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 él mismo 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.

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.

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 tenia la tienda hacia el público. Ahora ¿qué tenia 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
Trafico
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.

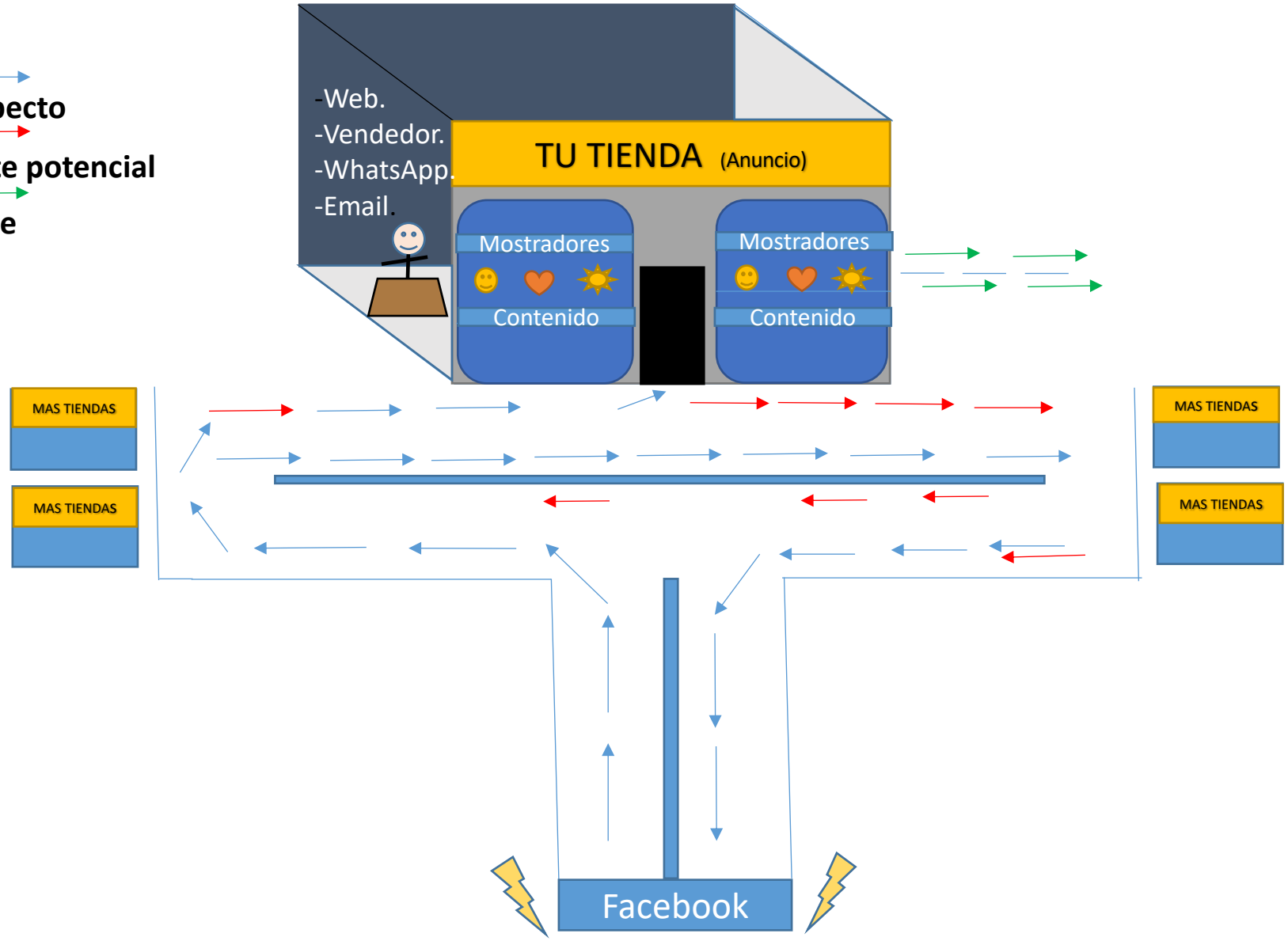
Precisamente todo este proceso hoy en día con las herramientas digitales es mucho mas fácil lograr, ya que a través de un presupuesto no solo tendrás tráfico pasando por afuera de tu tienda, si no que podrás perfilar el tipo de tráfico que pase por la calle donde esta tu tienda y de esa manera elevar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

