



PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA :

“VENTAS CONSULTIVAS CON ENFOQUE EDUCATIVO”

Metodología ICEMÉxico.

Objetivo general: El participante **integrará** los distintos elementos de la venta sistémica educativa partiendo de la detección del servicio o producto educativo ganador, hasta construir los canales de promoción y atracción de clientes potenciales para el mismo con la finalidad de concretar ventas.

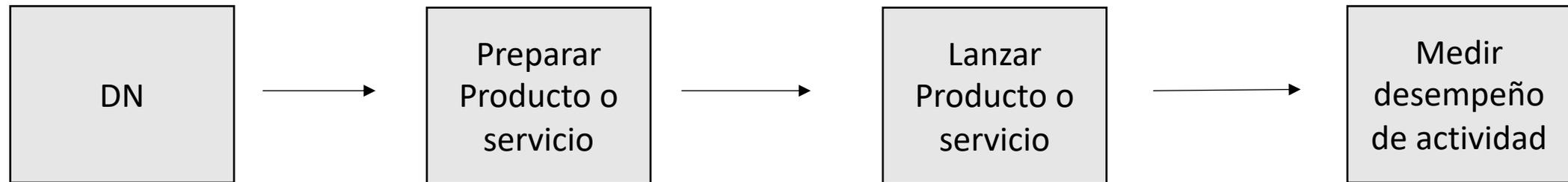
NIVEL TAXONÓMICO 2

Dirigido a: Maestros, capacitadores, formadores, consultores, coaches, entrenadores, conferencistas, dueño de escuelas de cual quiere sector productivo del país.

El siguiente programa formativo se realizara en base al análisis de un producto educativo real De ICEMÉxico, el cual servirá de ejemplo para la integración de la metodología que se expondrá a continuación.

INTRODUCCIÓN AL ENFOQUE DE VENTAS SISTEMICO.

El enfoque de ventas sistémica responde a un serie de procedimiento que detecta, prepara, lanza y mide un producto o servicio al mercado con la finalidad de atraer usuarios.



1. Detectas las características de tu mercado y su entorno.
2. Detectas un producto o servicio ganador
3. Detectas las características de tu cliente ideal

Objetivos comerciales.
El producto o servicio atreves del análisis CVB
Los materiales de promoción y ventas.

Marketing Digital
Redes Sociales
Publicidad
Tráfico
Embudos
Vendedores.
Herramientas de ventas.

Indicadores de mejora



MATERIAL POR ENVIAR:

1. Presentación POWER POINT DE SESIÓN
2. Link del REGISTRO NACIONAL DE EC
3. LECTURA DE REFORZAMIENTO

¿QUÉ TIENES QUE HACER?

- 1-Compartir esta publicación de manera pública
- 2- Iniciar un video en grupo desde tu perfil o grupo
3. Dejar en los comentarios una breve conclusión de lo aprendido.



Objetivo Particular Sesión 1

El participante integrará las características del mercado y su entorno detectará un producto o servicio ganador e identificara las características de un cliente con la finalidad de iniciar la construcción de un producto o servicio educativo.

1. Detectar las características del mercado educativo y su entorno.

Hay tres tipos de contextos de aprendizaje que también se pueden traducir en mercados. :

1. Educación FORMAL : Aprendizaje formal.- Actividad asociada a centros educativos que **forman parte del sistema educativo nacional**. El aprendizaje formal se deriva de un programa organizado **METODOLÓGICO** y estructurado de instrucción. El aprendizaje formal es intencional, desde la perspectiva del que aprende. El aprendizaje de tipo formal **se reconoce generalmente por medio de una cualificación o un certificado oficialmente reconocido**.

2. Educación NO FORMAL:

Tiene lugar cuando una persona sigue un **programa formativo estructurado que no lleva a una certificación oficial** y que puede tomarse dentro de centros educativos, empresas, asociaciones u organismos que no forman necesariamente parte del sistema educativo nacional.

Educación informal .-

El aprendizaje informal es el que se realiza externamente a cualquier oferta educativa o formativa organizadas. Con frecuencia, se asocia a la "experiencia" o al "aprendizaje no intencional" y ocurre durante toda la vida sin que la persona que aprende sea necesariamente consciente del conocimiento o las destrezas que va obteniendo. El aprendizaje informal se deriva de actividades cotidianas, ya sean éstas laborales, familiares o de ocio. **No se encuentra organizado ni estructurado en cuanto a objetivos, tiempo dedicado o soportes de aprendizaje y no da lugar directamente a una certificación oficial.**



2. Detectar un producto o servicio ganador

Que productos dentro del contexto de educación **formal** existen en México:

RVOES: Reconocimientos de Validez Oficial de Estudios.

SNC : Sistema Nacional de competencias.

Que productos dentro del contexto de educación **no formal** existen en México:

CERTIFICACIONES DE MARCA: Maxwell, Jurguen, Cesar Lozano, Diplomados Universitarios

STPS: Registro como capacitador externo y registro de cursos. (Esto tiene reconocimiento)

Que productos dentro del contexto de educación **informal** existen en México:

Cursos, conferencias, videos y tutoriales.



Ventajas de mercado del SNC : Sistema Nacional de competencias.

1. Es un organismo que emana de la Secretaria de educación publica.
 2. El sistema recoge las necesidades educativas profesionales de la industria a través de comités de expertos donde participa, empresarios, expertos y el gobiernos para la creación de estándares de competencia En mas de 30 sectores productivos del país.
 3. Existen mas de Mil estándares de competencia.
 4. Los estándares de competencia están diseñados para describir los conocimientos desempeños actitudes hábitos y valores en funciones especificas que requiere con exactitud un individuo.
 5. El sistema permite a través de un evaluador independiente o centro evaluador evaluarse con fines de lograr obtener Un certificado de competencia avalado por la SEP
 6. El certificado de competencia laboral es la portabilidad oficial de una habilidad profesional o técnica y es reconocida Por la industria y por las dependencias de gobiernos. En muchos casos responde a una necesidad de obligación en Algunos sectores.
- A diferencia de las RVOES acreditarse como centro de evaluación o evaluador independiente es muchísimo mas accesible En precio y requisitos.

[🏠](#) > [CONOCER](#) > **RENEC – Registro Nacional de Estándares de Competencia por Sector Productivo**

RENEC – Registro Nacional de Estándares de Competencia por Sector Productivo

Datos actualizados al día de 07/01/2020

Estándares de Competencia por Sector Productivo		1039 registros 
Código	Título	Comité 
	Sector: Administración Pública (74 Estándares)	
	Sector: Agrícola y Pecuario (66 Estándares)	
	Sector: Agua (20 Estándares)	
	Sector: Automotriz (22 Estándares)	
	Sector: Comercio (28 Estándares)	
	Sector: Comercio Exterior (5 Estándares)	
	Sector: Construcción (71 Estándares)	
	Sector: Cultural (2 Estándares)	
	Sector: Deportivo (22 Estándares)	
	Sector: Educación y Formación de Personas (194 Estándares)	
	Sector: Energía eléctrica (14 Estándares)	
	Sector: Financiero (17 Estándares)	
	Sector: Funciones del Sistema Nacional de Competencias (3 Estándares)	
	Sector: Laboral (3 Estándares)	
	Sector: Logística (13 Estándares)	
	Sector: Maquilas y Manufactura (10 Estándares)	
	Sector: Minería (10 Estándares)	
	Sector: Petróleo y Gas (25 Estándares)	
	Sector: Prendas de Vestir, Textil, Cuero y Calzado (4 Estándares)	
	Sector: Procesamiento de alimentos (4 Estándares)	
	Sector: Químico (3 Estándares)	
	Sector: Seguridad Nacional (15 Estándares)	
	Sector: Seguridad Pública (68 Estándares)	
	Sector: Servicios Profesionales y Técnicos (201 Estándares)	

**I.- Datos Generales**

Código: EC0305 **Título:** Prestación de servicios de atención a clientes

Propósito del Estándar de Competencia:

Servir como referente para la evaluación y certificación de las personas que desempeñan la función de prestación de servicios de atención a clientes, atienden los requerimientos del cliente, gestionan el servicio requerido por el cliente y obtienen la satisfacción del servicio al cliente.

Asimismo, puede ser referente para el desarrollo de programas de capacitación y de formación basados en el Estándar de Competencia (EC).

El presente EC se refiere únicamente a funciones para cuya realización no se requiere por disposición legal, la posesión de un título profesional, por lo que para certificarse en este EC no deberá ser requisito el poseer dicho documento académico.

Descripción del Estándar de Competencia:

El Estándar de Competencia prestación de servicios de atención a clientes contempla las funciones de atender los requerimientos del cliente, identificando el tipo de atención y/o servicio requerido y seleccionando el medio de comunicación por el cual se atenderá al cliente, gestionar el servicio requerido por el cliente, proporcionando la información requerida por el cliente y obtener la satisfacción del servicio al cliente, verificando el grado de satisfacción del cliente y cerrando el servicio requerido del cliente.

También establece los conocimientos teóricos, básicos y prácticos con los que debe contar para realizar un trabajo, así como las actitudes relevantes en su desempeño.

El presente Estándar de Competencia se fundamenta en criterios rectores de legalidad, competitividad, libre acceso, respeto, trabajo digno y responsabilidad social.

Nivel en el Sistema Nacional de Competencias: Dos

Desempeña actividades programadas que, en su mayoría son rutinarias y predecibles. Depende de las instrucciones de un superior. Se coordina con compañeros de trabajo del mismo nivel jerárquico.

Comités de Gestión por Competencia que lo desarrollaron:

- Asociación Mexicana de Capacitación de Personal y Empresarial (AMECAP).
- Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA).
- Sector Turismo.

Fecha de aprobación por el Comité Técnico del CONOCER:
03 de octubre de 2012

Fecha de publicación en el D.O.F:
12 de diciembre de 2012

Periodo de revisión/actualización del EC:
4 años

Tiempo de Vigencia del Certificado de competencia en este EC:
5 años

Ocupaciones relacionadas con este EC de acuerdo al Catálogo Nacional de Ocupaciones:

3. Detectas las características de tu cliente

¿Que mercado es quien compra educación?

El mercado profesional.

El mercado académico.

Razones para educarse

Obligatoriedad

Autorrealización

Características

30 a 60 años de edad

Profesionistas

Intereses en la lectura, motivación, emprendedores, medianas y grandes empresas.



CONCLUSIONES :

Para vender se requiere mas que frases matonas y spech motivacionales. Se requiere de un sistema que Parta del análisis de la necesidad a solventar para tener mayores y mejores resultados.

Tenemos tres tipos de contextos educativos el FORMAL, EL NO FORMAL Y EL INFORMAL el contexto FORMAL es el que tiene mayor demanda en el mercado y mayor necesidad.

Existen acreditaciones que te permiten encontrar tu producto o servicio educativo ganador dentro Del esquema FORMAL con la finalidad de tener una mejor y mayor penetración en el mercado.

Las principales razones por la cual una persona invierte en su educación es por OBLIGATORIEDAD y por AUTOREALIZACIÓN, las dos tienen gran potencial aun que la OBLIGATORÍA seguirá teniendo mayor demanda.

