GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 2

1. INTRODUCCIÓN

El programa de formación **Técnicas en Ventas** busca que el aprendiz logre comprender que dentro de todo proceso de intercambio comercial, es importante contar con estrategias que ayuden a definir las técnicas de ventas adecuadas para los diferentes tipos de clientes, en las cuales se tengan en cuenta aspectos como los tipos de negociación, las implicaciones y decisiones de compra, los eventuales conflictos y su tipología y los aspectos que intervienen en las ventas y su distribución.

Durante el desarrollo de la presente guía se abordará el resultado de aprendizaje "**Realizar el proceso de venta de productos y servicios siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico",** el cual busca que el aprendiz en formación defina estrategias de venta y negociación, de acuerdo con el tipo de producto o servicio.

Lo anterior se abordará desde la desarrollo de la Actividad de Aprendizaje ***AA2. "Estructurar estrategias de negociación y venta de productos o servicios, teniendo en cuenta el mercado objetivo".***

¡Bienvenido!

2. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Técnicas en ventas.	**Código:** 62330163 **Versión:** 1
Resultados de Aprendizaje: 2610102102 Realizar el proceso de venta de productos y servicios siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico.	**Competencia:** 260101021 Negociar productos o servicios de acuerdo con objetivos estratégicos.
Duración de la guía:	12 horas

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

Dentro de las transacciones comerciales, estrategias de venta y toma de decisiones existen un sinnúmero de variables que de una u otra manera afectan el resultado de las mismas, lo cual hace que se deba realizar alguna reflexión sobre la importancia de reconocer hasta dónde se conoce sobre aspectos aplicados en las negociaciones.

De acuerdo con lo anterior, se invita a reflexionar sobre los siguientes aspectos:

- ¿Ha tenido la oportunidad de manejar alguna negociación?
- ¿Cuál estrategia de ventas conoce?
- ¿Qué resultado ha obtenido de la aplicación de la estrategia de ventas?
- ¿Por qué considera que las decisiones de compra a veces toman tanto tiempo?
- Si usted ha tenido la oportunidad de realizar una venta, ¿Ha tenido algún inconveniente en el proceso?

Nota: Esta actividad tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

En la actividad anterior de reflexión inicial, se pudo reflexionar sobre las negociaciones, sus modelos, los conflictos, las decisiones de compra y las estrategias de venta, todo direccionado hacia el desarrollo de la Actividad de Aprendizaje dos, **AA2 "-Estructurar estrategias de negociación y venta de productos o servicios, teniendo en cuenta el mercado objetivo"**.

Realizar una negociación comercial no es tarea fácil, por lo tanto es muy importante conocer las clases o tipos de negociaciones que existen, y las características de cada una, de igual manera, dentro de cada clase, se evidencia que muchas veces quien realiza la compra no es quien toma la decisión de compra, que también es un aspecto relevante así como el manejo de la estrategia de ventas que va determinado por el producto o servicio que se ofrece y su forma de distribución.

Se solicita realizar un cuadro comparativo sobre los tipos de negociación que existen.

Tipo de negociación	Descripción	Características	Ventajas	Desventajas	Ejemplos de aplicación

Antes de realizar la actividad es necesario leer el material denominado "Procedimiento para definir la estrategia de negociación" y hacer consultas en la web sobre temas como:

- Tipos de negociación
- Características de las negociaciones
- Ventajas y desventajas de las negociaciones
- Ejemplos de aplicación
- Conflictos que se presentan durante la negociación y la venta

Se le solicita al aprendiz fundamentar sus saberes previos, complementando conocimientos mediante la consulta de textos y referencias bibliográficas sobre los temas antes mencionados, puede apoyarse en sus vivencias personales, siguiendo los lineamientos que se presentan y describen en esta guía, los cuales serán ampliados por el instructor.

Encuentro Sincrónico: El aprendiz deberá participar en los encuentros sincrónicos citados por el instructor,

principalmente en el encuentro del inicio del programa donde se explicará objetivo del cuso, los resultados y actividades de aprendizaje, las evidencias a desarrollar y sus criterios de evaluación, duración, cronograma de actividades, entre otros aspectos, como por ejemplo resolver dudas e inquietudes, explicar temas técnicos específicos, orientar en la búsqueda de información y entrega de evidencias.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el seguimiento y aplicación de esta guía, resultan claves para apropiar los conceptos correspondientes a los modelos de negociación, decisiones de compra, conflictos, estrategia de ventas y distribución.

