejecución de su contrato (Proyecto de formación, Planeación pedagógica y los recursos didácticos que incluyen guía de aprendizaje, material de apoyo a la formación e instrumentos de evaluación).	Elaboracion y alistamiento Guia de Aprendizaje, material de apoyo, foros, talleres correspondientes al programa de formación **TECNICAS DE VENTA** Ficha de Caracterización: →**2155213**	Se adjunta como evidencia material desarrollado, Actividades de aprendizaje, material de apoyo.
3.	Identificar los aprendizajes previos, estilos y ritmos de aprendizaje del aprendiz que ingresa al proceso formativo, de acuerdo con los lineamientos institucionales.	N/A	N/A
4.	Participar en el proceso de inducción de los aprendices.	N/A	N/A
5.	Realizar seguimiento a los aprendices en etapa productiva en su sitio de trabajo y seguimiento a la bitácora virtual del aprendiz cuando le sean asignados.	N/A	N/A
6.	Llevar control de las inasistencias de los aprendices a la formación, registrar en el aplicativo institucional las inasistencias y reportar a la coordinación académica las novedades para aplicación del reglamento del aprendiz.	Se registraron las inasistencia(incumplimientos de las actividades) en Sofia Plus →	Evidencia en Sofia Plus http://www.senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces
7.	Asociar los aprendices a la ruta de aprendizaje en el aplicativo institucional una vez el aspirante esté en estado matriculado y verificar con el reporte que todos aparezcan en formación.	Se registraron las siguientes actividades: creación de rutas y asociación de aprendices de la Ficha # **2155213**	Evidencias Registradas en la Plataforma: **Sofia Plus.**
8.	Emitir los juicios de evaluación con base en la valoración de las evidencias de aprendizaje y registrarlas en los aplicativos institucionales (administrativo y académico), máximo tres (3) días después de alcanzado el resultado de aprendizaje.	Se emite juicio Evaluativo de la Ficha # **2155213 Tecnicas de Venta**	Evidencia en Sofia Plus Reporte de Juicios Evaluativos Ficha #**2155213**
9.	Usar y gestionar las diferentes plataformas tecnológicas institucionales de apoyo académico y administrativo relacionado con su rol, actualizando y registrando de manera veraz y oportuna cada una de las acciones que integran el proceso formativo.	**Utilizacion de la Plataforma Sena Territorium** → **Sofia Plus** →	https://sena.territorio.la/perfil.php?id=3038017 http://www.senasofiaplus.edu.co/sofia/home/principal.faces
10.	Participar en la formulación de proyectos de investigación aplicada, innovación	N/A	N/A

	pedagógica y desarrollo tecnológico, de interés institucional SENNOVA.		
11.	Participar en los equipos, grupos, comités, proyectos y demás instancias institucionales que lo requieran.	Curso: **Elaboracion de Guias e Instrumentos de Evaluacion** Ficha # 2141447 Fecha: 06 al 17 de Julio de 2020 **Horas: 100** → Se atiende el llamado de la Lider Ruth Blanco, Video Conferencia sobre: Seguimiento a la Formación Poblacion Victima. Fecha: 10 de Julio Hora: 3:00 – 4:00 pm	**Evidencia en la Plataforma Territorio:** https://sena.territorio.la/perfil.php?id=318474 **Asistencia:** https://drive.google.com/drive/folders/1oQmb_DG0RN7167MCg-G4f-DL53Gni6u_?usp=sharing
12.	Desplazarse a otras ciudades o municipios diferentes al domicilio contractual para el cumplimiento del contrato, en caso de que se requiera.	Por desarrollar	Sin evidencias para este periodo
13.	Presentar el reporte de eventos en SOFIA PLUS (Programación con visto bueno del coordinador académico o misional) en los días establecidos por el centro, al supervisor correspondiente y los demás soportes requeridos para la legalización del pago.	Registro de Actividades en la plataforma de Sofia Plus	Reporte de Tiempo gestionado en la Plataforma de Sofia Plus **Adjunto**
14.	Llevar y mantener actualizado el portafolio de evidencias del instructor según lo indica la guía para desarrollar procesos formativos.	Se implementaron las siguientes estrategias de aprendizajes: Foros, desarrollo de guías de aprendizajes correspondientes a los temas abordados en el desarrollo de la formación, Correspondiente a la Ficha de Caracterización # **2155213**	Las estrategias implementadas se encuentran construidas por Foro social y guías de aprendizajes orientados a casos reales que se encuentran en cualquier entorno laboral. **Evidencias registradas en Territorio**
15.	Responder por la custodia y buen uso de equipos, bienes e inventario asignado a su cargo o puestos bajo su cuidado, que el centro o lugar donde se desarrolle la formación le facilite para el desarrollo de su objeto contractual y hacer entrega formal de acuerdo con los lineamientos institucionales.	N/A	No Aplica
16.	Apoyar los procesos de Aseguramiento de la calidad cuando la entidad lo requiera.	Sin requerimiento para este Periodo.	Sin evidencias para este periodo.
17.	Apoyar la planeación y el alistamiento de los materiales de formación, propios de su área y apoyar los procesos de evaluación y/o parte técnica de la supervisión de la	Por desarrollar	Sin evidencias para este periodo

	adquisición de bienes y/o servicios cuando la entidad lo requiera de acuerdo con la ley 1474 de 2011 y requerimiento de la institución.		
18.	Adoptar en la formación las diferentes estrategias pedagógicas que la entidad dispone como son: Worldskills, Senasoft, Bootcamp, cocina gourmet, entre otras.	N/A	N/A
19.	Participar en procesos de promoción y divulgación de la oferta educativa, servicios y actividades de divulgación tecnológica programada por el Centro.	Divulgacion de información, Ofertas y participación en actividades, exhibidas desde la pagina SENA Magdalena, a modo que la información llegue a mas personas.	Comparto información en mis Redes (Facebook-WhatsApp) para dar alcance a mas personas. Adjunto evidencia Fotografica
20.	Participar en las labores de montaje y puesta en marcha de equipos y maquinaria utilizados en la formación profesional integral, cuando ésta sea requerida.	N/A	N/A
21.	Rendir oportunamente los informes requeridos sobre las acciones encomendadas y los productos resultantes de procesos de formación profesional.	Por desarrollar	Sin evidencias para este periodo
22.	Solicitar oportunamente los elementos necesarios para desarrollar eficazmente su labor técnico-pedagógica.	Por desarrollar	Sin evidencias para este periodo
23.	Incorporar las tendencias tecnológicas, pedagógicas y de gestión a las estructuras curriculares por competencias laborales de las diferentes acciones de formación profesional.	Uso de Herramientas Tecnologicas: • Sofia Plus • Territorium • Officce • WhatsApp • Correos electronicos	Ingresos a la plataforma de Sena Territorio https://sena.territorio.la/perfil.php?id=3038017 Sofia Plus Seguimiento por WhatsApp Correo
24.	Asegurar la organización, mantenimiento y adecuada utilización de los recursos que hay en su ambiente laboral.	Por desarrollar.	Sin evidencias para este periodo
25.	Presentar agendas e informes de legalización correspondientes a las órdenes de desplazamiento, cuando a esto se diere lugar, en un plazo máximo de 5 días, posteriores a la finalización de la comisión.	N/A	N/A
26.	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato y presentar informes mensuales de la ejecución del contrato.	Elaboración de informe de ejecución contractual, formato de pago de honorarios y/o prestación de servicios	Anexos: Planilla de pago SI Contratista e informe mensual de ejecución contractual y planilla pago de aportes #9407487645
27.	Aplicar al proceso y aportar la certificación de la Norma de Competencia Laboral para la función de instructor, con plazo máximo a 30	Gestion para la realización de la competencia laboral Por desarrollar **Norma 240201056**	Se envía documentación por correo

	de junio de 2020, o durante la ejecución del contrato si el inicio de ejecución se da posterior a esta fecha	Pendiente al llamado para iniciar el proceso.	

A continuación relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.

Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN
1.				
2.				