La educación es la herramienta con la cual el ser humano puede transformarse a si mismo



Errores al intentar comercializar o vender educación.

La misión de la existencia de todo producto o servicio deriva de una necesidad real en el entorno, Si el producto o servicio resuelve algo neurálgico para una persona esta estará dispuesta a pagar por ella.

Para que un producto o servicio

Al vender educación debes identificar no solo lo que la gente necesita si no lo que esta dispuesta a pagar.

La mayoría de productos educativos en el mercado fracasan por que no son productos en los que las Personas vean valor.

La obligatoriedad del entorno aumenta la demanda de la educación formal en las personas.

La educación formal genera portabilidad educativa.



PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA :
"VENTAS CONSULTIVAS CON ENFOQUE EDUCATIVO"
Metodología ICEMéxico.

Objetivo Particular Sesión 2: El participante desarticulara un producto educativo en características ventajas y beneficios alineadas a los distintos temperamentos del consumidor.

Dr. Christian Gabriel



(Intro) Una vez que determinamos en base a la demanda y la necesidad en el mercado el producto educativo que vamos a promover, desarticularemos el producto con la finalidad de descubrirlo y saber como presentarlo al Mercado.

(Parte uno) Para realizar el análisis del producto y saber como presentarlo es necesario identificar y clasificar al tipo de producto dentro de un mercado y en base a ellos construir las características ventajas y beneficios de los mismos.

(Parte dos) Las características ventajas y beneficios es la información del producto que debe convertirse y presentarse de cierta forma según sea el temperamento de la persona para lograr el estímulo.

(Conclusión) El proceso de ventas tiene como objetivo estimular a una persona a satisfacer una necesidad adquiriendo un producto o servicio.

El ser humano responde e interpreta estímulos de su entorno según el temperamento que predomine en él.

Si la forma en que la información se presenta al prospecto lo estimula a tomar una decisión entonces obtendrás una venta.



MATERIAL POR ENVIAR:

1. Presentación POWER POINT DE SESIÓN

¿QUÉ TIENES QUE HACER?

- 1-Compartir esta publicación de manera pública
- 2- Iniciar un video en grupo desde tu perfil o grupo
3. Dejar en los comentarios una breve conclusión de lo aprendido.



Características: Son los elementos que describen objetivamente al producto o servicio. Ejemplo: Peso, color, textura, precio, duración, caducidad ETC.

Ventajas: Son las características que se convierten en un diferenciador del producto o servicio. Ejemplo: Precio, calidad, Cantidad, rapidez etc.

Beneficios: Son las soluciones directas a las necesidades del mercado a quien va dirigido el producto o servicio.



**PRODUCTO EDUCATIVO:
CURSO DE FORMACIÓN CON FINES DE CERTIFICACIÓN EN
PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE ATENCIÓN A CLIENTES (EC305)**

CARACTERISTICAS

Duración 25 horas
Inversión: 2500 pesos.
Instructor: Dr. Fulanito DeTal.
Lugar: Hotel el máximo.
Fecha y horario: 10, 11 y 12 de enero.
De 9am- 3pm
Temarios:
Manuales del curso

VENTAJAS

Programa diseñado en base a un Estándar de competencia oficial diseñado por las industrias líderes en tener un alto grado de satisfacción en sus clientes.
Instructor certificado por la SEP
Enfoque educativo por competencias
Garantía de Satisfacción total.
Valor curricular
Registro en RENECE

BENEFICIOS

Adquisición e Implementación de buenas practicas internacionales en atención a clientes partiendo de la atención a los requerimientos del cliente, gestión del servicio requerido y la obtención de la satisfacción total.

Elevar fidelización del cliente
Elevar ingreso promedio por cliente
Elevar impacto y recomendación de marca.
Empodera y fideliza al colaborador
certificación avalada por la SEP.



4 Tipos de Prospectos.

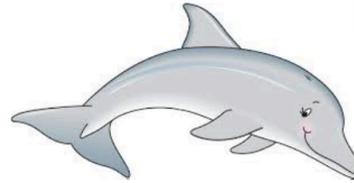


Tiburón (Hablar con decisión y lambisconería)



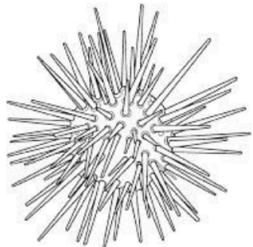
- Decidido
- Obstinado
- Ególatra
- Lider
- Impulsivo
- Oportunista
- Elitista
- Controlador

Delfín (Con emoción)



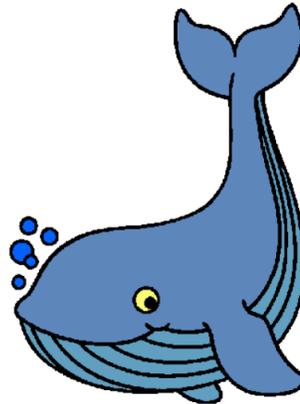
- Amigable
- Escuchador
- Distraído
- Desleal
- Divertido
- Colectivo
- Imaginativo

Erizo (Formalidad)



- Incredulo
- Desconfiado
- Investigador
- Administrador
- Racional
- Rutinario
- Legal

Ballena (nobleza)



- Noble
- Altruista
- Lento
- Leal
- Manipulable
- Temeroso
- Seguidor
- Credulo



PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA :
"VENTAS CONSULTIVAS CON ENFOQUE EDUCATIVO"
Metodología ICEMéxico.

Objetivo Particular Sesión 3: El participante integrara los elementos de un spech ancla y un spech dirigido.

Dr. Christian Gabriel



MATERIAL POR ENVIAR:

1. Presentación POWER POINT DE SESIÓN

¿QUÉ TIENES QUE HACER?

- 1-Compartir esta publicación de manera pública
- 2- Iniciar un video en grupo desde tu perfil o grupo
3. Dejar en los comentarios una breve conclusión de lo aprendido.



El spech es el guion de conversación que desarrollarás con tu cliente potencial con la finalidad de concientizar su necesidad, tensionar su deseo de satisfacerlo y estimularlo a la acción.

Los dos texto estratégicos que hay que preparar son guión ancla y posterior mente el guion específico.

El guion carnada te permitirá lanzarlo con el objetivo de atraer la atención de tus 4 tipos de prospectos Tiburón, delfín Erizo y ballena, es por eso que se construirá con tus mejores ventajas y beneficios redactado de forma que a cualquiera De estos les sea atractivo indagar mas.

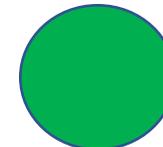
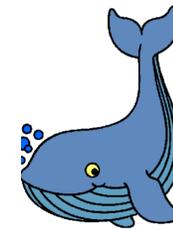
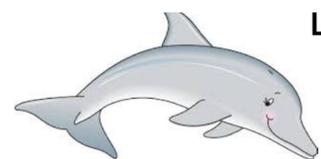
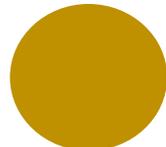
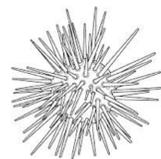
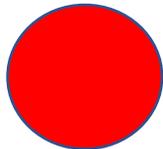
Todo proceso de ventas inicia con la acción estratégica de prospectar (en nuestro ejemplo pescar clientes potenciales) En este ejemplo nos estamos enfocando en el anzuelo y carnada que es el spech que los atraerá para posteriori jalarlos con fuerza con nuestro guion específico. La caña de pescar quien se encarga de lanzar el anzuelo y la carnada será la Herramienta digital que en posteriores clases veremos.

El guion específico se divide en 5 grandes momentos

1. Saludar y establecer los objetivos de la llamada con el cliente
2. Indagar detalles de la necesidad del cliente (aquí es donde detectas que tipo de prospecto es)
3. Presentar a la institución brevemente su fundador y sus logros en el paso del tiempo. (Aquí generas confianza)
4. Presentar ventajas y benéficos alineados a la necesidad detectada y dichas de forma que el temperamento del cliente Comprenda de forma determinante que tu producto o servicio es la solución a su necesidad.
5. Presentarle el cierre parcial o total de la propuesta.

Spech canada

Imagina elevar la fidelización de tus clientes, mejorar el impacto y recomendación de tu marca, **Incrementar tus ganancias** y **satisfacer con totalidad a tus clientes**. **Aprende y certílicate ante la SEP en el estándar EC0305** " Atención a clientes y **muestra a tus clientes y competencia que tus servicios cuentan con las mejores practicas nacionales e internacionales.**





Guion de venta

- 1. Saludar y establecer los objetivos de la llamada con el cliente**
- 2. Indagar detalles de la necesidad del cliente (aquí es donde detectas que tipo de prospecto es)**

Qué tal buenas tardes con: Juan Salgado.

Mucho gusto soy Christian Rios del Instituto de Certificación Empresarial de México tenemos una llamada agendada a esta hora para platicar sobre la certificación ¿En atención a clientes cierto?

Juan la llamada tiene tres objetivos muy precisos la primera es conocerte a ti y a tu proyecto o tu actividad, el segundo que tu conozcas nuestro programa consultivo y propuesta y tercero definir si lo que te planteo da solución a tus necesidades o no-¿Te parece?

-Bien, quiero que me platicues hoy por hoy ¿que es a lo que haces que identificas como necesidad tener a tus clientes satisfechos?

*Cosas a indagar en la platica:

Giro al que se dedica.

Tiempo realizándolo

Metodología que utiliza

Problemáticas que se ha enfrentado por un mal servicio al cliente

Cuenta con certificaciones oficiales o cursos previos



3. Presentar a la institución brevemente su fundador y sus logros en el paso del tiempo. (Aquí generas confianza)

Ahora permítame platicarte quien es ICEMéxico, la realidad Juan es que somos una organización que por 5 años hemos ayudado a mas de 500 empresas a elevar la calidad de sus servicios alineándolos no a metodologías propias he sino a metodologías internacionales comprobadas por la industria y el mercado , nuestro fundador es el Dr. Christian Gabriel Rios un gran emprendedor que hoy por hoy es reconocido internacionalmente por sus a portes a la educación, puedes goglearlo y conocerlo.

¿Vamos bien hasta aquí?



4. Presentar ventajas y beneficios alineados a la necesidad detectada y dichos de forma que el temperamento del cliente comprenda de forma determinante que tu producto o servicio es la solución a su necesidad.

Ahora; Según lo que me platicas tienes un restaurante, mejor que yo tu sabes que este tipo de negocios a parte de comida vende una experiencia y el manejo de esta experiencia hacia tus clientes esta relacionada directamente con tu capital humano que en este caso son tus gerentes capitanes y meceros ¿correcto? . Bueno Juan me gustaría platicarte por que estoy seguro que necesitas que este personal aprenda y se certifique en el Estándar de competencia de atención a clientes El estándar que fue creado por un comité de representantes líderes en las industrias donde la atención a clientes es clave como en tu caso, establecieron los conocimientos, habilidades y actitudes necesarios que un prestador de servicios debe realizar al momento de atender a una persona, teniendo como objetivo que tu caso el gerente, capital o mesero busque a toda costa que tu cliente quede satisfecho después de prestarle el servicio. ¿Estamos de acuerdo? ¿Como vamos a lograr que tu personal integre a sus procedimientos todo este estándar? A través de un curso taller de 25 horas donde un instructor certificado desarrollara la dinámica de aprendizaje exponiendo los conocimientos necesarios, practicando y simulando los desempeños planteado en los estandares y concientizando de las actitudes hábitos y valores que se requieren como persona para lograrlo, una vez terminando el programa se pasa a una evaluación en donde recopilaremos evidencias de este aprendizaje que te sirvan a ti como prueba que tu personal aprendió y para nosotros como evidencia para gestionarles su certificado ante la SEP y CONOCER y así empoderes a tu gente y muestres a tus clientes que cuentas con una ventaja competitiva enorme.



