



GENERALITAT
VALENCIANA

iVACE
INSTITUTO VALENCIANO DE
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

CEEI
ELCHE
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

TALLER DE **VENTAS** PARA NOVENDEDORES



CEEI
ELCHE

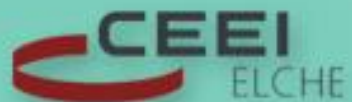
CENTRO EUROPEO DE EMPRESA E INNOVACIÓN



JOEL PINTO ROMERO
VENTAS Y GESTIÓN DE NEGOCIOS

DE BIEN NACIDOS **SER AGRADECIDO**

Mil gracias a todo el equipo del **Centro Europeo de Empresas e Innovación** y, en especial, a todos ustedes por estar acá el día de hoy.



CENTRO EUROPEO DE EMPRESA E INNOVACIÓN



JOEL PINTO ROMERO
VENTAS Y GESTIÓN DE NEGOCIOS

Joel Pinto Romero

Ayudo a mis clientes a potenciar sus ventas
construyendo **Estrategias Personalizadas**
a partir del desarrollo de **Procesos Comerciales**.



ACLARATORIA

Lenguaje APTO para
TODO TIPO de público.

OBJETIVO

“Poner en tus manos los conceptos necesarios para que te puedas sentir más cómodo a la hora de vender tus productos o servicios, o para profundizar en tu carrera comercial”.



¿POR QUÉ ESTAMOS ACÁ HOY?





¿QUÉ ENTENDEMOS POR VENDER?