Nota 1: *Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.*

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y Planilla de pago No. **9407487645** expedida por Aportes en Línea, correspondiente al mes de Junio del año 2020 (Decreto Ley 2106 de 2019 – " *Decreto Ley Antitrámites"*)

Evidencias en (59) folios

Cordialmente,

RUBY ESTHER HERRERA NAVARRO
Contratista
C.C. No. 32.749.212

Recibí a satisfacción:

YAIR ENRIQUE TACHE NIEBLES
Supervisor Contrato CO1.PCCNTR.1447819 de 2020
Coordinador Académico

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: RUBY ESTHER HERRERA NAVARRO

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO ACUICOLA Y AGROINDUSTRIAL DE GAIRA

FECHA INICIAL: 01/07/2020 00:00:00

FECHA FINAL: 22/07/2020 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2155213 - TÉCNICAS DE VENTAS

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS APLICANDO TÉCNICAS DE ARGUMENTACIÓN Y CIERRE DE VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 20,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 20,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s: 0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
01/07/2020	03/07/2020	OTROS	24,00

06/07/2020	10/07/2020	OTROS	32,00
06/07/2020	17/07/2020	OTROS	100,00

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES: 156,00

INSTRUCTOR: RUBY ESTHER HERRERA NAVARRO

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO ACUICOLA Y AGROINDUSTRIAL DE GAIRA

Ruby Esther Herrera Navarro
Instructora de Formación Profesional Integral en el Programa
Atención a Personas en Situación de Desplazamiento
Especialidad Gestión Administrativa

💻 **Semana del 01 al 03 de Julio -Horas trabajadas= 24 Hrs.**

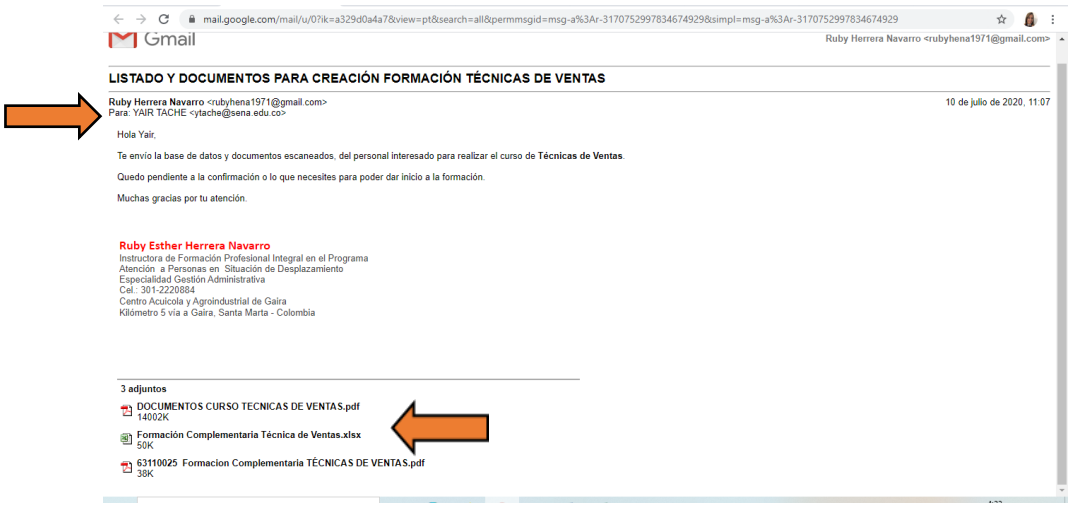
✓ Llamadas telefónicas y solicitud copia del documento de identificación al personal de victima interesados para la realización del curso complementario de **Técnicas de Ventas**, total confirmados: 33 por base de datos y 4 por publicación Facebook live

💻 **Semana del 06 al 09 de Julio -Horas trabajadas= 32 Hrs.**

✓ Verificación en Sofía plus del documentos de identidad enviado por los aspirantes, para confirmar que este registrado.

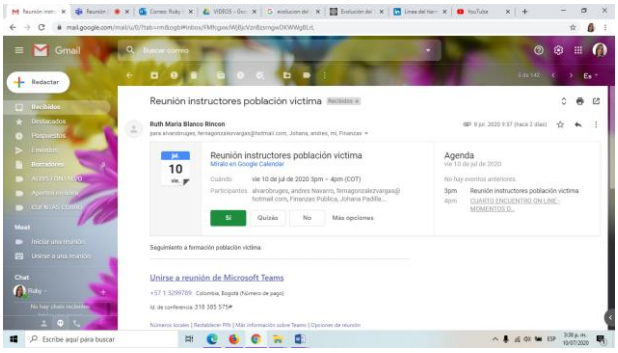
✓ Elaboración de la base de datos con toda la información (archivo en Excel) y PDF con los 37 documentos de identidad, para la inscripción de los aprendices al curso. (Adjunto Archivos)

✓ Envío de la información completa, archivos en Excel y PDF, al coordinador Yair Tache para la creación de la ficha.

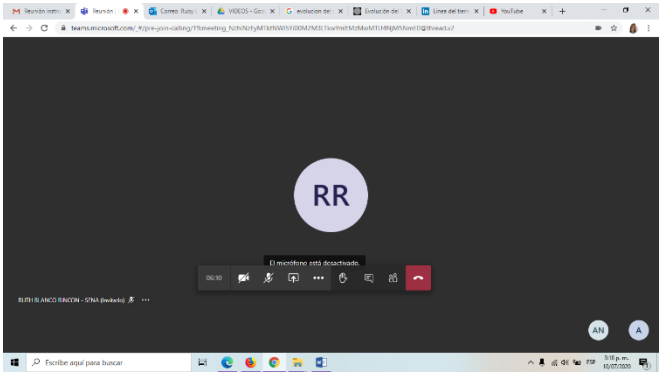


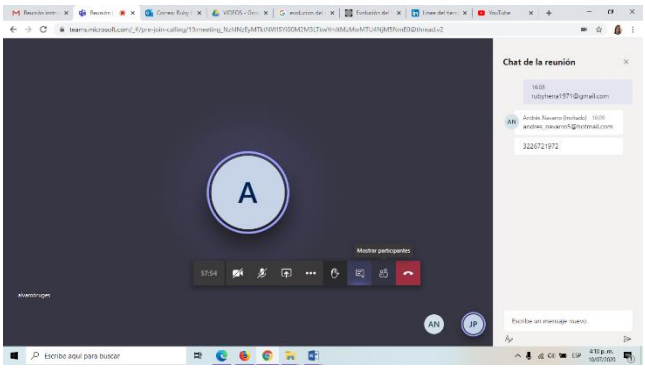
💻 **Curso Complementario**: **ELABORACION DE GUIAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACION**
Fecha: 06 al 17 de Julio – Ficha: 2141447 -Horas: 100
Encuentros On Line con la Instructora Milena Peñaranda Figueroa, asistencia registrada en el link: https://drive.google.com/drive/folders/1oQmb_DG0RN7167MCg-G4f- DL53Gni6u_?usp=sharing
Evidencias cargadas en la Plataforma Territorio: https://sena.territorio.la/perfil.php?id=318474

💻 **Reunión por Microsoft Teams Seguimiento a formación población víctima, con la Líder: Ruth M. Blanco Rincón, Fecha: 10 Julio Hora: 3:00 – 4:00 pm**



Ruby Esther Herrera Navarro
Instructora de Formación Profesional Integral en el Programa
Atención a Personas en Situación de Desplazamiento
Especialidad Gestión Administrativa



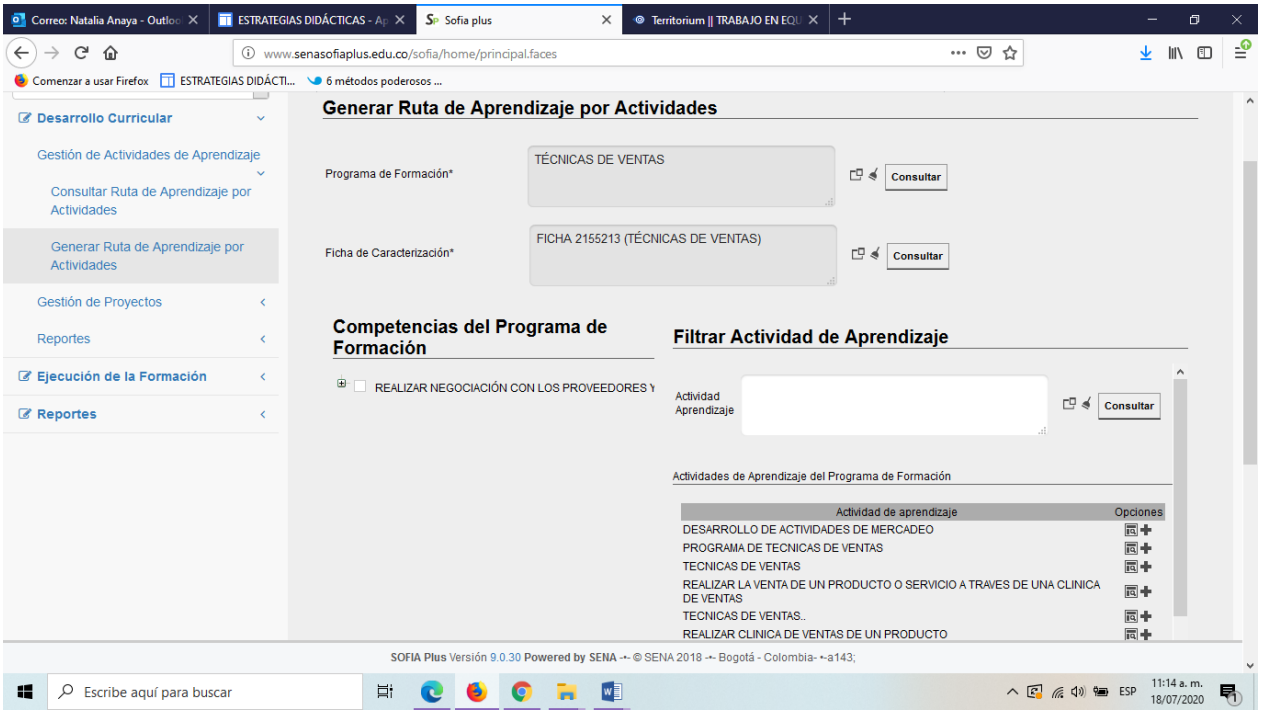


➔ **Curso Complementario Técnicas de Ventas**

Ficha # 2155213 - 40 HORAS

Fecha: 15 al 29 de Julio de 2020

❶ **Generar ruta de aprendizaje Sofía Plus Ficha # 2155213 Curso Complementario Técnicas de Ventas**