5. Presentarle el cierre parcial o total de la propuesta.

¿Juan me gustaría saber con todo sinceridad si te hizo sentido mi propuesta y si estas interesado en obtener una De las 5 becas que tengo del 50 %?

Si.

Objeción

(Recabar objeción real)

Te parece que hablemos en unos días para ver como podemos ayudarte a resolver tu cuestión?

¿Seria en 3 o 4 días ? ¿por la mañana o por la tarde?

Bien hasta entonces.



Sesión 4

2. Estrategia de atracción de clientes.

El objetivo de una estrategia comercial es crear un mecanismo que entregue un flujo constante de clientes potenciales que a su vez tengan la posibilidad de convertirse en clientes y así generar la gasolina de toda organización que es **el Dinero**.

Toda estrategia comercial debe tener como elemento la mercadotecnia la publicidad y las ventas. Cada uno de estos elementos se tienen que integrar entre si, si bien el objetivo no es darles una catedra de estos temas si tendremos que abordarlos entender y justificar a partir de esos conceptos nuestra estrategia comercial .

- La mercadotecnia es: el análisis de nuestro entorno de mercado es decir, es lo que tenemos que observar de nuestro producto, de nuestra plaza o región, de nuestro precio y de nuestra promoción Las famosas 4 “P”
- La publicidad: es la herramienta creativa con la que comunicarás, difundirás y atraerás clientes a tu oferta de valor derivada del análisis del mercado.
- Las ventas: Es el mecanismo de atención , negociación, cierre y seguimiento de un cliente potencial.

Hablamos de nuestro **MERCADO** presento un análisis de mercado derivado de la experiencia que ha recogido ICEMéxico a lo largo de 5 años con respecto al servicio de certificación de competencias.

1. Nuestro producto esta dirigido a un mercado profesional.
2. Edad 28- 55 años.
3. Sexo: Mujeres y hombres
4. Región: Toda la republica Mexicana.
5. Escolaridad promedio Licenciatura.
6. Intereses: formación, capacitación, negocios, emprendedurismo, viajes al extranjero, universidades, lecturas, coaching, motivación, estilo de vida, desarrollo humano, dinero y superación personal.

Dichos datos nos ayudarán a construir nuestra estrategia publicitaria y de ventas, con la finalidad de crear anuncios y canales con una línea de comunicación llamativa, congruente e interesante para los tipos de intereses de nuestro mercado.

Ahora hablemos un poco de la estrategia **PUBLICITARIA**, es necesario decir que hoy en día el canal más efectivo para mostrar publicidad son los medios digitales, estos vinieron a desplazar a los medios tradicionales que anteriormente eran muy costosos, y mucho mas difícil de desarrollar.

Sin embargo quiero a través de una analogía explicarles cuáles han sido las diferencias entre el marketing digital y el tradicional.

Anteriormente cuando una persona quería abrir una tienda de algún producto, la lógica era rentar un local, en una avenida de preferencia con mucho tráfico, ¿por qué?, entre más tráfico mayor exposición tenía la tienda hacia el público. Ahora ¿qué tenía que tener esa tienda para que ese tráfico pasara y observara los productos? Exacto, muchas tiendas tenían un gran letrero posiblemente con mostradores con vista hacia la calle, una vez que esos mostradores captaban la atención del tráfico ¿Qué sucedía? Los clientes potenciales pasaban dentro de la tienda y solicitaban mayor información al vendedor de la tienda con la finalidad de conocer más, si el vendedor mostraba lo que el cliente potencial quería entonces la tienda realizaba una venta.

¿Qué elementos tenemos indispensables para que se lograra el objetivo de vender en este ejemplo?

Una tienda
Anuncios y aparadores
Tráfico
Vendedor

Ahora, ¿Qué elementos necesitamos para vender digitalmente?

Una tienda
Anuncios
Tráfico
Vendedor.



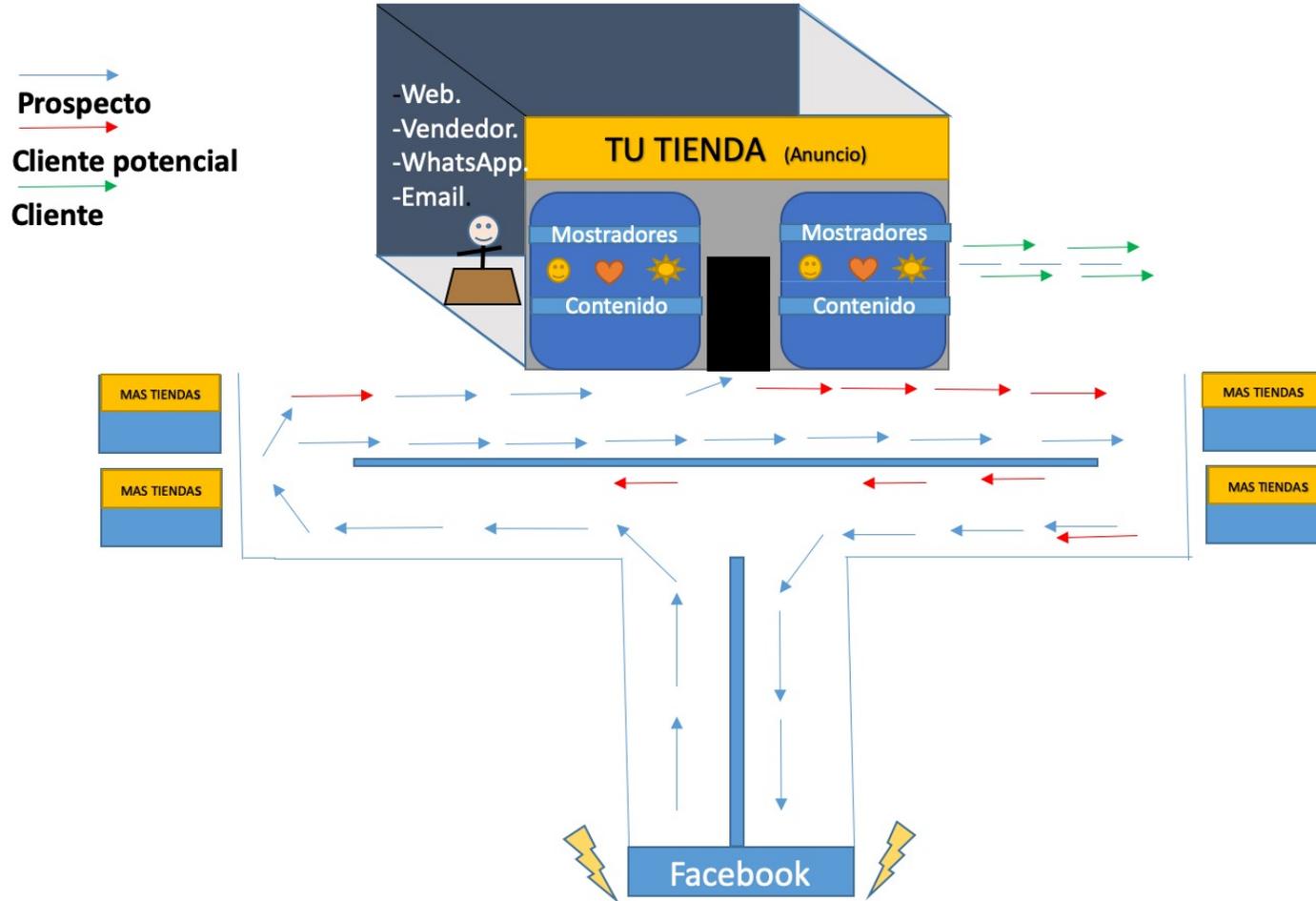
ICEMÉXICO
TRANSFER
Transferencia de Conocimientos Red ICEMéxico
para Centros de Evaluación y evaluadores
Independientes

Si observamos, los elementos siguen siendo los mismos, solo que ahora no necesitamos una tienda física sino virtual, esta tienda se instala en algún espacio de la red. Ahora ¿cómo se genera el tráfico? es decir ¿cómo logramos que las personas pasen por afuera de tu tienda? (¡ojo! por afuera) esto se logra a través del tráfico que Facebook y las redes sociales ya tienen el cual nos da la oportunidad de invertir para aumentarlo. ¿Pero es suficiente tener una tienda virtual en alguna red social o página web para tener ventas?

La respuesta es un rotundo no, es por eso que muchos negocios tienen su tienda virtual pero no venden nada, ¿por qué? Porque aun les faltan varios elementos, como los anuncios que son los que harán voltear a tu tráfico hacia tu tienda, faltan los mostradores donde las personas verán la calidad y características de tus productos o servicios y falta el vendedor que ayudará a tomar una decisión al cliente potencial que decidió entrar a tu tienda.

Precisamente todo este proceso hoy en día con las herramientas digitales es mucho mas fácil lograr, ya que a través de un presupuesto no solo tendrás tráfico pasando por afuera de tu tienda, si no que podrás perfilar el tipo de tráfico que pase por la calle donde esta tu tienda y de esa manera elevar la posibilidad de interés y de ingreso a tu tienda.

Ahora es muy importante que tu tienda dé muestras congruentes de la calidad de productos y servicios que vendes, ya que el tráfico podrá estar pasando pero en cuanto voltee si no encuentra valor, interés y sentido en el contenido que muestras y vendes la persona seguirá su camino sin comprarte.



Ahora entendemos como funciona una tienda virtual, ahora el objetivo es construir una que nos permita vender procesos de certificación.

De entrada entendamos esto, vendemos procesos de certificación, es decir nuestro mercado es un mercado profesional y no estará dispuesto a pagar por este servicio si la tienda donde te promueves no es congruente con lo que vendes. Será esencial el uso de tu imagen.

El paso número uno será armar la tienda y todos su elementos que son:

1. Fan page de Facebook
2. Página Web
3. Número de Whats App
4. Correo Electrónico
5. Terminales Bancarias.

Alguna de ellas son un poco más laboriosas de construir sin embargo hay herramientas profesionales y de bajo costo para diseñarlas.

Página de Facebook

Objetivo de Facebook : Utilizar el tráfico existente de personas segmentadas para atraerlas a nuestra tienda virtual, anunciando y mostrando nuestra oferta de valor. Más adelante te mostraremos cómo lanzar una campaña de publicidad para atraer clientes potenciales.

En el caso de aun no tener una página de Facebook te invitamos a ver el video de respaldo “cómo crear una página de Facebook”

Una vez teniendo la página de Facebook, en qué elementos debemos poner precisa atención.