Tenga en cuenta los requerimientos para el alcance de las competencias que propone el programa de formación mediante la presente actividad de apropiación del conocimiento. Para el logro del Resultado de Aprendizaje **"Realizar el proceso de venta de productos y servicios siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico"**, se hace necesario que usted como aprendiz apropie conocimientos basados en los siguientes temas:

Negociaciones
- B2B
- B2C
- C2C
- C2B
- G2G

Decisiones de compra
- Limitada
- Extensiva
- Rutinaria

Conflicto
- Concepto
- Tipos

Venta y distribución
- Estrategias de venta (venta directa, venta personal, E-commerce, televenta, venta por catálogo y venta de correo)

Canales de distribución

La Actividad de Aprendizaje **AA2. "Estructurar estrategias de negociación y venta de productos o servicios, teniendo en cuenta el mercado objetivo**", permitirá evidenciar el saber adquirido, garantizando el logro de las competencias requeridas mediante la apropiación de conocimientos necesarios para comprender la importancia los modelos negociación, las decisiones de compra, los conflictos que se pueden presentar durante la negociación, los estilos de negociación y la distribución, por lo anterior, es necesario:

- Fortalecer conocimientos a través de la consulta de los Objetos de Aprendizaje (OA) y recursos que se proporcionan en el ambiente virtual.
- Construir y entregar todas las evidencias requeridas para la valoración del instructor.

En plataforma LMS, se encuentra el Objeto de Aprendizaje (OA) para su lectura y comprensión, n él se encuentra la información que permite analizar la conceptualización técnica del presente tema en estudio.

- Objeto de Aprendizaje: **"Procedimiento para definir la estrategia de negociación"**

La revisión de los contenidos propuestos en los recursos educativos (Objeto de Aprendizaje) orientará al aprendiz en el reconocimiento de la negociación, la decisión de compra, los conflictos, la venta y la distribución.

Orientación del Instructor

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje y sus correspondientes evidencias, el instructor orientará la revisión y posterior profundización en los contenidos y recursos didácticos (objetos de aprendizaje, videos, enlaces externos, bibliografía, otros), dispuestos en el ambiente virtual. Igualmente, brindará realimentación oportuna sobre los resultados de aprendizaje esperados y competencias a alcanzar en el desarrollo del tema. Así mismo, el instructor, es el encargado de orientar el proceso formativo mediante explicaciones específicas, aclaración de inquietudes, direccionamiento de actividades, recomendaciones para el aprendizaje y desarrollo de evidencias; fomentando en el aprendiz una cultura de investigación, el respeto a los derechos de autor, la calidad como un valor agregado en la comprensión de los peligros de los productos químicos.

Para el logro del resultado de aprendizaje, el aprendiz realizará las siguientes evidencias:

EVIDENCIA DE DESEMPEÑO

- **EVIDENCIA 1. Foro de discusión "Tipos de negociación"**

Con base en el cuadro comparativo, las consultas en la web y el estudio del material de formación denominado "Procedimiento para definir la estrategia de negociación" participe en el foro temático denominado "Tipos de negociación", contestando las siguientes preguntas:

> *¿Cuál considera es el tipo de negociación aplicable a las Pymes? (Justifique la respuesta)*
> *De los tipos de negociación consultados*
> *¿Cuál o cuáles considera son la(s) adecuada(s) para una pequeña empresa que ofrece servicios turísticos en Bogotá?*

Debe publicar el aporte a través del foro de discusión, con el fin que los demás aprendices conozcan su posición al respecto.

EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO

- **EVIDENCIA 2. Prueba de Conocimiento AA2. "Proceso de venta".** El aprendiz deberá responder el cuestionario de preguntas relacionado con la temática sobre modelos de negociación, decisión de compra, conflictos, ventas y distribución. Para asegurar un excelente desempeño en la prueba, se solicita, antes de su presentación, haber dado lectura al material de estudio.

Los conocimientos que se han adquirido mediante la aplicación de la presente guía son importantes para la apropiación de los conceptos relacionados con la negociación, estrategias de ventas, decisiones de compra, que contribuirán en la estructurar la estrategia de negociación.

Orientación del Instructor

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje y sus correspondientes evidencias, el instructor orientará la revisión y posterior profundización en los contenidos y recursos didácticos (objetos de aprendizaje, videos, enlaces externos, bibliografía, otros), dispuestos en el ambiente virtual. Igualmente, brindará realimentación oportuna sobre los resultados de aprendizaje esperados y competencias a alcanzar en el desarrollo del tema.

Así mismo, el instructor, es el encargado de orientar el proceso formativo mediante explicaciones específicas, aclaración de inquietudes, direccionamiento de actividades, recomendaciones para el aprendizaje y desarrollo de evidencias; fomentando en el aprendiz una cultura de investigación, el respeto a los derechos de autor, la calidad como un valor agregado en la determinación de los tipos de negociación, decisiones de compra, conflictos, estrategias de ventas y distribución.