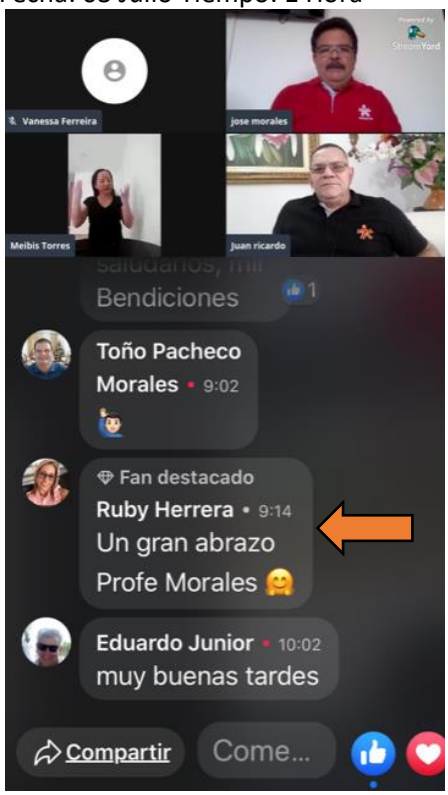


Ruby Esther Herrera Navarro
Instructora de Formación Profesional Integral en el Programa
Atención a Personas en Situación de Desplazamiento
Especialidad Gestión Administrativa

➔ **Clausula # 19: Divulgación de Ofertas empleo, y actividades, realizadas desde la página SENA Magdalena, en mis redes Facebook**: Participación en actividades, conversatorios, Facebook Live, etc.

Remembranzas de una Pandemia

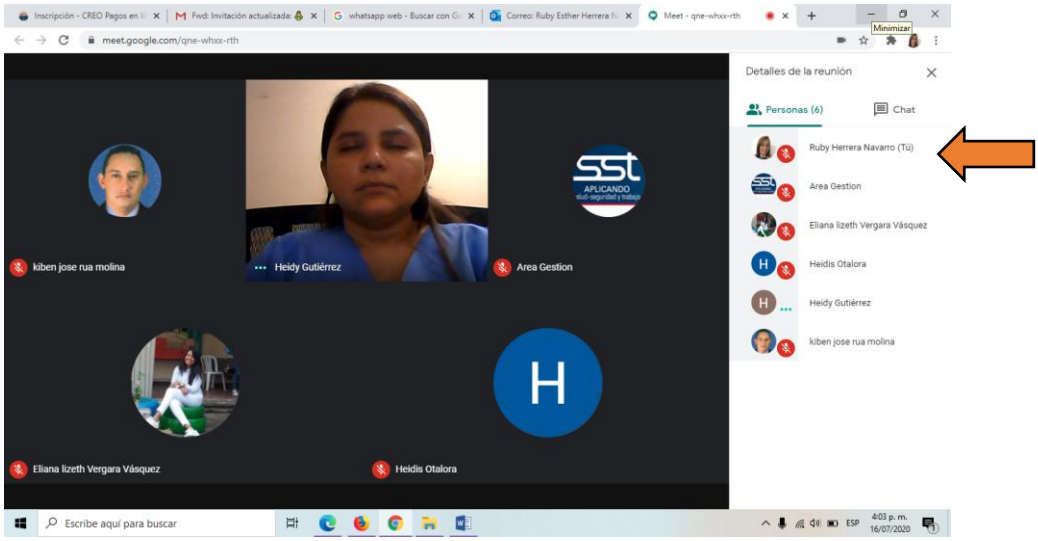
Fecha: 03 Julio Tiempo: 1 Hora



Publicaciones en Facebook



➢ **Actividad: SESIÓN DE RELAJACIÓN SENA MAGDALENA Día: 16 Julio Hora 4:00 pm**



Verificación de Asistencia:

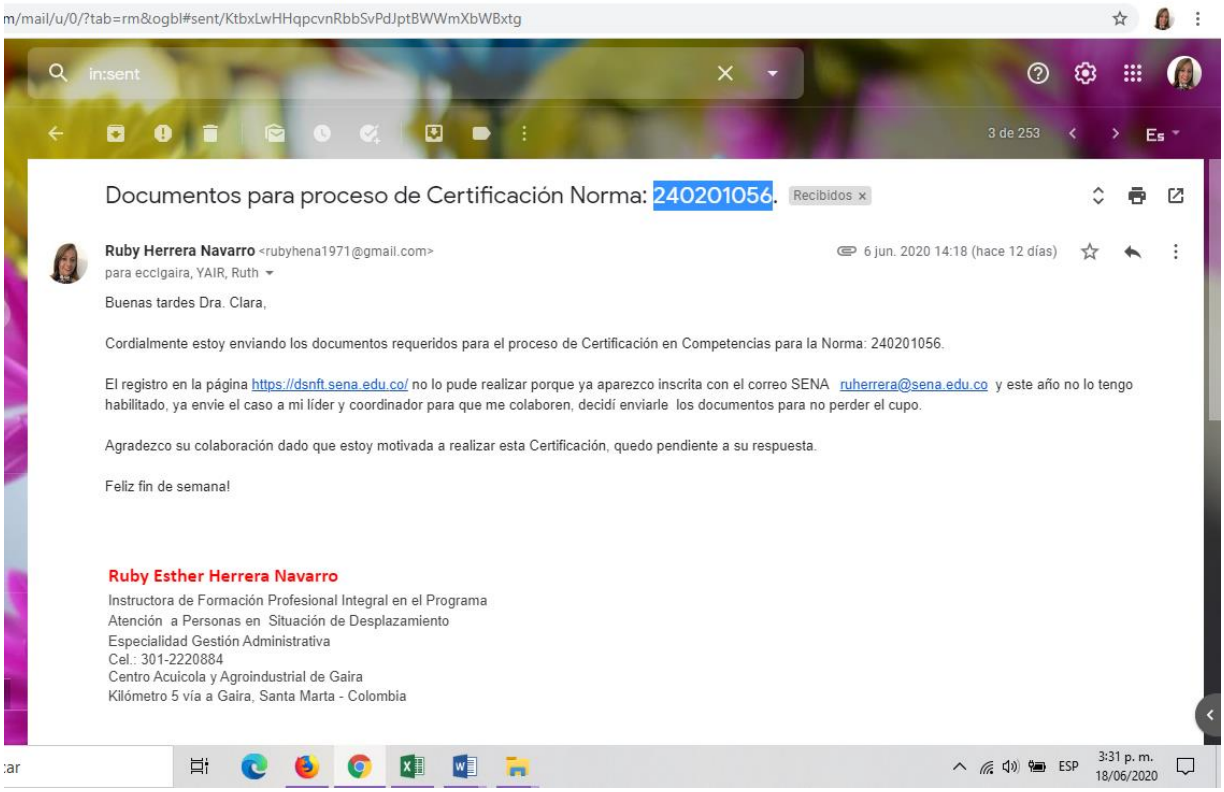
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfjiDhTBTktMkj9Gnm3_02gJbdQO7PI4rI3YeugkJyeDzQ5GQ/viewform

Ruby Esther Herrera Navarro
Instructora de Formación Profesional Integral en el Programa
Atención a Personas en Situación de Desplazamiento
Especialidad Gestión Administrativa

- **Se realiza la Gestión para la realización de la competencia laboral Norma 240201056, Correspondiente a la Cláusula #27 de las Obligaciones del Contratista:**

  Aplicar al proceso y aportar la certificación de la Norma de Competencia Laboral para la función de instructor, con plazo máximo a 30 de junio de 2020, o durante la ejecución del contrato si el inicio de ejecución se da posterior a esta fecha.

  Pendiente al llamado para dar inicio al proceso.



PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
GUÍA DE APRENDIZAJE

1. **IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE**
   - **Denominación del Programa de Formación:** Técnicas de Ventas
   - **Código del Programa de Formación:** 63110025
   - **Nombre del Proyecto:** N.A.
   - **Fase del Proyecto:** N.A
   - **Actividades de Proyecto:** N.A.
   - **Competencia:** Realizar negociación con los proveedores y clientes, según los objetivos y estrategias establecidas por la organización.
   - **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
     - Realizar el proceso de la venta de productos y servicios aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico, conforme a las políticas de venta y los términos de negociación.
   - **Duración de la Guía:** 40 horas

2. **PRESENTACIÓN**

¡Bienvenidos(as)!

Teniendo en cuenta el actual contexto de transformación de la economía global, tanto en el ámbito Internacional como en el socio-económico interno colombiano y de cara a las expectativas que den respuesta a esta situación, la introducción en el discurso del mercadeo y las ventas para la presentación de productos se ha de fundamentar en torno al desarrollo de proyectos productivos coherentes y adecuados a las condiciones reales de nuestro país, como la población hacia la cual va dirigido este esfuerzo, está caracterizada como Población Vulnerable, presenta una alta heterogeneidad académica evidenciada a la hora de ser convocados.

En tal sentido se plantea esta propuesta, donde el centro del proceso es el individuo económico como ser humano, teniendo en cuenta no solo su aspecto académico sino también elementos esenciales de su existencia tales como: el sentido ciudadano, la mentalidad empresarial y la ética trascendental, así como su desarrollo espiritual, con una visión holística del denominado concepto de cliente a fin de superar los abundantes fallos del mercado.

La guía le permitirá evaluar sus conocimientos actuales, mejorar en aquellos que requieran actualización y adquirir nuevos frente a las Técnicas de Ventas.

Bienvenido a esta acción formativa, les deseo éxitos.

¡¡Un buen resultado en Ventas, NO es casualidad, ES Marketing!!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- ✓ Saludo/ Presentación del curso
- ✓ Acuerdos de honor /pacto psicológico/ normas de convivencia/ reglas/ normas/Acuerdos de aula
- ✓ Reflexión de vida
- ✓ Socialización de la Guía de aprendizaje, criterios de evaluación

ACTIVIDADES DE REFLEXIÓN INICIAL

A. Foro social

Este es un espacio creado para el encuentro entre aprendices e instructor, donde se pueden compartir expectativas e intereses. Aquí se busca crear lazos de compañerismo, esparcimiento y reflexión. Para iniciar, se debe realizar una presentación personal, con tu nombre, expectativa frente al curso: Atención y Servicio al Cliente y si así lo deseas comparte con tus compañeros(as) proyecto de vida y gustos entre otros.

B. Observe el video ¿Quién se ha llevado mi queso? el cual se encuentra disponible en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=_TGqoxHN0IY
Reflexione y realice un análisis, participe en el foro de contextualización que se encuentra en la plataforma para dar respuesta a los siguientes interrogantes:



a. ¿Cuál es la enseñanza que te deja el video?
b. ¿De qué manera te adaptarías a un mundo lleno de constantes cambios?
c. ¿Cómo relacionan su proyecto de vida con el video?

Nota: Esta dinámica tiene como finalidad orientarle y motivarle en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable, pero es primordial realizarla.

Ambiente virtual de aprendizaje Territorio
Materiales: Equipo Computo, Internet, Video YouTube, plataforma Territorio, Correo.
Tiempo Aproximado: 2 Horas

3.1 ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL CONOCIMIENTO (INICIO)

TOMA DE APRENDIZAJES PREVIOS:

A. De manera individual, y con el propósito de tomar los aprendizajes previos, de respuesta a través de un escrito argumentado, recuerda cumplir con la estructura de presentación de trabajos escritos, citar textos consultados y aportar las referencias. Consulte la estructura de elaboración del documento anexo.

- Qué sabemos sobre la segmentación de mercados?
- ¿En qué creen ustedes que la segmentación de mercados beneficia mi empresa, producto o servicio?
- Definición, etapas, finalidad, criterios básicos para la segmentación de mercado
- Beneficios, niveles de segmentación de mercado
- Tipos de segmentación de mercado
- Diferencia entre segmentación y nicho de mercado
- Proceso de segmentación de mercado

Envíe en un documento de Word la actividad a la plataforma Territorio, además del texto utilice figuras, diagramas o imágenes.

Ambiente virtual de aprendizaje Territorio
Materiales: Equipo Computo, Internet, Video YouTube, plataforma Territorio, Correo.
Tiempo Aproximado: 4 Horas

3.2. ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (CONCEPTUALIZACIÓN Y TEORIZACIÓN) *"Que sé y que necesito saber para llegar a ser"*

Actividad de Aprendizaje 1: INTERPRETAR EL INTERÉS Y DECISIÓN DE COMPRA POR PARTE DEL CLIENTE, CONTACTAR A CLIENTES POTENCIALES QUE POSEEN EL PERFIL

Sub-actividad 1: Toda tu experiencia será un aporte valioso en la construcción colectiva del conocimiento; te invito a una activa participación, para que de manera individual mediante escrito investigues y respondas los siguientes temas:



- Concepto de Cliente, tipos de clientes, perfiles de clientes, segmentación de los clientes.
- segmentación de la población, comportamiento de consumo de clientes reales y potenciales, comportamiento de compra.
- Concepto de Producto y Servicio, tipos, características (Intrínsecas, extrínsecas) (clasificación (según durabilidad y tangibilidad), clases de bienes, las materias primas y partes manufacturadas.

Envíe la actividad a la plataforma Territorio, en un documento de Word además del texto utilice figuras, diagramas o imágenes.

Ambiente de aprendizaje: Presencial / Salón Comunal/ Auditorio/ Virtual / Territorio
Materiales: Equipo Cómputo con acceso a Internet, libreta de apuntes, lápiz, lapicero, marcadores, correo, plataforma territorio, Correo.
Tiempo Aproximado: 5 Horas

Sub-actividad 2: Dando continuidad a la actividad de manera individual **Observo el video "Tipos de Compradores"** en el link: https://www.youtube.com/watch?v=xBDSZ0rm0w8 y participe en el **FORO TEMATICO** el cual estará expuesto en la plataforma de Territorio, dando respuesta a la siguiente pregunta:

- Según los hábitos de compra, mencione algunos tipos de clientes que existen y usted reconozca.
- Mencione dos tipos de compradores y que trato le daría.



Luego de participar dando respuesta a los interrogantes propuestos en el foro, realice un comentario a uno(a) de las participaciones hechas por sus compañeros.

Ambiente de aprendizaje: Presencial / Salón Comunal/ Auditorio/ Virtual / Territorio
Materiales: Equipo Cómputo con acceso a Internet, libreta de apuntes, lápiz, lapicero, marcadores, correo, plataforma territorio, Correo.
Tiempo Aproximado: 5 Horas

Actividad de aprendizaje 2: PRESENTAR A LOS CLIENTES LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS APOYADOS CON EL USO DE CATÁLOGOS, MANUALES, PROGRAMAS O NAVEGADORES:

Sub-actividad 1: De forma individual a través de una presentación en Power Point Identifique, defina e ilustre los medios de apoyo para la venta de un producto o servicio: manuales, catálogos, plegables, vallas, prensa, folletos, etc.

Ambiente de aprendizaje: Presencial / Salón Comunal/ Auditorio/ Virtual / Territorio
Materiales: Equipo Cómputo con acceso a Internet, libreta de apuntes, lápiz, lapicero, marcadores, correo, plataforma territorio, Correo.
Tiempo Aproximado: 5 Horas

Actividad de aprendizaje 3: DETERMINAR EL ESCENARIO FÍSICO Y DE COMUNICACIÓN PARA LA PRESENTACIÓN Y DEMOSTRACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS.

Sub-actividad 1: De forma individual y con el propósito de apropiar conocimientos de aprendizajes, presente un manuscrito o trabajo en Word aplicando normas APA, desarrollo las siguientes preguntas:

- ¿Cómo presentar un producto o servicio a un cliente?
- ¿Cuáles son las claves de la demostración de un producto y/o Servicio?
- Concepto de muestra mercadeo, tipos de muestras: directa, diferida, comercial y virtual.
- Sitios de exposición: tipos de superficies expositoras: local, vivienda, caseta, Tótem y Kiosco.

Además seleccione una temática de las relacionadas y diseñe una sopa letras o crucigrama.