- 1. Foto de perfil** (Es necesario que la foto de perfil se muestre el logo de la empresa en alta resolución y con un acabado profesional y que cuente con las medidas de tamaño de imagen que establece Facebook en las políticas de publicidad, aquí dejamos un link para que leas y conozcas todas estas políticas)
- 2. Foto de portada** (En esta imagen se requiere una imagen profesional que muestre algún momento de tu servicio)
Recordemos que todas estas imágenes ya son parte de la imagen que el prospecto observará al mirar tu tienda,
- 3. Información**, Facebook tiene un área de información general, busca ahí describir de manera precisa clara e impactante tus servicios domicilios y números de contacto telefónico así como tu página web.
- 4. Contenido** Esta página se estará alimentando constantemente de contenido de valor que tendrás que regalar, con la finalidad de convencer a tus prospectos de que eres experto y profesional en los servicios que das. Esto se puede alimentar de la misma actividad del negocio, testimonios e incluso tutoriales cortos para las personas.
- 5. Anuncios** será el contenido pagado con la intención de iniciar el proceso de venta atrayendo tráfico a un servicio particular.

PÁGINA DE FACEBOOK



The screenshot shows the Facebook profile page for Instituto de Certificación Empresarial ICEM México. The page header includes the name, search bar, and navigation options like 'Inicio', 'Crear', and 'Configuración'. The profile picture is the ICEM México logo. The cover photo shows a person at a desk with the ICEM México logo in the background. The page features a navigation menu on the left with options like 'Inicio', 'Tienda', 'Publicaciones', and 'Servicios'. The main content area includes a post creation box with options for 'En directo', 'Evento', 'Oferta', and 'Empleo'. Below this are sections for 'borradores' and 'vídeos añadidos esta semana'. On the right, there is a 'Enviar mensaje' button and a section titled '¿Qué es ICEM México?' with a brief description and a 'Ver más' link. At the bottom right, there is a response rate indicator and a post from Marlene Zambrano Dominguez.

Instituto de Certificación Empresarial ICEM México
@icemexico

Inicio
Tienda
Publicaciones
Información
Servicios
Fotos
Vídeos
Eventos
Comunidad
Empleos
Promocionar
Administrar promociones

Te gusta | Siguiendo | Compartir

Crear | En directo | Evento | Oferta | Empleo

Escribe una publicación...

Foto/vídeo | Recibir mens... | Sentimiento/...

20 borradores
Último borrador modificado el Miércoles, 15 de mayo de 2019 a las 15:03. Lee los borradores.

0 vídeos añadidos esta semana que puedes usar en varias publicaciones. Ver vídeo.
1 vídeo disponible que puedes usar en varias publicaciones. Ver vídeo.

Promociona una publicación de Instagram
Llega a más personas y consigue más reacciones, comentarios y contenido

Llegar a personas que están cerca
Establece tu ubicación y llega a los clientes en tu zona

Enviar mensaje

¿Qué es ICEM México?
ICEMéxico es una consultora de capacitación y certificación acreditada por la SEP, STPS y UTFV para ...
Ver más

Índice de respuesta: 85 %; tiempo de respuesta: 7 hora(s)
Responde antes para activar la insignia

147 mil Me gusta +166 esta semana
Marlene Zambrano Dominguez y 141 amigos más

147 mil seguidores



Sesión 5

Objetivo Particular: Integrar elementos para construir anuncios y contenidos a tu tienda digital.

TIPOS DE CONTENIDO



Instituto de Certificación Empresarial ICEM México
Publicado por Miguel Angel [?] · 16 horas · 🌐

La buena comunicación hace cada vez más eficiente la administración de cualquier organización, pues la armonizada marcha de los grupos está en función de la información que posean acerca de los motivos que los mueven como tales. Si quieres saber más sobre la comunicación empresarial sigue nuestra transmisión este martes a punto de las 7:00 pm con nuestro experto Iván Ramírez impartiendo el tema "La importancia de los códigos en las comunicaciones de las organizaciones" Acompáñalo e interactúa con él, recuerda que puedes ganarte una beca del 100% para uno de nuestros cursos.

Martes
20 de Agosto
en punto a las 7:00 pm
Iván Ramírez
Psicólogo Clínico con experiencia comunitaria.

f LIVE

" La importancia de los códigos en la comunicación de las organizaciones"

ICEM México
INSTITUTO DE CERTIFICACIÓN
EMPRESARIAL DE MÉXICO



Instituto de Certificación Empresarial ICEM México
Publicado por Miguel Angel [?] · 18 horas · 🌐

Para ver la clase completa da click aqui: <https://youtu.be/4QJbDoOCBjw>

DESARROLLO DE HABILIDADES

VS EDUCACIÓN TRADICIONAL

ICEM México
INSTITUTO DE CERTIFICACIÓN
EMPRESARIAL DE MÉXICO

Facebook interface showing a video post from Instituto de Certificación Empresarial ICEMéxico. The video features a man (Dr. Christian G Ríos) speaking, with a text overlay: **MASTERCLASS. TEMA: REDACCIÓN DE OBJETIVOS** and **INTRO. CHRISTIAN G RÍOS**.

Master Class: "Como diseñar Cursos exitosos"Parte 1

Instituto de Certificación Empresarial ICEMéxico
hace 5 meses aproximadamente ·

MASTER CLASS BY ICEMéxico con el Dr. Christian G Ríos. Te invitamos el próximo Domingo 8 pm (Hora centro de México) a una clase maestra gratuita con duración de una hora donde se expondrá una metodología efectiva para iniciar a diseñar cursos de formación humana exitosos. Dirigido a: Interesados en la educación de México, educadores, instructores, conferencistas, servidores públicos y capacitadores. Si quieres ser parte de esta experiencia educativa dale clic en recibir recordatorio.

10,527 Personas alcanzadas | 1,801 Interacciones | Promocionar publicación

49 Reacciones | 48 veces compartido | 2.4 mil reproducciones

Me gusta | Comentar | Compartir

Comentarios | Siguiente

Desarrollo de habilidades vs educación tradicional
Instituto de Certificación...
1 mil reproducciones

"El Negocio de la educación"
Instituto de Certificación...
40 mil reproducciones

ICEMéxico Red de prestadores de Servicios.
Instituto de Certificación...
14 mil reproducciones

EC0217 y EC0301
Instituto de Certificación...



TIPO DE ANUNCIOS

 **Instituto de Certificación Empresarial ICEMéxico**
Publicidad · 🌐

¡ATENCIÓN QUERÉTARO! Obtén una doble certificación avalada por la SEP y CONOCER en Ejecuciones de Sesiones de Coaching y Facilitación de sesiones de Coaching Transformacional. Para información y becas del 50% manda whatsapp dando click aquí: <http://bit.ly/QRO204> o envíanos tus datos dando click en "mas información"
<https://www.icemexico.com/queretaroec0204>



[HTTPS://WWW.ICEMEXICO.COM/QUERETAROE0204](https://www.icemexico.com/queretaroec0204)

Doble Certificación en Ejecución de Sesiones y Facilitación de Sesiones de Coaching Transformacional Más información

Da click en más información y obtén una beca del 50%

👍❤️👍 174 23 comentarios 36 veces compartido
409 mil reproducciones

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

 **Instituto de Certificación Empresarial ICEMéxico**
Publicidad · 🌐

¡ATENCIÓN TOLUCA, OBTEN DOS CERTIFICACIONES! avaladas por la SEP y CONOCER con especialidad en diseño e impartición de cursos empresariales y humanos. Obtén un documento oficial que respalde tus competencias laborales. Envía WhatsApp dando click aquí <http://bit.ly/217Toluca> y obtén una beca del 50%. Llama ahora al 01-800-890-55-33 o da click para mas info: <https://www.icemexico.com/toluca-ec0217>



[HTTPS://WWW.ICEMEXICO.COM/TOLUCA-EC0217](https://www.icemexico.com/toluca-ec0217)

Obtén un documento oficial que acredite tus competencias laborales. Más información

👍❤️👍 333 42 comentarios 84 veces compartido
50 mil reproducciones

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

La página web

Objetivo: A diferencia del Facebook la página web no será quien anuncie y muestre desde un aparador lo que vendemos, al contrario la página web será el interior de la tienda, donde se muestra con más precisión la información y sobre todo dónde se encuentra el vendedor listo para enamorarlo y tomarle sus datos.

La página web tiene que ser construida por un diseñador pero ¡ojo!, ya no es necesario programarlas, ya que existen plataformas como WIX.com que te permiten construir de manera rápida y económica tu sitio, y pagar el dominio de el www de manera sencilla. Sin embargo si no tienes nociones de diseño no podrás garantizar que tu página cuente con la armonía visual y de calidad que requiere. Acuérdate esta es la parte de adentro de tu tienda.

La página web debe contar por lo menos con 2 espacios principales.

1. Página de inicio donde se expone tu Portafolio de Servicios y video corporativo máximo un minuto.
2. Página de aterrizaje donde dirigirás al cliente potencial una vez que este se interese por mas información desde la plataforma de Facebook. (Recordemos que la WEB es la parte interna de nuestra tienda virtual) En este espacio se detallará información acerca del producto o servicio específico que vengas promocionando desde Facebook.

www.icemexico.com



Introducción

El Instituto de Certificación Empresarial de México por sus siglas **ICEMéxico**, nació en el año 2014 acompañado de su fundador el **Dr. Christian Gabriel Ríos**. La misión que en ese entonces tendría el instituto sería el desarrollar competencias profesionales con el fin de **dignificar al capital humano de México** a través de la formación y certificación con base en estándares de competencia planteándose el reto de **convertirse en el Centro de Evaluación de Competencias más importante de México** adherido al **CONOCER**.

Durante 5 años el Instituto logro capacitar en mejores prácticas Nacionales e Internacionales a más de 25 mil personas en el área de **Consultoría, Formación y Desarrollo Humano** logrando ser reconocido nacional e internacionalmente como **líderes del mercado**, desplegando sedes en prácticamente toda la república Mexicana. Su alto impacto y el alcance de su misión y visión lo ha llevado a dejar la operación como centro y **transformarse por invitación del CONOCER** en un **Organismo de certificación** con la finalidad ahora de construir una red de Centros de Evaluación bajo las mismas prácticas estructurales pero con especialidad en distintos sectores productivos.

La misión ahora del Instituto es **construir y acreditar redes educativas, programas educativos y competencias profesionales desde el saber, saber hacer y saber ser, con el fin de certificar al capital humano en Latinoamérica** y así tener la visión de ser el sistema educativo en red con mayor impacto y pertinencia en Latinoamérica. Creemos que este nuevo reto solo será posible si logramos construir un red de empresas profesionales que estemos dispuestas a trabajar en equipo.

El portafolio de servicios con el que se especializa ICEMéxico cuenta de tres ramas principales.

- La formación de consultores educativos a través de certificaciones en distintos estándares como:
 - EC0217** Impartición de cursos de formación de capital humano de manera presencial grupal.
 - EC0301** Diseño de cursos de formación de capital humano sus instrumentos y manuales del curso
 - EC0249** Proporcionar Servicios de consultoría general
 - EC0204** Ejecución de sesiones de Coaching
 - EC0234** Coaching transformacional.
 - EC0076** Evaluación con base en estándares de competencia.
- Acreditación a empresas e instituciones como centros de evaluación autorizados en los programas como:
 - Sistema Nacional de Competencias (**CONOCER**)
 - ECT Internacional** Perfil de puesto y competencias transversales.
 - Microsoft**
 - PROCAF**, Programa de formación con valor curricular.
 - Consultoría** en intervención educativa, (empresarial y gubernamental)

Comunícate por WhatsApp da click aquí:

Certificación avalada por la Secretaría de Educación Pública.