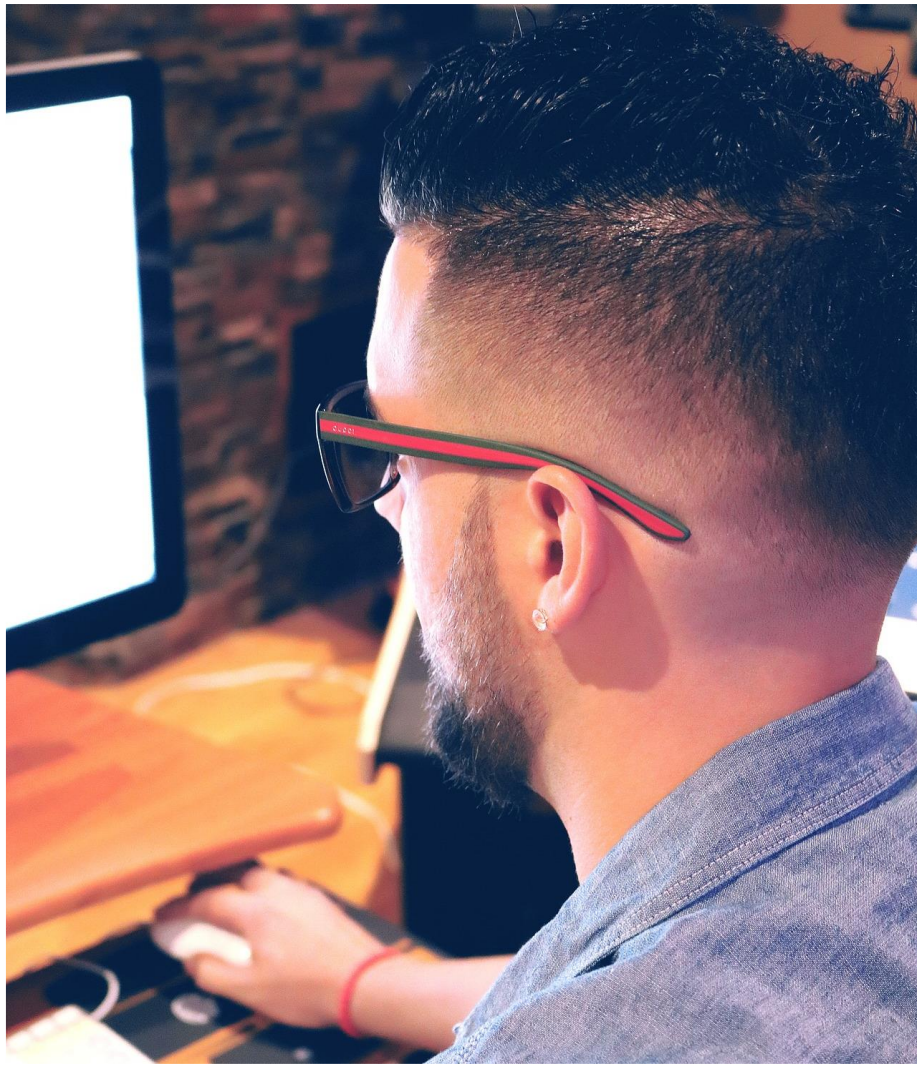
SÉ TU PROPIO CLIENTE

- ❖ ¿Cómo compramos?
- ❖ Practica la Empatía.
- ❖ ESCRÍBELO EN UN PAPEL.





- ❖ NECESIDADES Y DINERO.
- ❖ MÚLTIPLES CANALES:
 - ❖ Tipos de información.
 - ❖ Niveles de confianza.
- ❖ BIDIRECCIONALIDAD:
 - ❖ Busco y recibo.



¿QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN RECIBES?

¿TE AYUDA A TOMAR UNA MEJOR DECISIÓN DE COMPRA?

- ENTENDERLO con claridad.
- DISTINGUIRLO de otros.
- GENERAR confianza.