Ambiente virtual de aprendizaje Territorio
Materiales: Material de Formación, Equipo Computo, Internet, Video YouTube, plataforma Territorio, Correo.
Tiempo Aproximado: 5 Horas

4. ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIAS DEL CONOCIMIENTO *"Hora de aplicar lo que se"*

Actividad de aprendizaje 4: TRANSFERIR EL CONOCIMIENTO A APLICAR ESTRATEGIAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN



Sub-actividad 1: Desarrolle una evidencia de producto de manera individual elabore un ensayo apoyándose en el material suministrado por su instructor y consultando también en otras fuentes bibliográficas, web grafía, biblioteca SENA, abordando los siguientes temas:

- Técnicas en la: resolución de conflictos, de persuasión, de prospección, de objeciones, de cierre.
- Sistemas de ventas: por áreas geográficas, por productos, por clientes, mixtas.
- Tipos de decisiones de compra: Limitada, extensiva, rutinaria.
- Negociación: Conceptos, estilos, estrategias, tácticas, proceso, clases, beneficios (garantías, descuentos, servicio post venta).
- Riesgos en la negociación: Restricciones, validez de la oferta, permanencia en el mercado, condiciones de tiempo y devolución.
- Forma de relación con clientes para realizar la venta: Personal, telefónica, virtual

Ambiente de aprendizaje Requerido: Virtual – Plataforma Territorium
Materiales: Computador, Internet
Tiempo: 10 Horas

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Los aspectos que se tendrán en cuenta para la revisión de la actividad se relacionan a continuación:

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Actividad 1 - Evidencia 1 • Documento • Foro Temático **Evidencias de Desempeño:** Actividad 2 - Evidencia 2 Foro temático. **Evidencia de producto:** Actividad 4 - Evidencia 3 Ensayo	Realizar el proceso de la venta de productos y servicios aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico, conforme a las políticas de venta y los términos de negociación	**ESTRATEGIA DIDACTICA:** Observación **TECNICA DIDACTICA:** Taller práctico, Foro temático, Ensayo, Documento Encuesta, Instrumento: Lista de Chequeo Técnica: Valoración de Producto Instrumento: Lista de Chequeo

5. GLOSARIO DE TERMINOS:

SERVICIO: Es la combinación de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, atención y otros tangibles como un trato amable, un obsequio, los muebles de la sala de recibo entre otros.

Cliente: es la persona que adquiere nuestros productos o servicios, con la finalidad de suplir una necesidad que para él es básica e impórtate en ese momento. Ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.

Clase social: las clases sociales son divisiones de la sociedad, relativamente homogéneas y permanentes, jerárquicamente ordenadas y cuyos miembros comparten valores, intereses y comportamientos similares.

Consumidor Personal: son los individuos que compran bienes y servicios para su propio uso y así poder satisfacer sus necesidades o usos personales.

Consumidor Organizacional: incluye a los individuos y empresas como: Agencias de gobierno, negocios privados, compañías de servicio las cuales deberán comprar productos, equipos y servicios para hacer operar sus empresas con la finalidad de lucro o sin ella.

Cultura: es el determinante fundamental de los deseos y del comportamiento de las personas. Se define como el conjunto de valores, ideas, actitudes y símbolos que adoptan los individuos para comunicarse, interpretar e interactuar como miembros de una sociedad. Esta cultura determina los valores básicos que influyen en el comportamiento del consumidor.

Estímulos externos: se reconocen dos tipos a saber: los de marketing y de entorno.

Subcultura: se pueden distinguir cuatro tipos de subcultura: la nacionalidad, los grupos religiosos, los grupos raciales y las zonas geográficas, que reflejan distintas referencias culturales específicas, actitudes y estilos distintos.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS / WEBGRAFIA

https://www.youtube.com/watch?v=HmI-Mqpzifg

https://www.youtube.com/watch?v=xBDSZ0rm0w8

Peralta, S. W. M. (2009). Estrategia de servicio al cliente. Córdoba, AR: El Cid Editor | apuntes. Retrieved from:http://site.ebrary.com.bdigital.sena.edu.co/lib/senavirtualsp/detail.action?docID=10317349&p00=servicio+cliente

Orozco, L. J. D. D. (2016). Protocolo para la organización de actos oficiales y empresariales. Málaga, ESPAÑA: IC Editorial. Retrieved from: http://site.ebrary.com.bdigital.sena.edu.co/lib/senavirtualsp/detail.action?docID=11322619&p00=protocolo+etiqueta

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Ruby E. Herrera N.**	**Instructora**	**Grupo de Formación CAAG**	**15/04/2020**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
PROCEDIMIENTO DESARROLLO CURRICULAR
EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE

1. DATOS GENERALES
Programa de Formación: N/A
No. De ficha: 2155213
Competencia Asociada: REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN
Resultado de aprendizaje: REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS APLICANDO TÉCNICAS DE ARGUMENTACIÓN Y CIERRE DE VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN.
Evidencia de aprendizaje: CUESTIONARIO
2. DATOS PERSONALES
Nombres y apellidos:
Tipo y número de identificación:

Querido aprendiz,

De acuerdo a lo desarrollado durante la formación, el material entregado, la investigación, y las socializaciones, desarrolle el siguiente cuestionario:

1. ¿Quiénes son los competidores directos?
2. ¿Quiénes son los consumidores?
3. Explique el comportamiento de los consumidores
4. ¿Qué es la segmentación de clientes?
5. Explique brevemente los factores de la segmentación de clientes
6. Explique brevemente los tipos de mercado
7. ¿Qué es la promoción?
8. ¿Qué es la competencia?
9. ¿Cuáles son los tipos de productos y servicios?

Recuerden dar las explicaciones con palabras propias. Éxitos y felicidades



TECNICAS VENTAS

IMPARTIDO POR
RUBY HERRERA NAVARRO
Instructora SENA

FUNDAMENTOS

- El CLIENTE
- El SERVICIO
- LAS HERRAMIENTAS
- TECNICAS DE VENTA

EL CLIENTE

☞COMPRENDER AL CLIENTE: CLAVE DEL EXITO.

- ☞ Los clientes, hoy en día, tienen un enorme poder. Estamos obligados a comprender sus necesidades y exigencias. Debemos escucharles porque si no lo hacemos, los clientes se irán a otra parte con sus necesidades y donde les traten como se merecen.

- ☞ No todas las Empresas son conscientes del poder de los clientes, pero muchos “castigan”un comercio para siempre si no son bien tratados. Pueden comprar el mismo producto en otro sitio donde les traten como ellos se merecen. Esto es posible debido a **3 factores**:

EL CLIENTE

- Existe mayor **COMPETITIVIDAD** debido a la economía global y a la facilidad de entrada en los Mercados.
- Avances **TECNOLOGICOS**, con lo que el cliente tiene mayor información del producto
- Mercado **SATURADO** donde el cliente puede comprar productos similares, a precios similares y niveles de calidad iguales o similares







EL CLIENTE

Con todas estas opciones, EL CLIENTE tiene más información y control que nunca.

Por no haber percibido estos cambios, muchas Empresas fueron desmanteladas, compradas o fusionadas.

Aquellas empresas que basan su estrategia en EL CLIENTE son las que triunfan.

SOLO HAY UN JEFE: EL CLIENTE



E L SERVICIO

Como hemos dicho anteriormente, el cliente sabe que tiene multitud de opciones para adquirir productos o servicios.

EN 1981 SE INTRODUJERON 2.689 NUEVOS PRODUCTOS EN ESTANTERÍAS DE SUPERMERCADOS Y FARMACIAS.

EN 1991 – 10 AñOS MÁS TARDE – SE INTRODUJERON 16.143 PRODUCTOS. ES DECIR, CADA HORA 2 NUEVOS PRODUCTOS.





E L SERVICIO

El mercado está cada vez más saturado y los clientes lo saben, de ahí que fidelizar al cliente sea un paso muy importante:

Un cliente fiel:

1. Permite reducir los costos de Marketing.
2. Comprará más a lo largo del tiempo.
3. Tendrá más predisposición a comprar productos nuevos y diferentes cuando se los ofrezcan
4. Contará lo bien que le tratan.



E L SERVICIO



Recuerde:

Un cliente disgustado puede contarle hasta 10 personas su INSATISFACCION



E L SERVICIO

Un buen servicio y atención al cliente tienen como meta, no solo fidelizar al cliente, sino que compren más y traigan nuevos clientes (boca a boca).

Los resultados pueden ser sorprendentes.

Si un cliente entra en una farmacia y compra $80.000 en productos (no medicinas), es una buena compra.

Pongamos que el cliente puede pasar cada 2 meses a comprar esos mismos productos u otros nuevos que le ofrezcan basándonos siempre en el mismo importe. Si durante 10 años esa persona continúa viviendo en el barrio, el valor a largo plazo de ese cliente para la farmacia equivale a:

80.000 x 6 = 480.000 x 10 = $4.800.000 $

El SERVICIO

Esa cifra es la que cada uno de nosotros debería ver cada vez que atendamos a un cliente.

