

Herramientas de venta para profesionales de la inserción laboral

Madrid, 15 y 16 de diciembre de 2010
Docente: Rodrigo Prieto D.

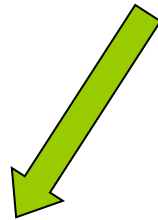


CONTENIDOS

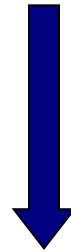
Miércoles 15 de diciembre	Jueves 16 de diciembre
	LOS ARGUMENTOS <ul style="list-style-type: none">•Argumentario•Fortalezas y debilidades•Oportunidades y amenazas
Almuerzo	Almuerzo
LOS ACTORES <ul style="list-style-type: none">•La labor de inserción laboral•El intermediador•El cliente•La comunicación	LOS OBJETIVOS <ul style="list-style-type: none">•Segmentación•Aplicación



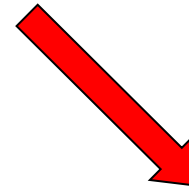
LA INSERCIÓN LABORAL



**Ayuda
personal**



**Recurso
empresarial**



**Ayuda
social**



etapas de...

La Inserción Laboral

- Prospección
- Contacto
- Reunión / Entrevista
- Presentación del servicio
- Gestión de objeciones
- Valoración de la propuesta
- Respuesta
- Gestión de la inserción
- Seguimiento

La Venta

- Pre-acercamiento
- Acercamiento
- Presentación del producto
- Gestión de objeciones
- Cierre
- Seguimiento



LA VENTA (dos visiones)

insistencia
vender sí o sí
aprovechamiento
engaño
confusión

servicio
calidad
comunicación
confianza
empatía



LA VENTA (tarea profesional)

- Planificación
- Estudio del mercado
- Metodología de trabajo
- Eficiencia y eficacia
- Servicio
- Satisfacción del cliente



EL BUEN VENDEDOR

- Autoconfianza y motivación
- Observador
- Sabe preguntar
- Capta la atención
- Transparencia e integridad



EL BUEN VENDEDOR

- Empatía
- Firmeza
- Optimismo
- Escucha activa



EL BUEN VENDEDOR

- **Obtener feedback**
- **Perseverancia**
- **Flexibilidad**
- **Planificación**



TIPOS DE PERSONALIDAD

	Racional	Emocional
Extrovertido	Dominante	Influyente
Introvertido	Consciente	Estable