3.4 Actividades de transferencia de conocimiento

En este momento el aprendiz en formación ha logrado reflexionar, contextualizar y apropiar los conceptos más representativos que le permiten reconocer las diferentes modelos de negociación, decisiones de compra, conflictos, venta y distribución.

Para cumplir con esta evidencia, es importante que haya revisado, leído y comprendido el material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de instructor asignado ingresará a la plataforma LMS y entregará la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

EVIDENCIA DE PRODUCTO

- **EVIDENCIA 3. Video "Estrategia de venta y distribución de un producto seleccionado".** Para mejor comprensión en el desarrollo de la actividad propuesta, es muy importante que se revisen los materiales de estudio e investigar en las referencias bibliográficas sugeridas en esta guía de aprendizaje.

Para la realización de esta actividad de transferencia se solicita desarrollar por medio de un video una estrategia de venta y distribución de un producto y un servicio seleccionado", para ello debe tener en cuenta las siguientes instrucciones.

Inicialmente, debe seleccionar un producto y un servicio de su preferencia.

Instrucciones:
Para el producto:

1. Utilice el tipo de negociación C2C.
2. Tipo de decisión de compra rutinaria.

3. Escoja una estrategia de ventas entre una de las siguientes Venta personal, televenta y venta por catálogo.
4. Defina el canal de distribución.
5. Simule una situación en la cual el cliente reclama que el producto llegó deteriorado.

Para el servicio:

1. Utilice el tipo de negociación B2C
2. Tipo de decisión limitada
3. Escoja una estrategia de ventas entre una de las siguientes Venta directa, E-commerce y venta de correo.
4. Defina el canal de distribución.
5. Simule una situación en la cual el cliente reclama por que no se cumplen las condiciones de la negociación.

Con lo anterior se debe realizar un video no mayor a 6 minutos, donde el aprendiz asumirá el rol de vendedor o persona encargada de realizar la venta del producto y del servicio.

3.5 Actividades de evaluación.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
DE DESEMPEÑO **EVIDENCIA 1.** Foro de discusión "Tipos de negociación"	Aplica las estrategias de venta y negociación, de acuerdo con el tipo de producto o servicio.	Enlace en LMS a Foro de Discusión
DE CONOCIMIENTO **EVIDENCIA 2.** Prueba de Conocimiento AA2. "Proceso de venta".		Enlace en LMS a Cuestionario de preguntas.
DE PRODUCTO **EVIDENCIA 3.** Video "Estrategia de venta y distribución de un producto seleccionado".		Enlace LMS entrega actividad

4. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cliente: Persona que accede a un producto o servicio a cambio de un pago

Consultoras: Persona que se encarga de asesorar una venta

Consumidor: Actor económico que dispone de los recursos materiales y financieros para satisfacer sus necesidades

Comercio: Transacción que se lleva a cabo con el objetivo de comprar o vender un producto o servicio.

Correo electrónico: Servicio que permite el intercambio de mensajes a través de los sistemas de comunicación.

Nicho de mercado: Porción de un segmento de mercado con características y necesidades similares.

Proceso: Actividades vinculadas en forma lógica que se llevan a cabo para obtener un negocio.

Producto: Objeto que se ofrece en un mercado o a un determinado grupo de personas que satisface una necesidad.

Proveedor: Abastece productos a una empresa o persona

Sitio web: Conjunto de archivos electrónicos y páginas web con un tema en particular

Tiendas por departamento: Establecimiento comercial que ofrece variedad de mercancías**.**

Venta: Entregar un bien o servicio a cambio de una retribución económica.

5. BIBLIOGRAFÍA

Chase, L. (2000). *Comercio Electrónico 'Tacticas Probadas para Hacer Negocios en Internet'.* México: LIMUSA.

Del Pozo Raymonnd, V. (2015). EMPRESAS Y LA TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO CASO ECUADOR. *Observatorio Economía Latinoamericana*.

García Bobadilla, L. M. (2007). *Más Ventas.* Madrid: ESIC EDITORIAL.

Naser, A., & Concha, G. (2011). *El Gobierno Electrónico en la Gestión Pública.* Naciones Unidas: CEPAL.

Rayport, J., & Jaworski, B. (2003). *Introducción al Comercio Electrónico.* Mcgraw-Hill/Irwin Series in Marketing.

Reid, A. L. (1980). *Las Técnicas Modernas de Ventas y sus Aplicaciones.* México D.F.: Diana.

6. CONTROL DEL DOCUMENTO

Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Ingrid Criollo García	Experto temático	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información	Noviembre de 2016
Rosa Elvia Quintero Guasca	Asesores Pedagógicos	Centro Industrial de Mantenimiento Integral- CIMI. Regional Santander	
Luis Orlando Beltrán Vargas			