Quizás $4.800.000 no parezca dinero, pero ese cliente satisfecho traerá a otro y a otro más y las perspectivas se multiplicarán.

En 10 años pueden cambiar mucho las necesidades de un cliente, desde leche y productos infantiles, jabones específicos, cremas solares, pastas de dientes, cremas hidratantes, anticelulíticos….y un largo etc.

Pero, si su experiencia no es buena, ¿qué sucede?

NUESTRO CLIENTE SE IRÁ A OTRA FARMACIA DONDE LE ATIENDAN COMO SE MERECE



E L SERVICIO

Ser técnicamente competente en el trabajo y conocer el producto no siempre es suficiente para triunfar. ¿Por qué dar servicio? Porque todos salen ganando: el profesional, la Empresa y lo más importante:

El CLIENTE

El 82% de los clientes que se pierden no se van por cuestiones de precio o calidad, lo hacen porque **no quedan satisfechos con la vertiente humana de su relación con el proveedor del producto o el servicio.**



E L SERVICIO

Todos somos clientes. Tenemos la suerte de poder ponernos en el lugar de cualquiera de nuestros clientes.

Si vamos a un establecimiento y buscamos ayuda y no la encontramos, empezaremos a buscarla. Cuando encontramos a alguien que nos ayude, su predisposición para atendernos es crucial para que nos sintamos cómodos y bien atendidos.

Si nos sonríen , nos escuchan y nos preguntan cuáles son nuestras necesidades, tendremos más predisposición a comprar.



EL SERVICIO
PUNTOS DE IMPACTO

CADA CLIENTE CREA SU PROPIA EVALUACIÓN Y OPINIÓN SOBRE UN SERVICIO.

Cuando vamos a un Hotel y su entrada es impresionante, las piscinas enormes, las tiendas lujosas, cuenta con guardería para nuestros hijos, etc.… todo esto se ve olvidado cuando entras en la habitación y al inspeccionarla te encuentras con la bañera sucia o con un agujero … todo se esfuma.

Imagina que el Hotel es perfecto pero te has levantado tarde y debes ducharte rápidamente para ir a la cita que tienes esa mañana … y te encuentras ya en la ducha con que no hay gel … todo el Hotel entero se desvanece ante tu visión de no poder ducharte. Aunque luego lo comentes en Recepción: ***NADA VUELVE A SER LO MISMO.***





El SERVICIO
PUNTOS DE IMPACTO

Este **PUNTO DE IMPACTO** va a ser la opinión que se tome el cliente.

Pensará: Si en algo tan simple como poner un gel en la habitación o algo tan importante como mantener una bañera en condiciones no se tiene en cuenta ….. ¿cómo serán las cocinas del Hotel? ¿estarán limpias?

Yo no las puedo ver ……

RECUERDE:



NUNCA SE TIENE UNA SEGUNDA OPORTUNIDAD PARA CAUSAR UNA BUENA PRIMERA IMPRESIÓN

EL SERVICIO
PROMESAS BÁSICAS

Para fidelizar al cliente también debemos saber los componentes de la promesa básica de la organización.

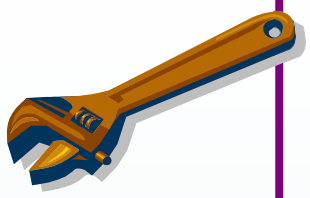
PRODUCTO CORRECTO: Garantizar que el cliente recibe lo que ha pedido y lo que necesita.

EN EL MOMENTO CORRECTO: Si ofrecemos la posibilidad de buscarle un artículo concreto y le decimos una fecha para que venga a recogerlo, cumplir con la fecha.

DE LA MANERA CORRECTA: Con cortesía, actitud correcta y siendo conocedor de los productos y servicios.



LAS HERRAMIENTAS



- CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO Y SUS BENEFICIOS.
- ARGUMENTACIÓN DEL PRODUCTO
- CONOCIMIENTO DE LAS POSIBLES DUDAS.
- CONOCIMIENTO DE LAS RESPUESTAS RECOMENDADAS.
- ESCUCHA ACTIVA.
- HACER PREGUNTAS
- EVITAR LO NEGATIVO
- EMPLEO EFICAZ DEL TIEMPO
- EL LENGUAJE CORPORAL.

COMUNICACIÓN Y LENGUAJE DEL CUERPO

EN LAS COMUNICACIONES HABLADAS EL INTERLOCUTOR CAPTA EL SIGNIFICADO DE LOS MENSAJES SEGÚN LOS SIGUIENTES PORCENTAJES:

7% POR LAS PALABRAS QUE SE DICEN

38% POR LA COMUNICACIÓN PARALINGÜÍSTICA, ES DECIR, POR LA FORMA EN QUE LAS PALABRAS SON DICHAS

55% POR EL SIGNIFICADO DE LAS EXPRESIONES FACIALES







COMUNICACIÓN Y LENGUAJE DEL CUERPO

EXISTEN POSTURAS CONCRETAS QUE SE SUELEN IDENTIFICAR CON ESTADOS DE ÁNIMO O ACTITUDES CON RESPECTO A LA PERSONA QUE NOS HABLA (AUNQUE NO SE PUEDE APOYAR UNO EN GESTOS AISLADOS)

EL APRETON DE MANOS:







Con la palma de la mano hacia abajo denota que la persona que lo hace quiere “tomar el control” pues se trata de una posición dominante.



Cuando las manos quedan perpendiculares hay una idea de igualdad y colaboración. (Es la ideal)

Cuando se da la mano con los dedos indica inseguridad, debilidad de carácter.

COMUNICACIÓN Y LENGUAJE DEL CUERPO

LA MENTIRA:



Taparse la boca y rascarse la nariz suele significar “no debo decir lo que digo”.

Rascarse la oreja “no quiero oír lo que digo”.

BRAZOS Y PIERNAS



Cruzar los brazos o las piernas indica “protección” y estar preparados para “defendernos”.

Poner las manos en “jarras” suponen diferentes grados de agresividad.



COMUNICACIÓN Y LENGUAJE DEL CUERPO

Los 10 peores errores del lenguaje corporal según Forbes

analisisnoverbal.com

1. Evitar el contacto visual
2. Encorvar la postura
3. Dar la mano sin firmeza
4. Contraer los brazos
5. Mirar hacia abajo
6. Echarse hacia atrás
7. Manosear con inquietud
8. Invadir el espacio íntimo
9. Mirar el reloj
10. Fruncir el ceño



TECNICAS DE VENTA

- MIRE AL CLIENTE A LOS OJOS Y SONRÍALE.
- SALUDE DESEANDO LOS BUENOS DÍAS/TARDES.
- EL CUERPO DEBE ENVIAR SEÑALES POSITIVAS.
- PONGA INTERÉS Y DEDICACIÓN.
- SEA CORTÉS
- ESCUCHE AL CLIENTE Y SI ES NECESARIO HAGA PREGUNTAS PARA CONOCER SUS NECESIDADES
- TENGA CAPACIDAD DE RESPUESTA. RESUELVA OBJECIONES. GESTIONE EL TIEMPO.
- PRACTIQUE LA VENTA DE ARRASTRE SI LA SITUACIÓN LO PERMITE. SONRÍA DE NUEVO. DESÉE UN BUEN DÍA Y VOLVER A VERLE.



RECUERDE

LA ELECCIÓN ES NUESTRA:

PODEMOS SER

ENERGETICOS

VITALES

CREATIVOS



REFLEXIONES:

UN EJERCITO QUE NO ES FLEXIBLE
NUNCA GANA UNA BATALLA.

UN ÁRBOL QUE NO SE DOBLA
SE QUIEBRA CON FACILIDAD.

Ventas y Negociación



RUBY HERRERA NAVARRO
Instructora SENA



Ya tengo mi empresa lista.