TRES TIPOS DIFERENTES DE DISCURSO DE VENTAS



TRES TIPOS DIFERENTES DE DISCURSO DE VENTAS

UNO

ceras
aceites
pigmentos
perfume
conservantes

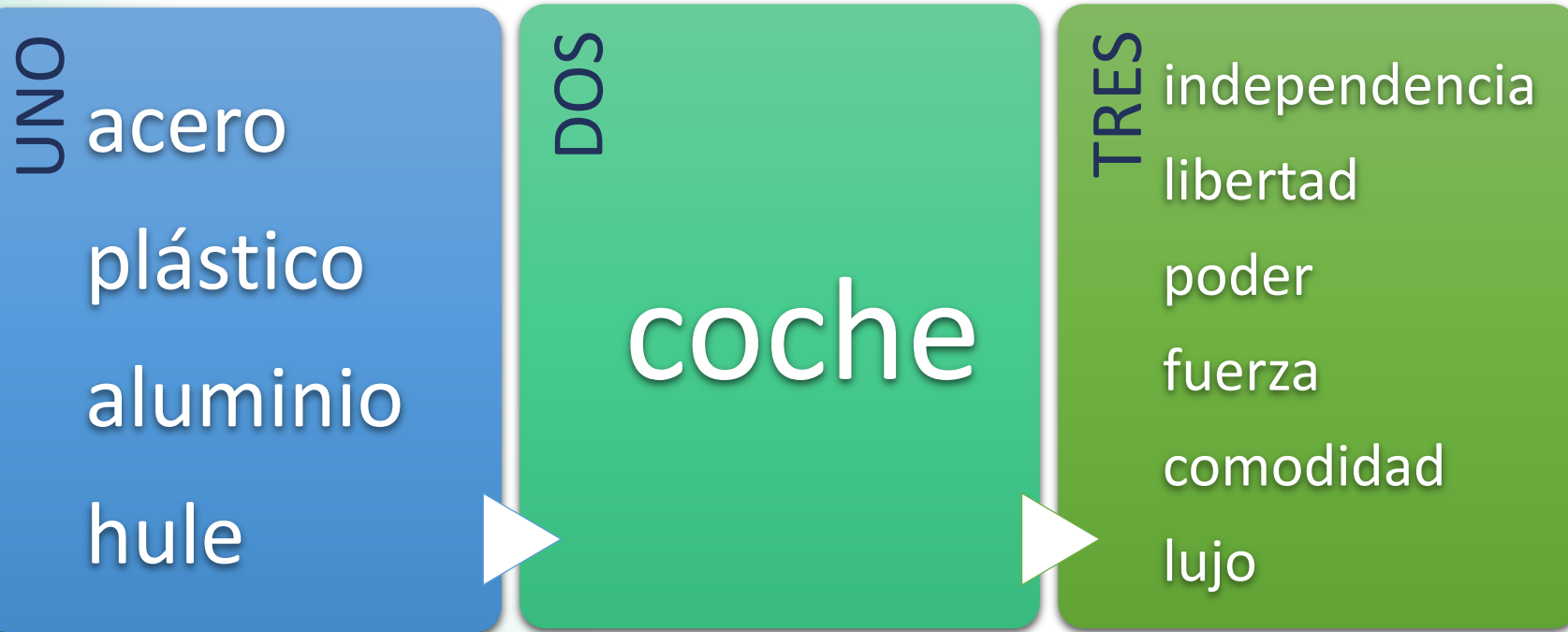
DOS

pinta
labios

TRES

belleza
sensualidad
confianza
moda
protección

TRES TIPOS DIFERENTES DE DISCURSO DE VENTAS



TRES TIPOS DIFERENTES DE DISCURSO DE VENTAS

UNO

formación
experiencia
instinto

DOS

servicios
profesionales

TRES

confianza
tranquilidad
resultados
rendimiento
soluciones



CONSTRUYE AHORA TU PROPIO DISCURSO

PRODUCTO



EMPRESA



CLIENTE



¿CUÁL ES EL DISCURSO MÁS EFECTIVO?

- EL QUE RESUENE MEJOR.
- POR ESO USAMOS LA EMPATÍA.



¿QUÉ ES **ESCUCHAR** DE FORMA

ACTIVA?



CENTRO EUROPEO DE EMPRESA E INNOVACIÓN



JOEL PINTO ROMERO
VENTAS Y GESTIÓN DE NEGOCIOS



ESCUCHAMOS DE FORMA ACTIVA PARA:

- ✓ IDENTIFICAR **NECESIDADES.**
- ✓ ENTENDER **MOTIVACIONES.**
- ✓ CONOCER **TIEMPOS.**
- ✓ CAPACIDAD **ECONÓMICA.**
- ✓ CAPACIDAD DE **DECISIÓN.**



EL PRODUCTO

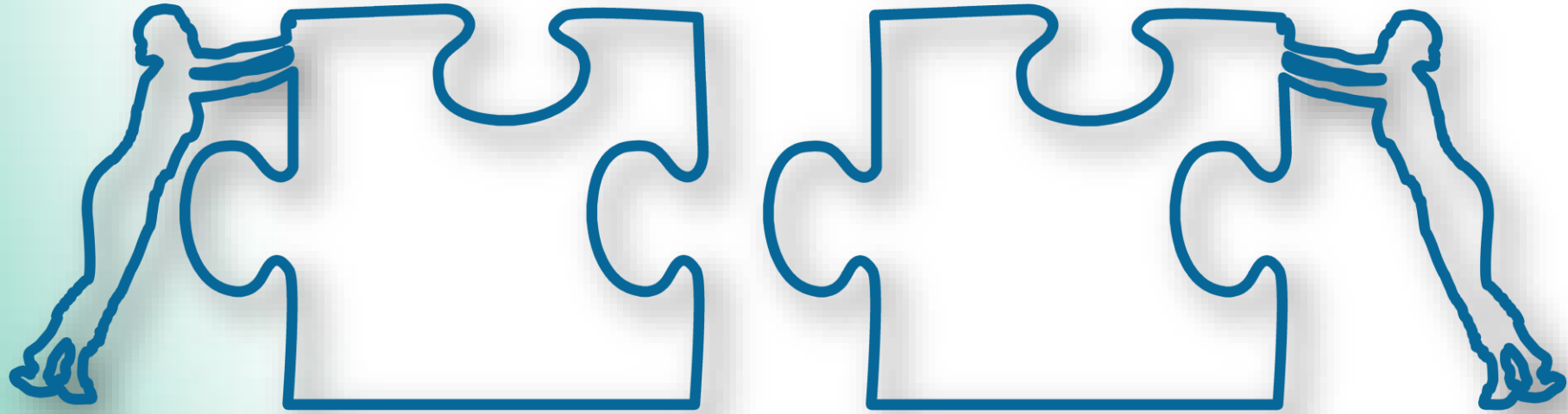
CORRECTO



CENTRO EUROPEO DE EMPRESA E INNOVACIÓN



JOEL PINTO ROMERO
VENTAS Y GESTIÓN DE NEGOCIOS



UTILIZA UN **CÓDIGO COMÚN**

EVITA EL RUIDO:

- ✓ NIVELA EL **TERRENO.**
- ✓ **ADAPTA** TU DISCURSO.
- ✓ EVITA **TECNICISMOS.**
- ✓ BUSCAR EL **ENTENDIMIENTO.**



NO HABLAR EL **MISMO IDIOMA**



- ✓ CONSUMIDOR **INFORMADO.**
- ✓ **MÚLTIPLES** CANALES.
- ✓ URGE LA **EMPATÍA.**
- ✓ **ADAPTACIÓN** DEL CÓDIGO.
- ✓ ESCUCHA **ACTIVA.**

HASTA AQUÍ



¿POR QUÉ
TE HE CONTADO
TODO ESTE ROLLO?





¿QUÉ ES

VENDER?

DEFINICIÓN

“Es el **RESULTADO DE LA COMUNICACIÓN** que se establece entre las empresas y el mercado con el fin de que este último **CONFÍE EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS** por la empresa, decida hacer negocios con ella y, finalmente, **PAGUE EL DINERO QUE ESTA PIDE** a cambio de lo ofrecido.”



VENDER ES UN ACTO COMUNICACIONAL CON PROPÓSITO





- **¿CÓMO ESTUVO TU DÍA AYER?**
- **ALGO QUE TE APASIONE.**
- **RECOMIÉNDAME EL MEJOR PRODUCTO QUE HAYAS COMPRADO EN TU VIDA.**



¿CUÁL ES EL **PROPÓSITO?**

- **CONVENCER.**
- **LAS IDEAS SE VENDEN.**
- **LA CONVICCIÓN GENERA PASIÓN.**
- **LA PASIÓN GENERA CONFIANZA.**

CONCLUSIÓN

“EL DISCURSO DE VENTAS
APASIONADO, GENERA
CONFIANZA Y VENDE”



IDENTIFICAMOS DOS MOMENTOS

AS / DS





VIAJE DE COMPRA

6 etapas





¿CUÁL ES TU PAPEL?

- **FACILITADOR.**
- **COMUNICADOR OPORTUNO.**
- **CENTRADO EN EL CLIENTE.**





- CANALES **NO ADECUADOS.**
- **MENSAJES** SÓLO DE VENTAS.
- **PRESIÓN** PARA EL CIERRE.
- FALTA DE **VALIDACIÓN.**
- **NO DIFERENCIAR** EL PRODUCTO.





VISIBILIDAD

- PUBLICIDAD, MARKETING DE CONTENIDOS.

RECONOCIMIENTO

- TUTORIALES, DEMOS, WHITEPAPERS.

COMPARACIÓN

- ESTUDIOS, REFERENCIAS EXTERNAS.

PREFERENCIA

- VALIDACIÓN SOCIAL, TESTIMONIALES, RECONOCIMIENTOS DE TERCEROS.

DECISIÓN

- PROMOCIONES, DESCUENTOS, OFERTAS PUNTUALES.

FIDELIZACIÓN

- MARKETING DE CONTENIDO.

¿POR QUÉ
TE HE CONTADO TODO
ESTE NUEVO ROLLO?





SABER **VENDER** PARA EL **NO VENDEDOR**



- ✓ FACILITA LA TOMA DE **DECISIONES**
COMERCIALES.
- ✓ **EVITA LA DEPENDENCIA** DE UN TERCERO.
- ✓ TE HABILITA COMO **SUPERVISOR.**
- ✓ TE ENTREGA EL **CONTROL DEL PROCESO.**



DESCANSARÁS TRANQUIL@

“EN CASO DE EMERGENCIA tienes la plena capacidad de poner tu PROCESO COMERCIAL en marcha y hacer un buen trabajo.”