Prospecto

Cliente potencial

Cliente



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”

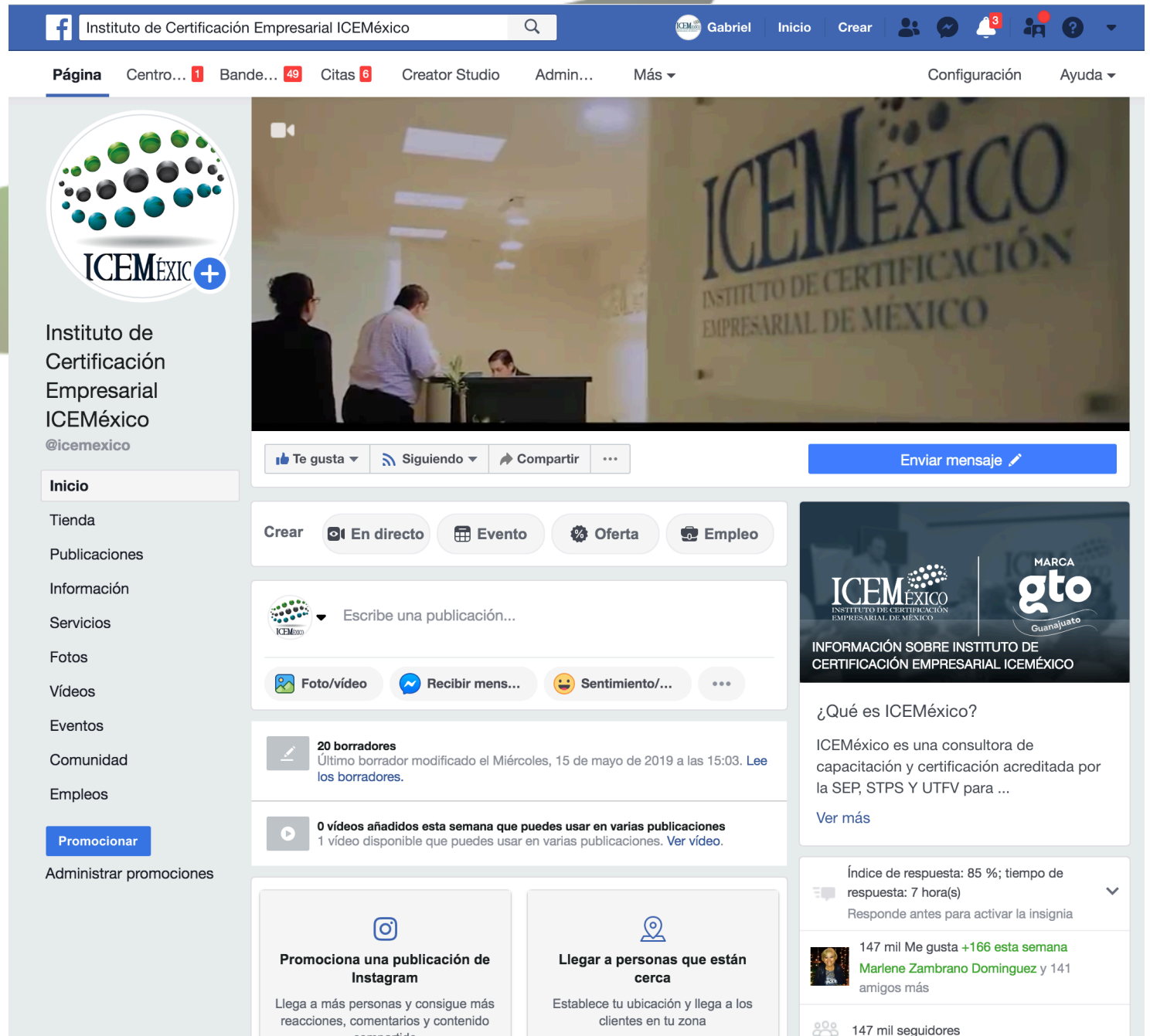
Una vez teniendo la página de Facebook, en qué elementos debemos poner precisa atención.

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