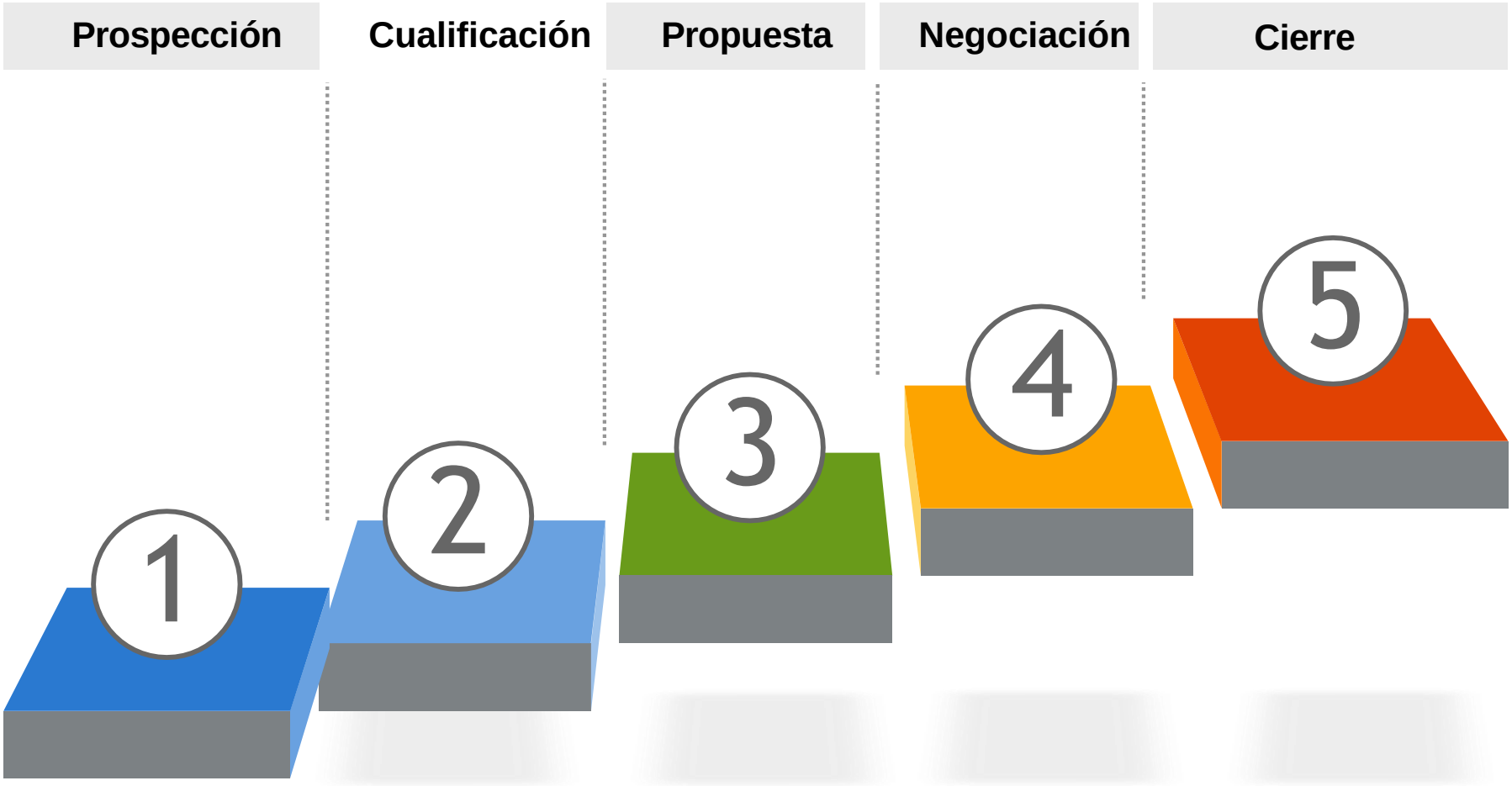
Yahora… ¿qué?

Bueno, pues ahora toca vender



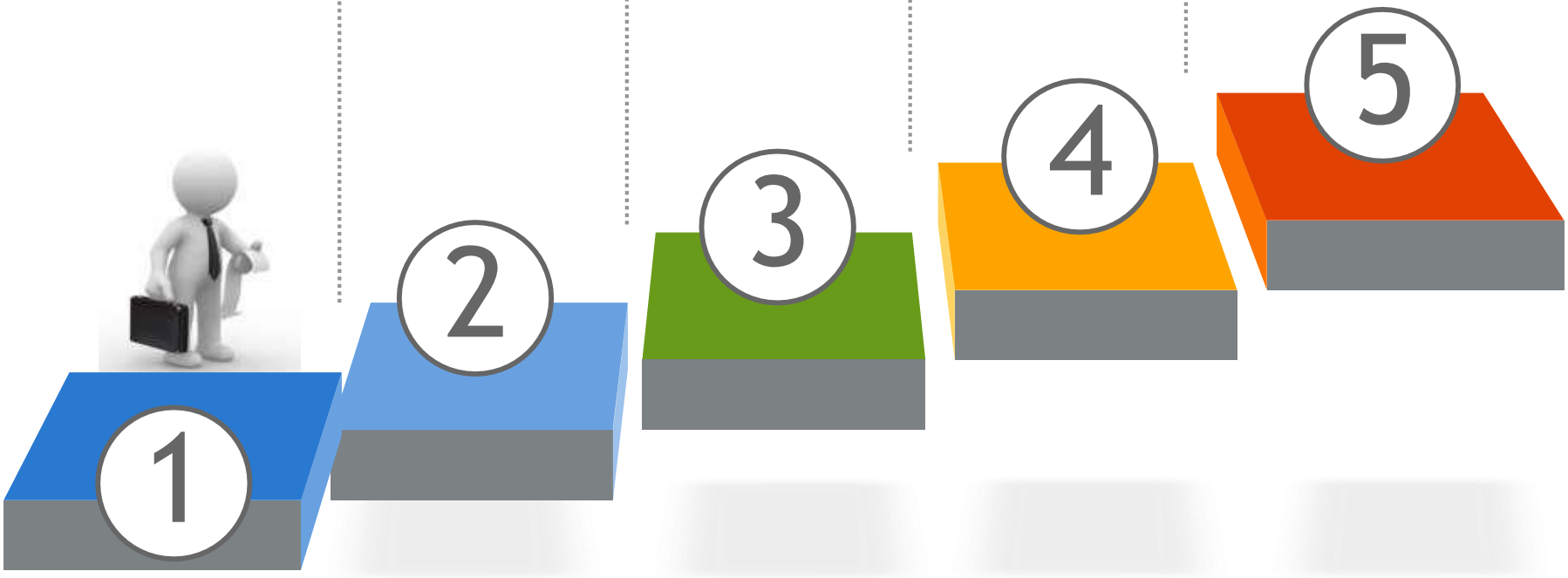


Toda Venta es un proceso



Toda ventaes un proceso

Prospección	Cualificación	Propuesta	Negociación	Cierre



1 Prospección

Red de contactos



Listado de compañías



Puerta fría





Sonrisa telefónica



Captar la atención



Identificar el contacto

Atraer clientes





Sondeo





Objetivo:





Es una cuestión de números

Toda ventaes un proceso

Prospección	Cualificación	Propuesta	Negociación	Cierre



② Cualificación

OBTENER INFORMACIÓN



② Cualificación

¿Por qué necesito obtener información?

- **Para adaptar mis mensajes** y mi propuesta al cliente.
- Necesitamos saber **qué es lo que el cliente necesita** y dárselo.
- Necesitamos **saber dónde somos diferentes** y hacer hincapié en esos aspectos.

¿Qué tipo de información es útil tener?

Actitud Colaborativa

- ¿Por qué se han interesado en nosotros?.
- Sus objetivos para el año en curso
- **¿Dónde le aprieta el zapato?**
- ¿Cuáles son las funciones de mi interlocutor? ¿Qué le soluciona a él mi producto?
- ¿Quién decide?
- ¿Dónde desconfían de nosotros? ¿Qué aspectos de nuestra compañía les preocupan?
- En relación a su proveedor actual, ¿dónde no cubre sus necesidades? ¿pueden rescindir el contrato?, etc
- ¿Cuáles son los criterios de decisión?
- ¿Quién decide?
- ¿Tienen dinero?
- ¿Cuándo querrían tener funcionando nuestro producto?
- ¿Cómo es el proceso interno para la compra?

¡¡TODO LO QUE SE OS OCURRA!! **Ninguna información está de más**. Es posible que mañana la necesites.

Adapta tus mensajes a la información que has obtenido

No te vayas de la reunión sin un paso siguiente



Toda ventaes un proceso

Prospección	Cualificación	Propuesta	Negociación	Cierre



3 Propuesta

Enfoque de la propuesta

- Tenemos mucha información del cliente. ¡Usémosla!
- Céntrate en mostrar **cómo solventas su problema** (es lo único que le interesa).
- Resalta **tu diferencia con respecto a la competencia.**
- **Ventajas frente a prestaciones.**
- Es importante conocer a quién le vamos a presentar la propuesta (y quién la va a ver después)

Valida primero la propuesta técnica y después pasa al precio

Objeciones

- Hazte una lista de las posibles objeciones (complétala tras cada reunión)
- **Si no salvas la objeción, la venta está perdida.**
- Pregunta del cliente: ¿puedes hacer "x"? Respuesta: Sí (Ya te las apañarás después para ejecutarlo)
- **Tienes derecho a 2 "No" y 2 "No sé" por cada reunión.** Si no sabes algo, te traes al experto en la próxima reunión
- Responde siempre enfocando hacia su problema fundamental.

Presentación del precio

- El precio debe de ser **coherente** y estar **muy bien justificado.**
- **Si es caro es porque lo vale.** El precio está para dar valor a las cosas
- **Seguridad** a la hora de presentarlo. Si te ven dudar pierdes credibilidad.
- Siempre te van a decir que es caro.