Lugar: **INSTALACIONES ICÉMEXICO QUERETARO** Ubicado en Paseo de la Independencia #6 Col. Panorámica. Corregidora, Querétaro.

INSTRUCTOR: Lic. Laura Elena Romo Villareal.

La inversión es de \$11,800 pesos, con el Apoyo de Beca del 50% \$5,900 pesos.

PRECIOS POR PROMOCIÓN.

Inscripción \$500
\$5,900 realizando inscripción antes del 15 de Agosto.
\$6,500 realizando inscripción antes del 22 de Agosto.

El costo es pagando en efectivo, aplica sólo a los primero 20 procesos de inscripción que se confirmen.

Nota. Solo se podrá solicitar su factura en los próximos 8 días hábiles concluidos el curso y se facturarán los pagos realizados en el mes en el que estos se realicen.

De confirmar tu participación, te pediremos que nos lo indiques por este medio para enviarte la hoja de Inscripción y las indicaciones necesarias.

(LA BECA Y EL CUPO ES LIMITADO, aplica sólo a los primero 20 procesos de inscripción que se confirmen).

Con gusto te atenderemos en:

Tel: 01-800-890-5533 ó en

Correo: queretaro@icemexico.com

¿QUÉ ES UN CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIA?

C&D es un Centro Evaluador acreditado por un organismo certificador y registrado ante el CONOCER para realizar la función de evaluar competencias laborales en las personas en base a normas técnicas de competencia laboral registradas ante la SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA.

¿PARA QUÉ ME SIRVE Y CÓMO PUEDO CERTIFICARME?

Al certificarte estás contribuyendo a mejorar tu desarrollo personal y profesional: te conviertes en un trabajador con mayores oportunidades para competir en un mercado laboral exigente y complejo pues cada día son más las empresas de nuestro país que requieren trabajadores con experiencias, saberes, habilidades y destrezas certificadas, capaces de cumplir exitosamente con las funciones que se les encomienda. Un Certificado de Competencia reconoce el saber hacer de una persona independientemente de la forma en que se haya adquirido el saber, el saber hacer y el ser. El Certificado de Competencia es un documento oficial donde se acredita a una persona como competente de acuerdo a lo establecido en un Estándar de Competencia, y se encuentra en el Registro Nacional de Estándares de competencia.



¿Qué es la certificación de las competencias?

Es el reconocimiento oficial de que cuentas con los conocimientos, habilidades y actitudes para desarrollar una actividad laboral de acuerdo a un estándar de competencia.

carta conocer

El certificado que expide tiene valor a nivel nacio...

1/1

Únete a nuestra lista de correo

☐ Dirección de email

Suscríbete ahora

El WhatsApp :

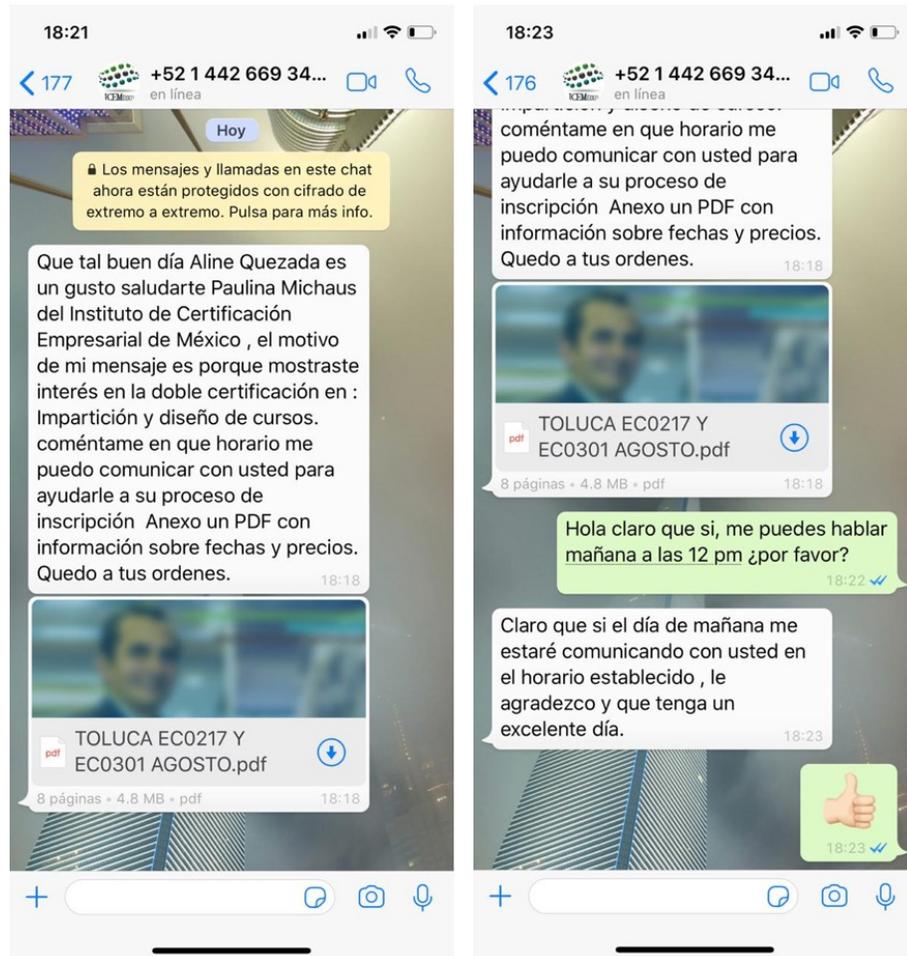
Esta herramienta será el canal de comunicación, hoy en día a las personas se les hace más fácil atender a sus contactos por estos medios.

El objetivo de este canal es lograr tener el **primer contacto** con el cliente potencial que entró a tu tienda y dejó sus datos para ser contactado. Aquí podrás contactar con la intención de agendar una cita de llamada.

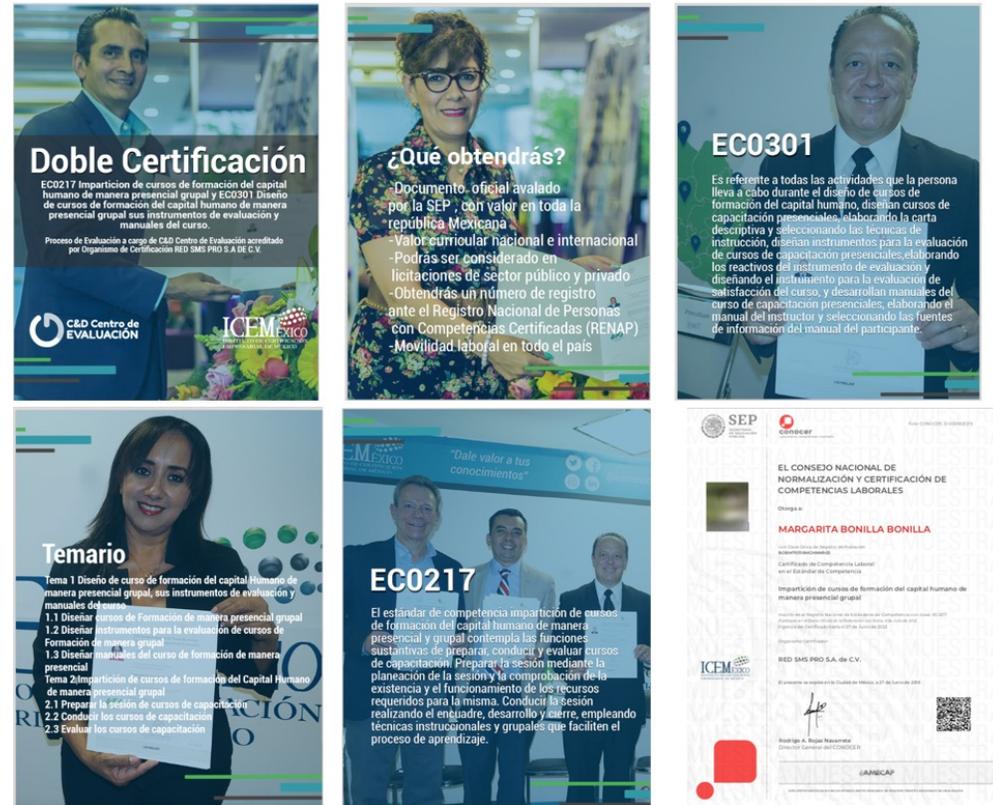
El paquete de información que debes tener listo para enviar por este medio es:

1. Speech de saludo.
2. Multipost informativo
3. Invitación para agendar llamada.

Conversación WhatsApp



PDF Enviado por WhatsApp





Sesión 6

El WhatsApp :

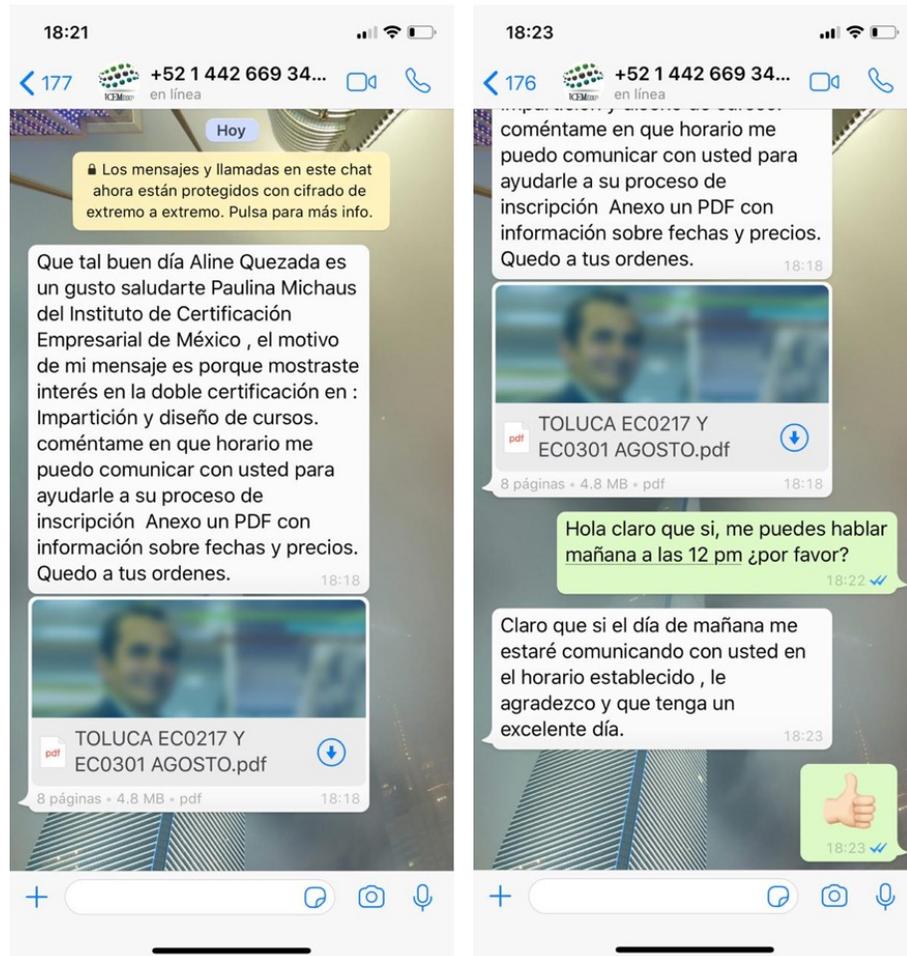
Esta herramienta será el canal de comunicación, hoy en día a las personas se les hace más fácil atender a sus contactos por estos medios.