CENTRO EUROPEO DE EMPRESA E INNOVACIÓN



JOEL PINTO ROMERO
VENTAS Y GESTIÓN DE NEGOCIOS

- **¿CÓMO GESTIONAS EL RECHAZO?**

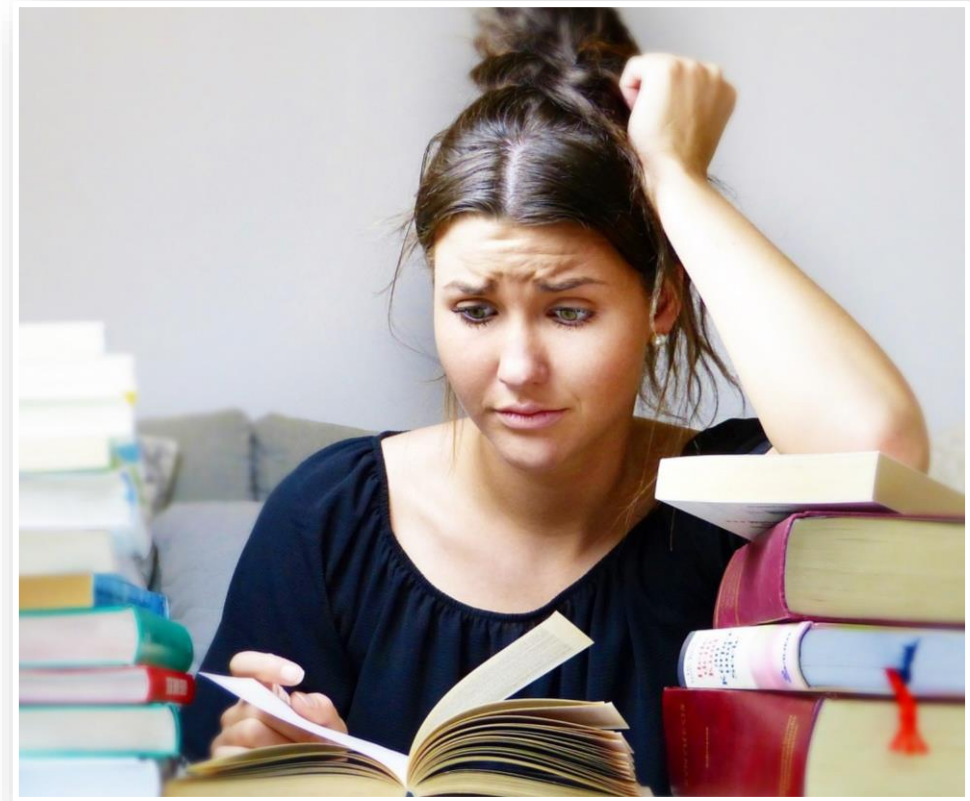
- El rechazo es **INHERENTE**.
- Efectividad **DEL 60%**.
- El negocio se construye **CON EL SÍ**.
- Con los “no” **APRENDES Y MEJORAS**.

- **NO HACES SEGUIMIENTO.**

- 45% de los vendedores renuncian al **SEGUNDO INTENTO**.
- El 80% de las ventas requieren 5 **CONTACTOS DE SEGUIMIENTO**.
- Te olvidas del **PROCESO**.

- **ERES UNA MOLESTIA PARA EL CLIENTE:**

- No conoces tu **PROPUESTA DE VALOR**.
- Pobre identificación de las **NECESIDADES REALES DEL CLIENTE**.



**¿POR QUÉ
SE HACE DIFÍCIL?**



¿TE CREES TU PROPIA HISTORIA?





EL DÍA A DÍA DE UN **VENDEDOR**

PROSPECCIÓN DE MERCADO

- INVESTIGACIÓN.
- NETWORKING.
- PLATAFORMAS DIGITALES.
- DIRECTORIOS PROFESIONALES Y ASOCIACIONES.

CAPTACIÓN

- TODAS LAS LABORES ASOCIADAS A LA CONSECUCCIÓN DE CLIENTES.

FIDELIZACIÓN

- UPSELLING, CROSS-SELLING, OBTENCIÓN DE REFERIDOS Y DESARROLLO DE LA RELACIÓN.

3 TAREAS FUNDAMENTALES





¿CÓMO INVIERTES **TU TIEMPO?**





CARTERA DE **OPORTUNIDADES**

vs.