Valida con el cliente todos los aspectos de la propuesta. Si algo no le gusta ofrécete a modificarlo

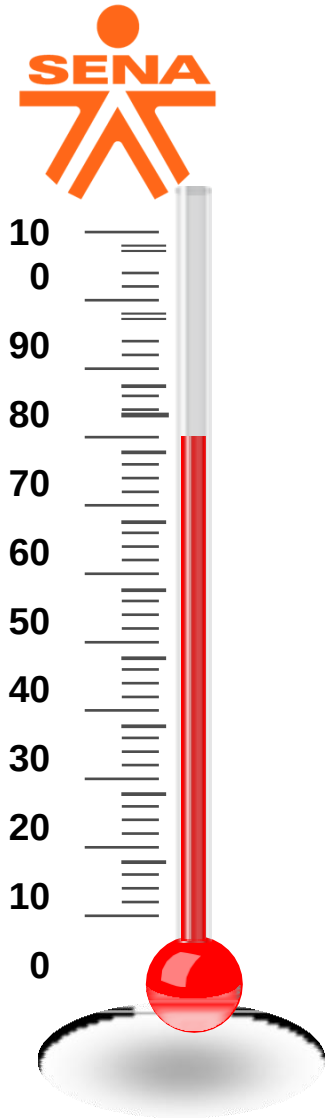
Toda ventaes un proceso



4 Cualificación

Esta fase tiene como objetivo acordar con el cliente los términos de la relación que va a comenzar.

No se trata de una lucha de poder. Se trata de llegar a un acuerdo



Objeciones

- Van a seguir existiendo. De hecho, **cuantas más haya mejor**. Eso es que hay interés.
- Tras cada objeción que salvas estás más cerca del cierre de la venta.
- En contra de lo que pueda parecer, el precio no suele ser el impedimento fundamental

Es muy caro

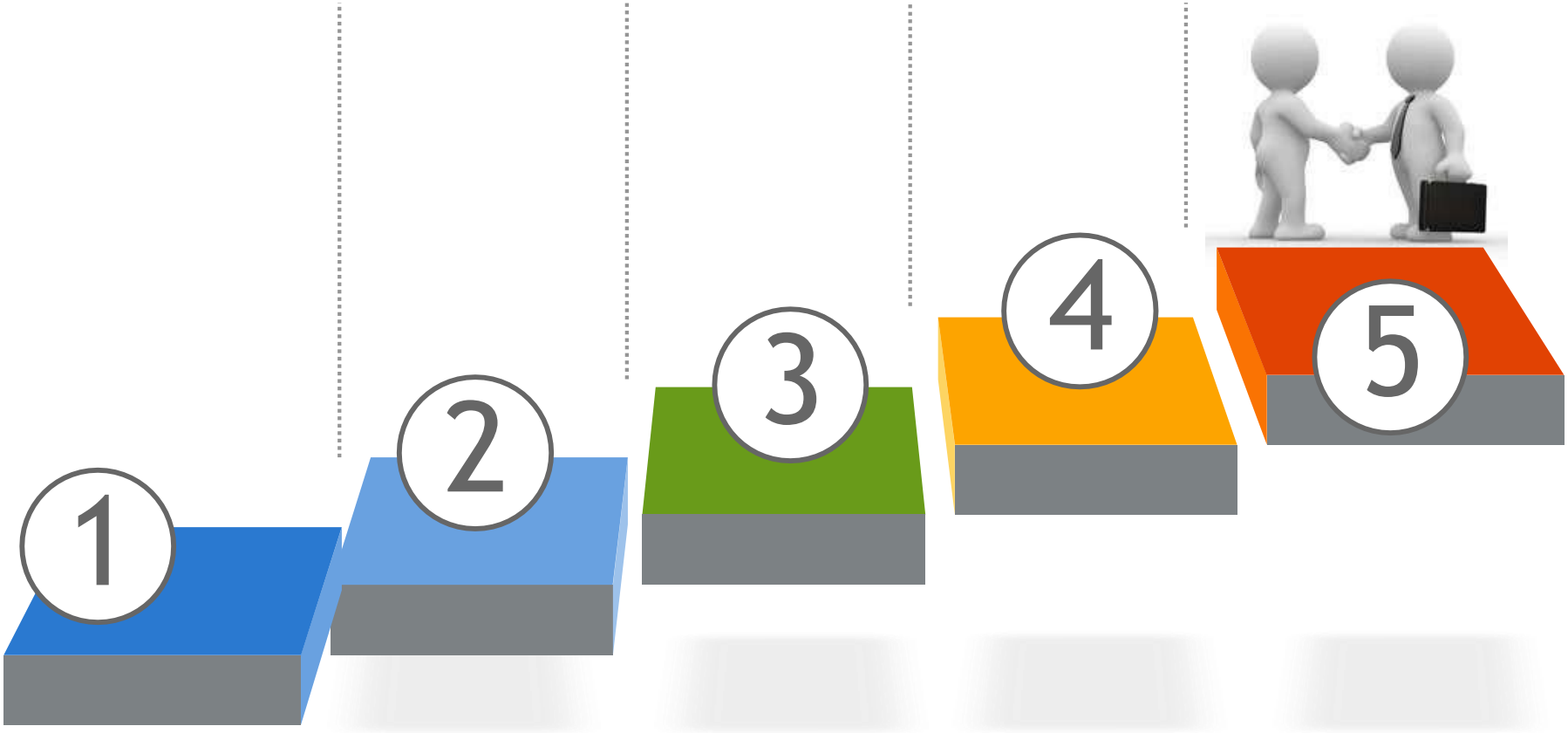
- Si bajas de entrada, **pierdes credibilidad.**
- Argumenta por qué vale lo que vale. **Da valor a tu oferta**.
- Pídele algo a cambio de la bajada.
- Tras cada bajada de precio pon de manifiesto el gran esfuerzo eso que supone para la compañía.

Alea Jacta Est → **Presentación a dirección**

Frase pronunciada por Cayo Julio César **"La suerte esta echada"**

Toda ventaes un proceso

Prospección	Cualificación	Propuesta	Negociación	Cierre



5 Cierre

Miedo al fracaso

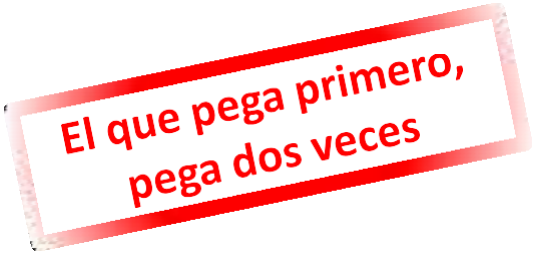
Si no hubiese interés, no habrías llegado hasta aquí.

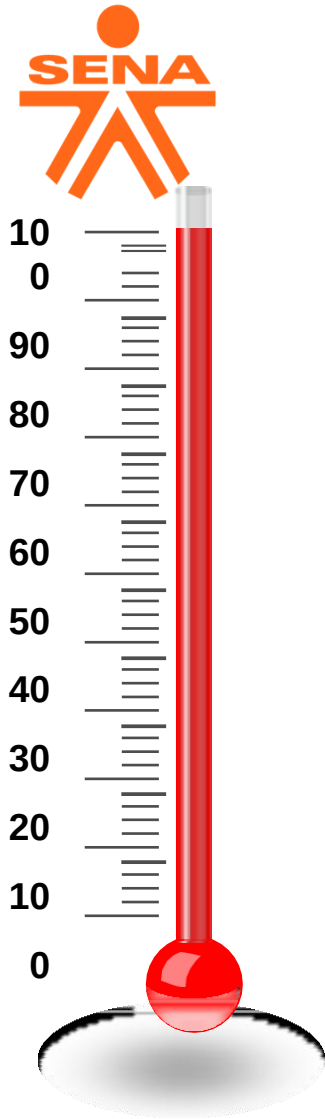
Se produce de manera natural

Ejemplo: Sr. González, la solución técnicamente le convence. Somos capaces de solucionar su problema. Nos hemos puesto de acuerdo en el precio. Imagino, entonces, que querrá que comencemos a trabajar juntos.

Hay un momento adecuado. Si lo dejas pasar, quizás no vuelva.

Réstale importancia





Hasta que no tengas la firma,
no está cerrada la venta



Conclusiones

- Conoce al cliente
- Actitud Colaborativa
- Vibraciones positivas
- Se compra por confianza y por afinidad
- Ventajas frente a prestaciones
- El “No” no vale: no debes aceptar un “No” por respuesta
- El segundo no tiene premio

MUCHAS GRACIAS !

Ruby E. Herrera Navarro
Instructora
rubyhena1971@gmail.com