DOMINANTE

- Orientado al resultado
- Seguro de sí mismo
- Emprendedor
- Controlador



INFLUYENTE

- **Simpático**
- **Empático**
- **Disperso**
- **Enérgico**



ESTABLE

- Tranquilo
- Fiel
- Receptivo
- Equilibrado

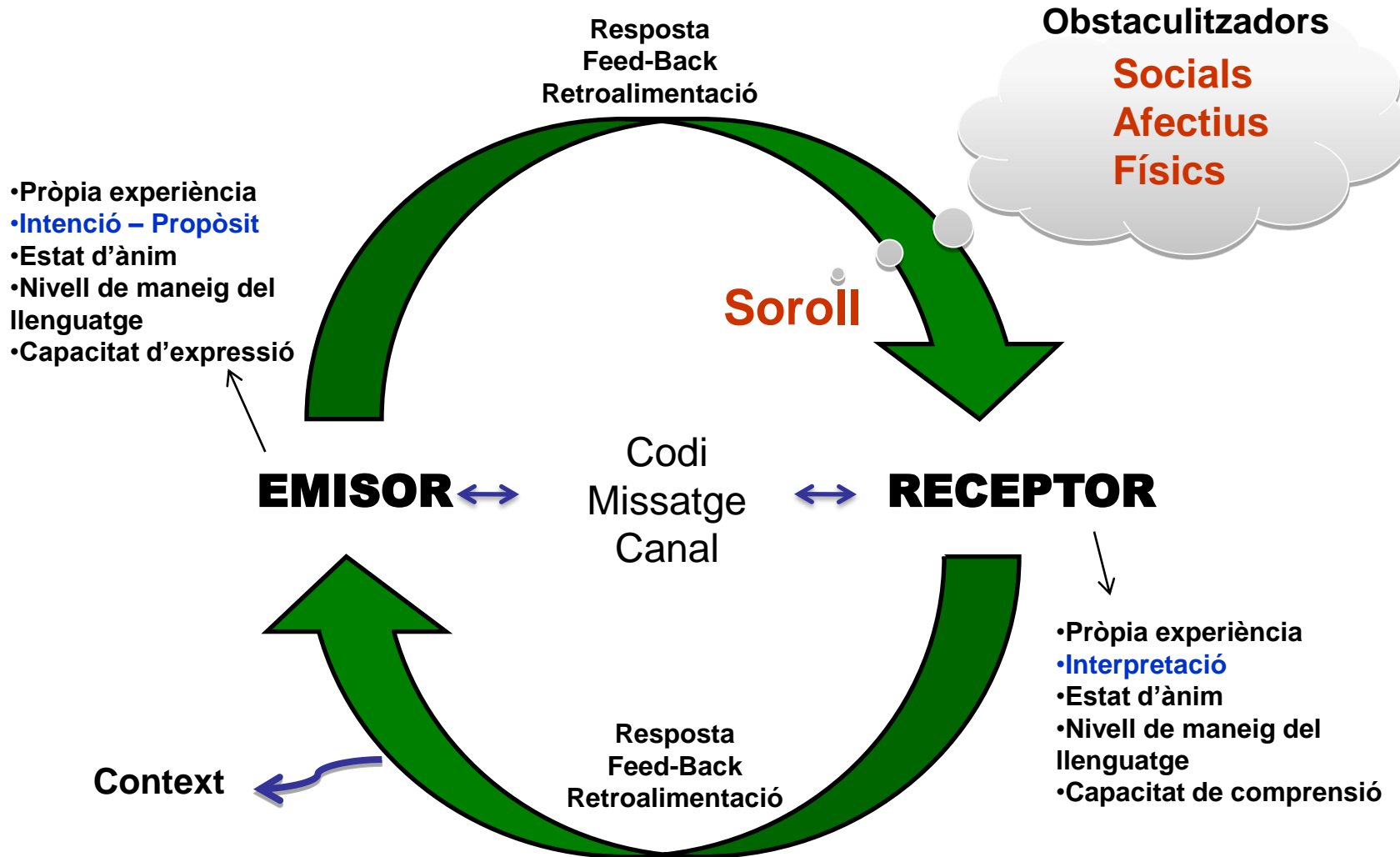


CONSCIENTE

- Analítico
- Cuadrulado
- Poco expresivo
- Escéptico



COMUNICACIÓ



DOMINANTE

**c
o
m
u
n
i
c
a
c
i
ó
n**

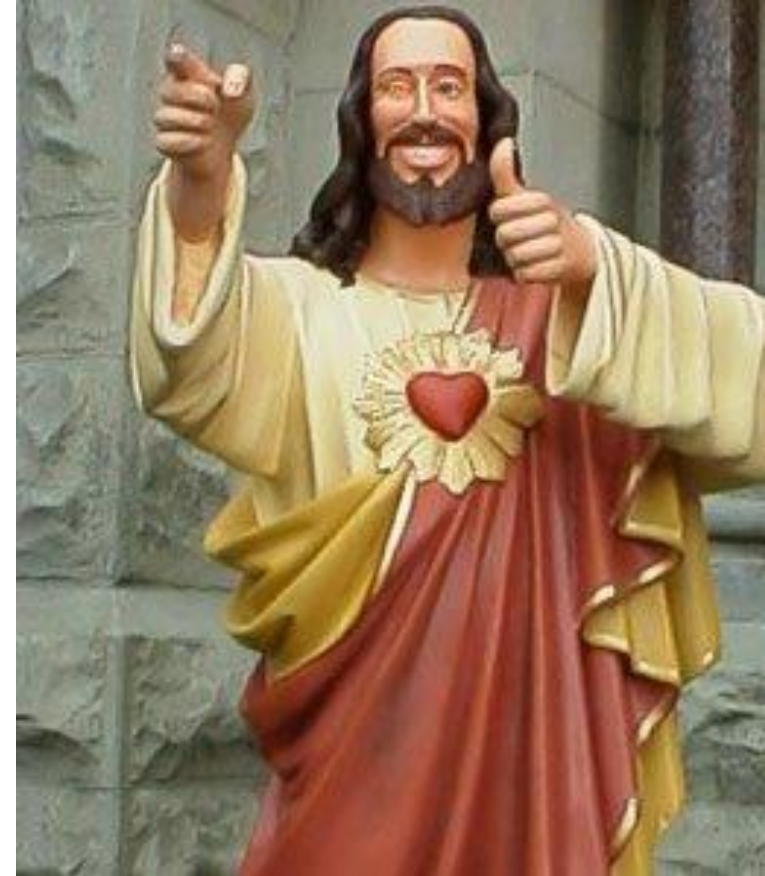
- Ir al grano
- “Enjabonarlo”
- “Tú ganas, yo gano”
- Enfocar por objetivos



INFLUYENTE

**c
o
m
u
n
i
c
a
c
i
ó
n**

- Generar *feeling*
- Escucha activa
- Crear ambiente distendido
- Buscar la opinión



ESTABLE

**c
o
m
u
n
i
c
a
c
i
ó
n**

- Transmitirle el *cómo*
- Generar seguridad
- Explicar el orden
- Fomentar el valor humano



CONSCIENTE

comunicación

- Dar información
- Cuantificar resultados
- Enfocar analíticamente
- No buscar *feeling*



ARGUMENTARIO

Un argumentario es un esquema escrito que se facilita a los vendedores para que convencan al cliente no sólo con razones para la compra, sino con las respuestas oportunas a las posibles objeciones que éste plantee sobre el producto o servicio que se le ofrece.



