

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 con la finalidad de concretar ventas.

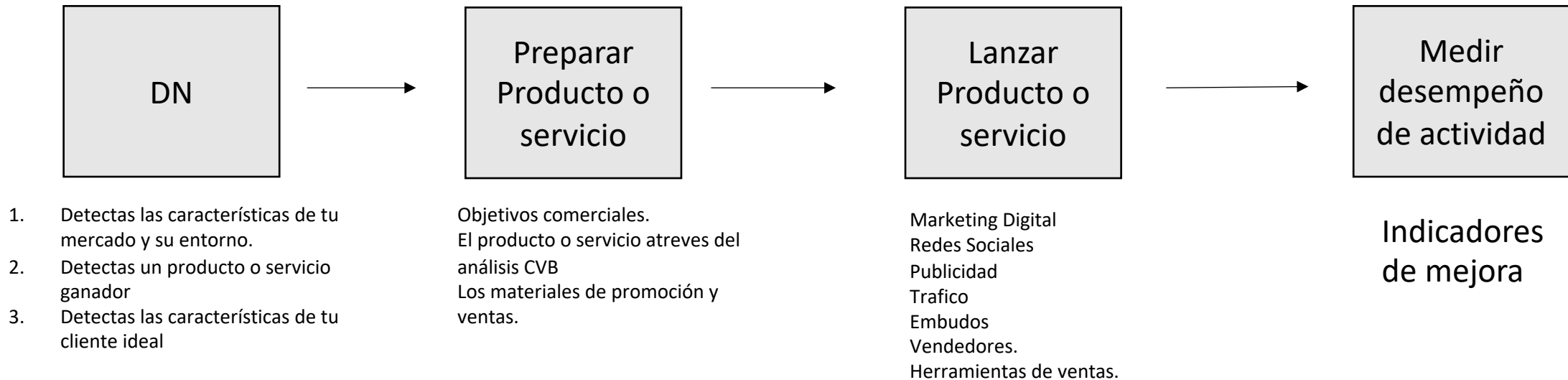
NIVEL TAXONÓMICO 2

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

El siguiente programa formativo se realizará 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 SISTÉMICO.

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



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 identificará 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

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

RVOES: Reconocimientos de Validez Oficial de Estudios.

SNC : Sistema Nacional de competencias.

Qué 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)

Qué 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 Pública.
 2. El sistema recoge las necesidades educativas profesionales de la industria a través de comités de expertos donde participa, empresarios, expertos y el gobierno para la creación de estándares de competencia
En más de 30 sectores productivos del país.
 3. Existen más de mil estándares de competencia.
 4. Los estándares de competencia están diseñados para describir los conocimientos desempeños actitudes hábitos y valores en funciones específicas 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 gobierno. 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.

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

Palabra Clave:

Introduzca palabra clave

Buscar

Limpiar

lista

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)



conocer

conocimiento • competitividad • crecimiento

ESTÁNDAR DE COMPETENCIA

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

¿Qué mercado es quién 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 más que frases matonas y speech 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 AUTORREALIZACIÓN, las dos tienen gran potencial aunque 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 por el que una persona estará dispuesta a pagar por ella.

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 porque 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.