El objetivo de este canal es lograr tener el **primer contacto** con el cliente potencial que entró a tu tienda y dejó sus datos para ser contactado. Aquí podrás contactar con la intención de agendar una cita de llamada.

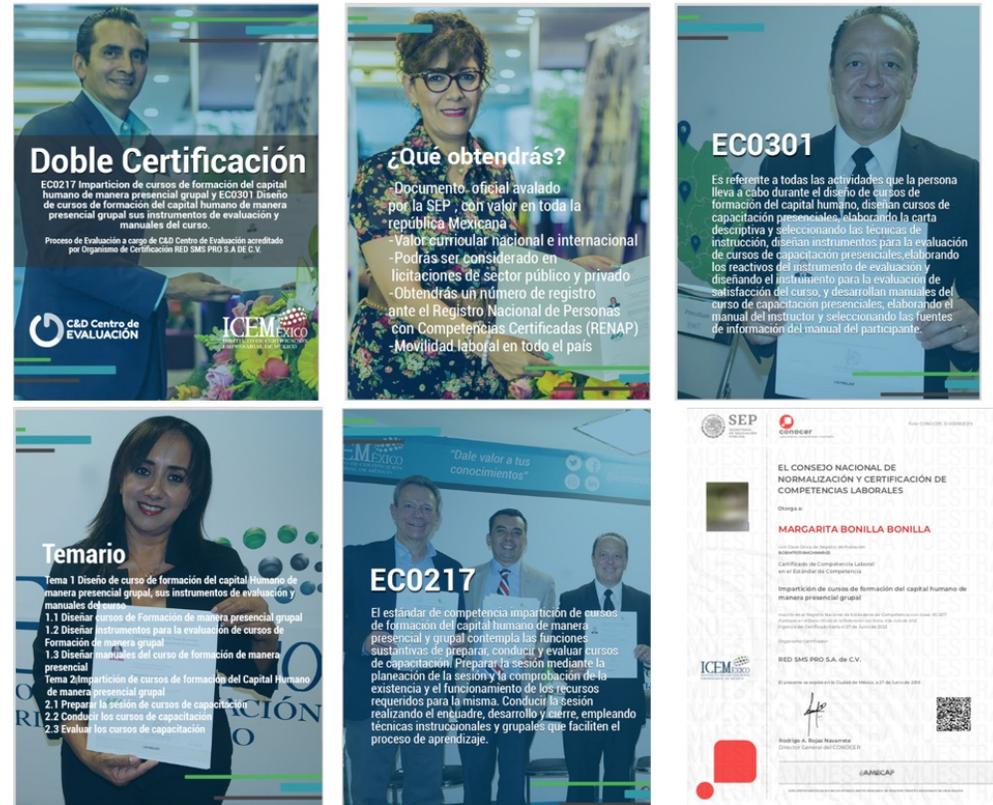
El paquete de información que debes tener listo para enviar por este medio es:

1. Speech de saludo.
2. Multipost informativo
3. Invitación para agendar llamada.

Conversación WhatsApp



PDF Enviado por WhatsApp



Correo electrónico: Será el medio de comunicación formal y oficial, una vez que la persona haya tenido contacto telefónico con el vendedor, por este medio se le enviará la información precisa de nuestros servicios así como también promociones y contenido.


**¡GRAN OPORTUNIDAD!
DE CERTIFICACIÓN**

Logra lo que muy poca gente ha podido, obtén la certificación acreditando los estándares de competencia EC0204 "Ejecución de Sesiones de Coaching" y EC0234 "Ejecución de Sesiones de Coaching Transformacional". Certificación avalada por la SEP y CONOCER.



SOLO 06 BECAS 50% DISPONIBLES

Los días **MIÉRTES 27 AL JUEVES 28 de AGOSTO** de **17:00 hrs a 22:00 hrs** se llevarán a cabo los procesos de certificación con fines de Certificación que estarán a cargo del Centro de Evaluación C, en la **Ciudad de Querétaro**.

Proceso de Evaluación con fines de Certificación y costos es el siguiente:

- Alineación con fines de certificación de 15 horas. (Viene incluida **sin costo adicional**, No es obligatorio la asistencia)
- Asesoría personal de 2 horas aproximadamente (Viene incluida **sin costo adicional**, No es obligatoria)
- Evaluación (Viene incluida **con el costo de \$5,900 pesos**. Para obtener la certificación es necesario obtener el juicio de "Competente")
- Emisión de Certificado Oficial (Costo por emisión de certificado en caso de obtener la competencia \$890 pesos c/u)

PROMOCIÓN \$3,900
A LOS PRIMERO 10 PARTICIPANTES

Comunicate por WhatsApp
dando click aquí:

- La alineación con fines de Certificación incluye:
- Alineación con fines de certificación de 20 horas. (Viene incluida sin costo adicional, No es obligatorio la asistencia)
 - Coffee Break
 - Manual del Participante
 - Asesoría personal (la asesoría se solicita a tu instructor una vez concluida la alineación)



Entra en tu cuenta de facebook y **dale un vistazo** a nuestra **clase muestra** presencial, conoce como se lleva a cabo las alineaciones presenciales con fines de certificación, las cuales cuentan con la mas alta calidad, capacítate con la marca de referencia en el sector y con instructores especializados. **También puedes verlo directamente en este correo dando play al siguiente video.**

Click para ver Clase
Muestra

El alineación con fines de certificación esta dividida en 3 partes fundamentales de acuerdo al estándar de competencia vigente.

- Preparar Sesiones de Coaching
- Facilitar Sesiones de Coaching
- Evaluar Sesiones de Coaching

Esto esta alineado bajo el enfoque por competencias (Saber, saber hacer y saber ser) Dentro del curso los temas que se ven son:

VENDEDOR: Es el encargado de contactar al cliente potencial a través de el WhatsApp, Email y llamada telefónica que arrojo nuestra campaña de publicidad, este tiene que Contar con las siguientes herramientas.

1. Guion de ventas telefónicas.
2. Guion y multipost de WhatsApp.
3. Herramientas de cierre. (Terminales bancarias) (Números de cuenta)
4. Teléfono celular con WhatsApp
5. Correo Electrónico Institucional.

*Es importante el que líder comercial labore 8 horas diarias.

Ejemplo de Guion de ventas

PROTOCOLO DE LLAMADA

Buen día mi nombre es _____ Me comunico del CENTRO EVALUADOR

Tengo el gusto con _____

Gracias por tomar mi llamada...

Le saludo con gusto esperando que se encuentre bien, el motivo de mi llamada es porque a través de redes sociales no hizo saber que está interesada en certificarse ante la secretaria de educación pública en el estándar de competencia _____

Tendrá un momento para brindarle mas información.

En (Nombre del centro) estamos acercándonos a profesionales como usted, que esta buscando obtener una ventaja competitiva a diferencia de otros y profesionalizar su actividad.

Permitame comentarle que en el Centro evaluador (nombre del centro) pertenece a la red de prestadores de servicios a nivel nacional más importante de México, la cual ha atendido a más de 30 mil personas ayudándolos a alcanzar esta meta profesional

Sr.

¿Usted a que se dedica?

¿Por qué le interesa certificarse?

¿Cuenta con alguna certificación?

¿Qué problema se le a presentado al no estar certificado?

¿Ha perdido licitaciones u oportunidades de trabajo por no estar certificado?

Me gustaría ofrecerle una beca del 50 % para iniciar su proceso de certificación esta promoción la tengo hasta el día viernes por lo cual me gustaría saber si le interesaría iniciar su proceso, por lo pronto tengo dos fechas próximas esta semana del _ al _ o bien la que entra del _ al _.

Preguntas frecuentes:

¿En que consiste el proceso de certificación?

El proceso consta de 3 etapas la primera es una alineación y asesoría de _ horas donde le mostraremos las especificaciones del estándar y se las enseñaremos para que usted en una segunda etapa presente su evaluación y posterior mente una vez dictaminada competente gestionemos su certificado.

¿Que tiempo se lleva el proceso?

El proceso de alineación y evaluación puede hacerse tan rápido como usted lo necesité, la gestión del certificado hasta que llega tarda hasta 30 días hábiles.

¿Qué fechas tienen próximas?

Las fechas próximas para iniciar el proceso es la próxima semana del _ al _ en tales horas o una semana después los días _ en horarios _ es necesario decirle que nuestra atención es muy personalizada, por lo cual se integrara a pequeños grupos de máximo 5 personas para darle seguimiento a su proceso.

¿Qué pasa si no logro la competencia?