ARGUMENTARIO

componentes

1

El producto o servicio

2

La empresa o entidad que lo ofrece

3

El mercado al que se dirige



ARGUMENTARIO

tipos

1

Técnico (lógico)

2

Comercial (útil)

3

Publicitario (persuasivo)



ARGUMENTARIO

utilidad

1. Conocer en detalle el producto o servicio que se ofrece.
2. Presentarlo adecuadamente.
3. Organizar el discurso de venta.
4. Resolver las posibles dudas y/u objeciones del cliente.
5. Demostrar que el producto satisface la necesidad del cliente.



ARGUMENTARIO

ficha-producto

1. Nombre
2. Definición
3. Utilidad
4. Público objetivo
5. Necesidades del público
6. Frases gancho
7. Preguntas de sondeo
8. Características técnicas
9. Beneficios para cada uno de los perfiles de público
10. Ventajas e inconvenientes comparado con sus competidores
11. Posibles objeciones
12. Respuestas a las objeciones



DAFO



DAFO

Es una metodología de análisis de una empresa o entidad en relación a sus propias características, así como a las del mercado al que se dirige o el contexto en que se inserta.

Debilidades / **A**menazas / **F**ortalezas / **O**portunidades



DAFO

análisis interno

Debilidades

- ¿Qué se puede mejorar?
- ¿Qué se podría evitar?
- ¿Qué factores internos reducen las ventas o el éxito del proyecto?
- ¿Qué percibe el público como debilidades de la empresa o entidad?

Fortalezas

- ¿Qué ventajas tiene la empresa?
- ¿Qué hace la empresa mejor que cualquier otra?
- ¿Qué factores internos aumentan las ventas o el éxito del proyecto?
- ¿Qué percibe el público como una fortaleza de la empresa o entidad?



DAFO

análisis externo

Amenazas

- ¿A qué obstáculos se enfrenta la empresa?
- ¿Qué están haciendo los competidores?
- ¿Qué factores externos afectan las ventas o el éxito del proyecto?
- ¿La situación política o económica actual afecta negativamente el proyecto?, ¿cómo?

Oportunidades

- ¿A qué buenas oportunidades se enfrenta la empresa?
- ¿Cuáles son las tendencias del mercado?
- ¿Qué cambios tecnológicos están ocurriendo en el mercado?
- ¿Qué cambios políticos y/o legislativos están ocurriendo?
- ¿Qué cambios sociales o de estilos de vida están en marcha?



matriz DAFO

	Fortalezas	Debilidades
Análisis interno	<ul style="list-style-type: none">•Capacidades distintas•Ventajas naturales•Recursos superiores	<ul style="list-style-type: none">•Recursos y capacidades escasas•Resistencia al cambio•Problemas de motivación personal
	Oportunidades	Amenazas
Análisis externo	<ul style="list-style-type: none">•Nuevas tecnologías•Debilitamiento de competidores•Posicionamiento estratégico	<ul style="list-style-type: none">•Altos riesgos•Cambios importantes en el entorno•Fortalecimiento de competidores



matriz DAFO

	Fortalezas	Debilidades
Análisis interno	+ / -	+ / -
	Oportunidades	Amenazas
Análisis externo	+ / -	+ / -



matriz DAFO

	Fortalezas	Debilidades
Análisis interno	Potenciar / Revertir	Potenciar / Revertir
	Oportunidades	Amenazas
Análisis externo	Potenciar / Revertir	Potenciar / Revertir



SEGMENTACIÓN

SEGMENTACIÓN

Dividir el mercado en grupos de características similares, a partir de diferentes criterios.



**Tipo de
cliente**

**Carácter
del cliente**

**Tipo de
empresa**

Ubicación

**Número de
trabajadores**

SEGMENTACIÓN

Valores

**Área de
actividad**

**Manera de
trabajar**



SEGMENTACIÓN

Empresas espejo

UN BUEN COMIENZO...
Buscar empresas con
características similares a
aquellas en las que
hemos tenido éxito



A target with a yellow bullseye and a red outer ring. Two darts with green tips and white fletching are embedded in the bullseye. The word "OBJETIVOS" is written in bold black letters across the center of the target.

OBJETIVOS

OBJETIVO

Propósito firme de realizar o conseguir algún logro, objeto o ganancia en un plazo determinado, poniendo esfuerzo, energía y recursos para lograrlo.



OBJETIVO

Problema

Oportunidad



¿Dónde pongo el acento?

RATIOS

Se llama **RATIO** a los **INDICADORES DE ACTIVIDAD**, que sirven para medir la eficiencia con que utilizamos nuestros recursos y esfuerzos.

100 llamadas → 80 contactos → 10 visitas → 5 interés → 2 éxitos

Incluyen elementos comparativos entre la inversión hecha y los resultados obtenidos: tiempo, personal, recursos materiales y financieros, etc.



OBJETIVO

características

- 1. Redacción positiva**
- 2. Posibilidad de demostración**
- 3. Abarcabilidad**
- 4. Intención positiva**