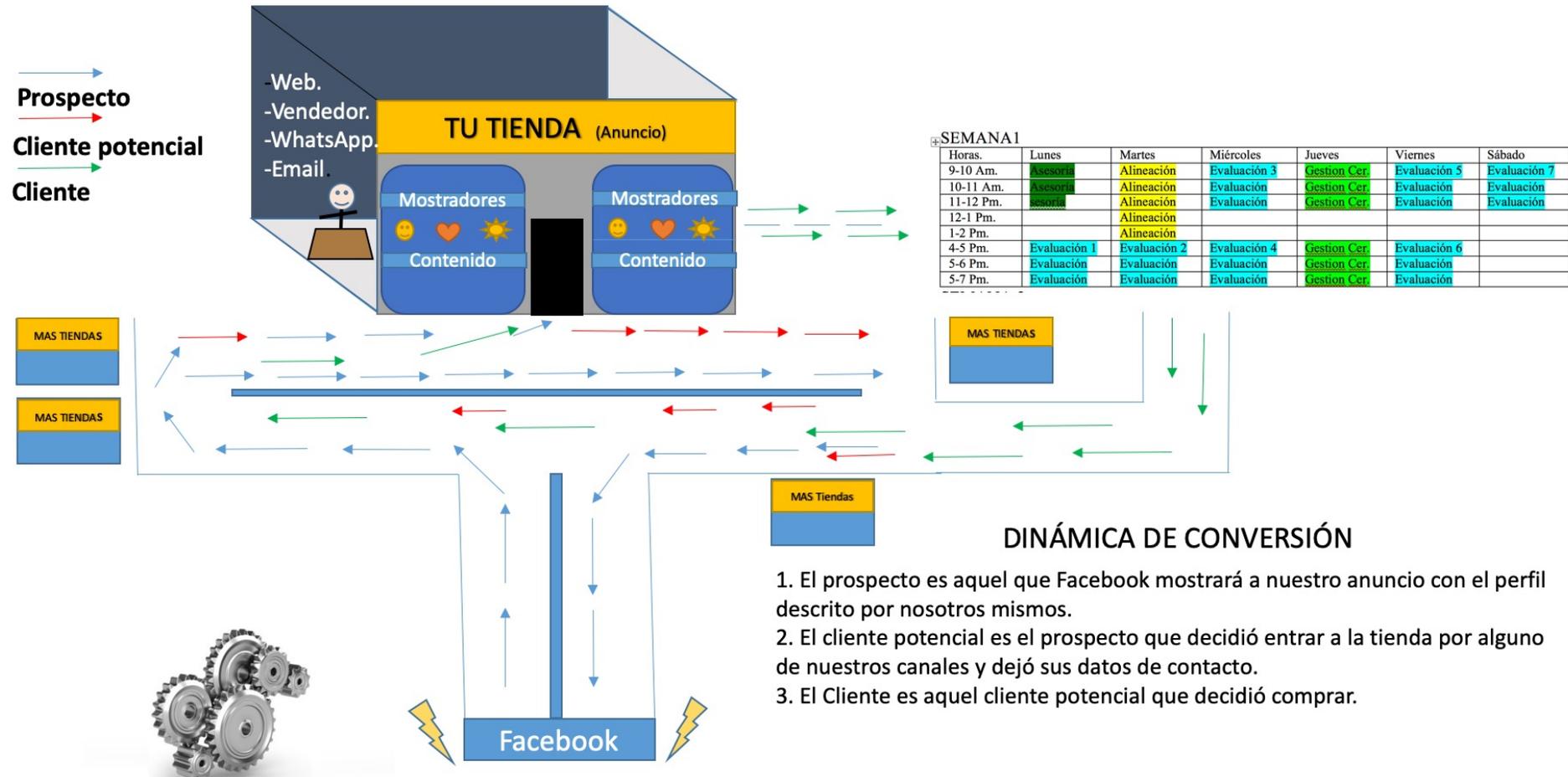
Nuestro servicio de alineación y asesoría le brindara todo el apoyo para que usted llegue bien preparada a su evaluación.

BENEFICIOS A DOMINAR:

- La certificación hace constar que usted es una persona competente en esa función.
- La certificación está avalada por la SEP
- El estándar en el cual se basa la certificación fue creado por expertos nacionales e internacionales.
- Prendera mejores prácticas relacionadas al estándar, durante su alineación.

Necesitaría apartar su lugar con 500 pesos y el resto lo puede pagar el día que inicie su alineación, por ahora tengo un par de becas del 50 % per gustaría asignarla a usted, cuando me enviaría el ¿pago hoy o mañana?

(Si la persona se niega por cualquier objeción trata de solventarla) si no lo logras despidete, solicitando su autorización para seguir de manera respetuosa en contacto enviándole contenido de aprendizaje promociones y nuevas oportunidades. La persona no, te dijo que no te dijo que todavía no.



RESUMEN DE ACCIONES ESTRATEGICAS

1. Arma tu maquinaria comercial con todos los elementos descritos

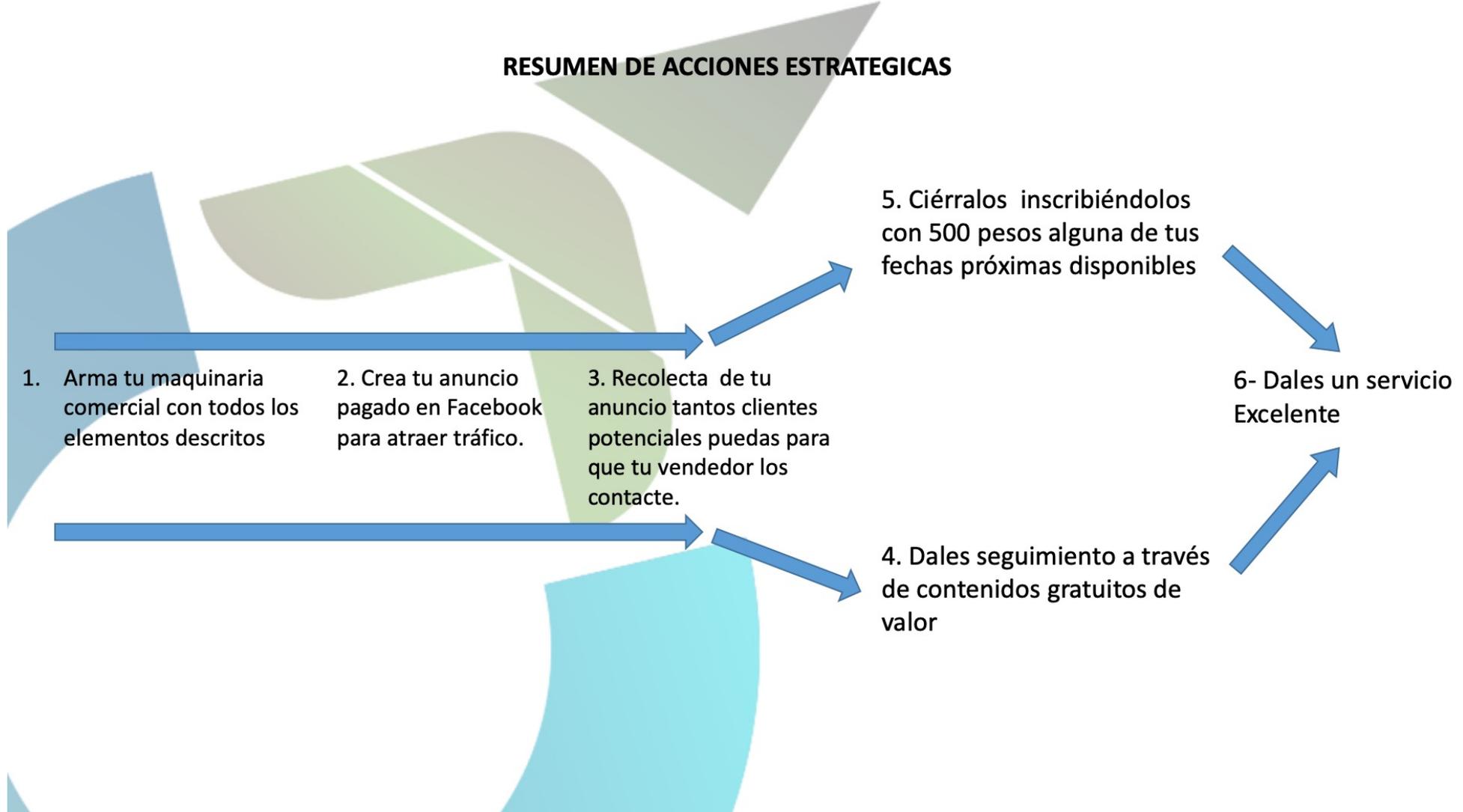
2. Crea tu anuncio pagado en Facebook para atraer tráfico.

3. Recolecta de tu anuncio tantos clientes potenciales puedas para que tu vendedor los contacte.

5. Ciérralos inscribiéndolos con 500 pesos alguna de tus fechas próximas disponibles

4. Dales seguimiento a través de contenidos gratuitos de valor

6- Dales un servicio Excelente



CONCLUSIONES DE LA MAQUINARIA COMERCIAL .

-Todo inicia en el momento en que activas una campaña publicitaria desde Facebook con el fin de atraer clientes potenciales a tu tienda, dicha campaña empezará a desviar tráfico hacia tu tienda con un perfil de prospecto por las características de tu mercado.

-Facebook mostrará tus anuncios con la finalidad de que el prospecto decida entrar a tu tienda y observe un poco más, si tu prospecto entra a tu tienda entonces de manera automática el prospecto se convertirá en cliente potencial, que significa que entró, le interesó, dejó sus datos para seguir en contacto contigo y recibir nuevas invitaciones para mostrarle tu contenido y propuesta de valor y cliente es aquel que decidió comprar después de todo el proceso.

-Es necesario decir que la maquinaria te dejara muchos más clientes potenciales que clientes, y es algo absolutamente normal, sin embargo ahora cada cliente potencial que tengas en tu base de datos será un activo real para tu compañía, ya que con un buen seguimiento y demostrándole que eres el experto y tu oferta de valor sobrepasa a los demás, será cuestión de tiempo que ese cliente potencial compre.



PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA :
"VENTAS CONSULTIVAS CON ENFOQUE EDUCATIVO"
Metodología ICEMéxico.

Objetivo particular Sesión 7: El participante integrará los elementos de el manejo de objeciones y cierre de ventas.

Dr. Christian Gabriel



Manejo de objeciones y cierre parciales

El manejo de objeciones es una situación en la que un asesor comercial se enfrentará en el 99% de los clientes potenciales. Puedes convertir este momento en tu herramienta para cerrar o en el momento para dejar ir a un cliente.

Las objeciones son un mecanismo del cliente potencial derivado a sus miedos que le frenan en tomar una decisión.

Los miedos se originan por:

1. falta de comprensión del producto o servicio es decir no conectar su necesidad con las ventajas y beneficios.
2. Confianza en la marca o persona
3. Falta de capacidad económica.



No existen objeciones fáciles ni difíciles, solo existen dos tipos de objeciones **REALES** y **NO REALES**, la capacidad que tenga el vendedor de descubrir la objeción real del cliente potencial será determinante para poder empujarlo a un cierre de venta exitoso.

Las técnicas de cierre son mecanismos del cual se vale el asesor comercial para empujar a la persona a tomar una decisión o incluso ir midiendo su intención de compra.

Hay una gran cantidad de cierres, pero estos se clasifican en 2 tipos principales, **Cierres parciales y cierres maestros.**

Cierres parciales: Este cierre tiene como objetivo ir teniendo el control de la conversación e ir llegando a pequeños acuerdos con respecto a la información.

Una de las técnicas es ir preguntando cosas obvias al cliente potencial para que durante el speech el cliente potencial interactúe con afirmaciones.

Ejemplo: ¿Lucero invertir en una educación de calidad imagino que es algo importante para ti verdad? ¿tener herramientas para distintas situaciones es sumamente necesario verdad?

También los cierres parciales son necesarios cuando el cliente potencial no está listo para comprar en esa ocasión y debes de enviarlo a un proceso de seguimiento. En esa situación se debe cerrar la siguiente llamada visita o punto de contacto.

Ejemplo: Bien lucero ¿escucho que aún tiene que consultarlo verdad? Que día volvemos hablar ¿mañana o pasado? ¿por la tarde o mañana? ¿A las 6 pm o a las 7 pm?



Cierres maestros.

El cierre maestro es impulsado por la solución de una **objeción real** del cliente y tiene como objetivo **concretar la toma de decisión** en tiempo y espacio del cliente potencial.

La objeción real es parte esencial del proceso de cierre sin este, es casi imposible llevar al cliente a que tome una decisión, es por eso que debemos empujarlo con un cierre muy sencillo pero poderoso llamado **cierre doble alternativo**.

Consiste en hacer una pregunta con dos opciones muy precisas y después **guardar silencio** para esperar la objeción.

Ejemplo: Lucero entonces ¿estarías haciendo el pago de tu inscripción **a meses sin intereses o de contado?** Aquí la persona solo tiene alguna **de las dos opciones ejemplo** seria de contado **PERO, aun no estoy segura de comprar, Pero, tengo que consultarlo, PERO no tengo dinero, PERO estoy viendo otras opciones, PERO, no puedo en esas fechas.** o bien te simple y sencillamente te dice de contado sin ningún pero, entonces prosigues a otra pregunta doble alternativa de cierre ok pagarías en este momento a través de esta llamada con tarjeta visa o master card, en cuanto más cerca este de tomar la decisión, la objeción saldrá para evitar que lo lleves a pagarte y es completamente normal, si la persona te responde master car sin objeción entonces la persona esta lista para comprar pídele sus datos y cóbrale son abrir nuevamente la conversación.



Una vez que detonaste la etapa de objeciones viene el momento de detectar si la objeción que el cliente potencial que está dando para no comprar es real o no es real.

Esta es una habilidad de mucha lógica y análisis de tu prospecto, nunca se puede estar 100% seguro de la realidad del cliente sin embargo, sí puedes hacer un análisis de los datos que has recolectado durante la llamada, de la segmentación que hiciste en redes sociales para atraer al cliente y de su actitud en general.

El objetivo será darle solución a su objeción real, si el cliente potencial se le resuelve la objeción real entonces tomará la decisión de comprarte, si al cliente potencial se le da una serie de soluciones, pero a su objeción no es real lo único que hará el cliente es cambiar de objeción una y otra vez.

Según sea el temperamento del cliente será fácil o sencillo averiguar la objeción real, en el caso de los **tiburones y erizos** será complicado en una primera llamada o visita averiguar, es por eso que el proceso de seguimiento en estos casos es esencial. En el caso de las ballenas y delfines es más probable que con algunas técnicas logres averiguar su objeción real y puedas cerrarlo en un proceso de seguimiento.



Cierre maestro para obtener objeción real (Benjamín Franklin)

Cierre bumerang, cierre maestro para solución de objeciones reales.

¿Si yo, entonces tú? Estarías depositando ¿hoy o mañana?



Conclusiones

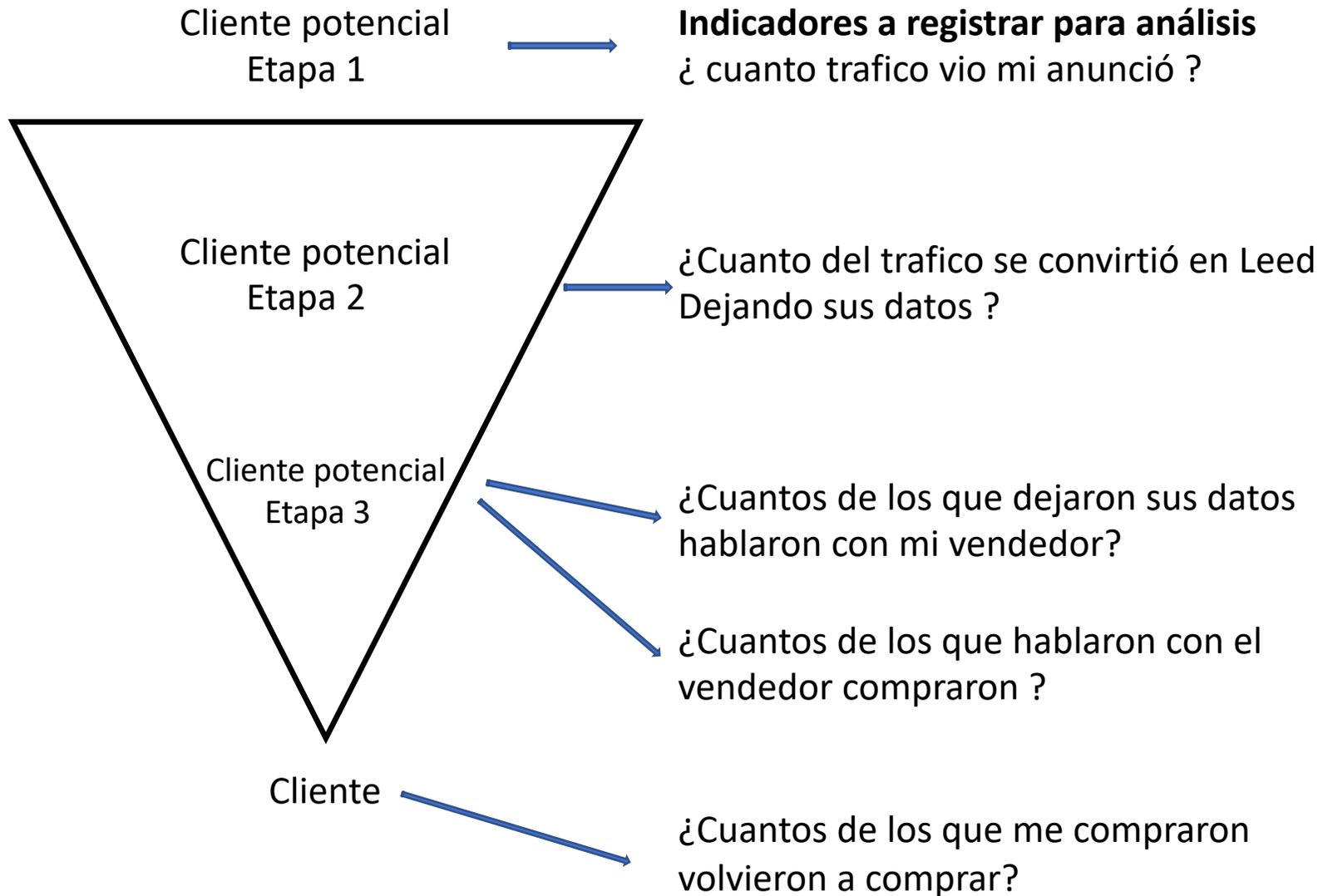
Para lograr llevar a un cliente a la toma de decisiones tienes que guiarlo al momento donde te da sus objeciones, averiguar cuál es la real y solucionarla. Este proceso en el 95% de los casos no se logrará en el primer contacto, si no en el seguimiento que logres cerrar con la persona. Si no logras cobrarle logra cerrar un siguiente contacto, pero el objetivo siempre será descubrir su objeción real para solucionarlo y así pueda tomar la decisión de comprarte al liberarlo de sus miedos.



PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA :
"VENTAS CONSULTIVAS CON ENFOQUE EDUCATIVO"
Metodología ICEMéxico.

Sesión 8 / FINAL DE TEMPORADA

Campaña digital de venta sistemática



Indicadores

- 1. CCT- Costo de campaña total.**
Es la suma de :
 - Presupuesto para anunció
 - Sueldo fijo del vendedor
 - Costo de diseño audiovisual
 - Servicios
- 2.CCP- Costo de cliente potencial**
Total de presupuesto de anunció entre clientes potenciales con datos obtenidos
- 3 .CAC. Costo de adquisición de cliente**
Total de costo de campaña entre Clientes que compraron.
- 4.ROAS. retorno de la inversión publicitaria**
Total de venta por campaña entre costo de campaña x100



¡ATENCIÓN NAUCALPAN, OBTEN DOS CERTIFICACIONES! avaladas por la SEP y CONOCER con especialidad en ... [Ver más](#)

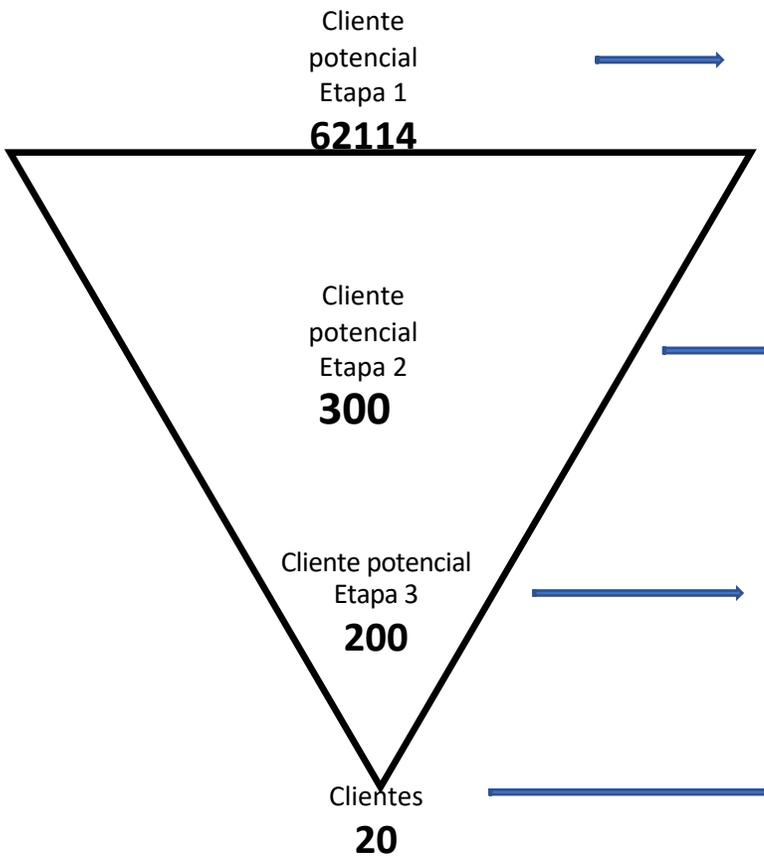


Obtén un documento oficial que acredite...
Becas del 50% disponible...

MÁS INFORMACIÓN

👍❤️😂 280
33 comentarios 53 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir



Indicadores a registrar para análisis

¿cuanto trafico vio mi anunció ?

¿Cuanto del trafico se convirtió en Lead Dejando sus datos ? % de conversión de anuncio .48%

¿Cuantos de los que dejaron sus datos hablaron con mi vendedor? %

¿Cuantos de los que hablaron con el vendedor compraron ? % de conversión de vendedor 10%

Nombre de la campaña		Entrega	Presupuesto	Resultados
<input checked="" type="checkbox"/>	Naucalpan formulario Marzo	● Activa	8,000 Total	300 Clientes potenciales en Facebook
Alcance	Impresiones	Costo por resultado	Importe gastado	Finalización
62,114	123,832	\$33.55 Por clientes potenciales en Facebook	8,000	3 mar 2020

Indicadores

1. CCT- Costo de campaña total.

Es la suma de :

-Presupuesto para anunció \$8,000

-Sueldo fijo del vendedor 8,000

-Costo de diseño audiovisual 3,000

-Servicios 1,000 TOTAL= 20 MIL PESOS

2.CCP- Costo de cliente potencial

Total de presupuesto de anunció

entre clientes potenciales con

datos obtenidos 26 PESOS

20 VENTAS POR 5 MIL PESOS= 100 MIL PESOS

Entre 20 mil pesos x100 = 500% de retorno

3 .CAC. Costo de adquisición de cliente

Total de costo de campaña entre

Cientes que compraron. \$1 MIL

PESOS COSTO DE ADQUISICIÓN

DE CLEINTE

4.ROAS. retorno de la inversión publicitaria

Total de venta por compañía entre

costo de campaña x100