BASE DE **DATOS**

- **OPTIMIZAR EL TIEMPO PARA VENDER**

- Trabajando en las **MEJORES OPORTUNIDADES.**
- Estableciendo **FECHAS DE CIERRE** posibles.
- Cuantificando **VALOR POTENCIAL.**

- **PERSIGUIENDO OBJETIVOS**

- Método **S.M.A.R.T.**
- **REVISIÓN** mensual, semanal o diaria.

- **ESTRATEGIAS DE SEGUIMIENTO**

- Uso de las **PLATAFORMAS DISPONIBLES.**
- **AUTOMATIZACIÓN** de tareas.





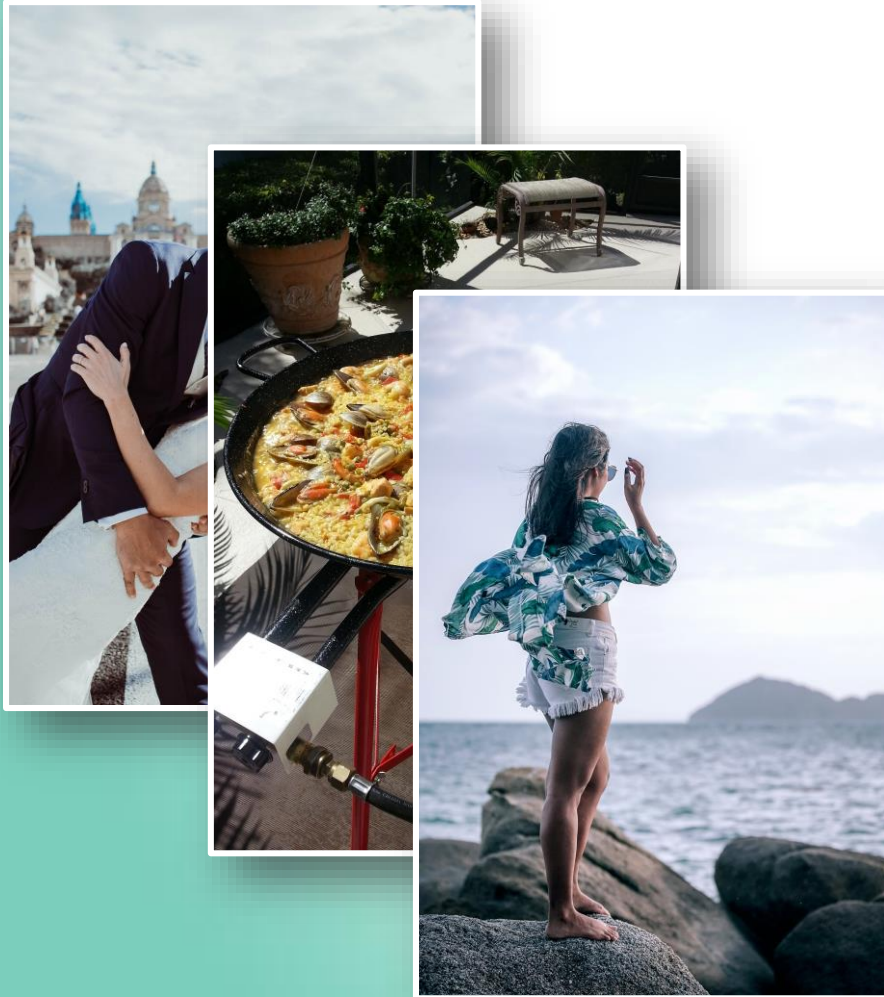
LA PROSPECCIÓN DE NUEVOS NEGOCIOS

Debe ser un **PROCESO CONTINUO** en la rutina de todo **VENDEDOR** y de toda **EMPRESA.**



¿POR QUÉ Y PARA QUÉ PLANIFICAMOS?

- ✓ QUE TODO **SALGA BIEN.**
- ✓ **EVITAR** LA INCERTIDUMBRE.
- ✓ TOMAR **MEJORES DECISIONES.**
- ✓ **APROVECHAR MEJOR** LOS RECURSOS DISPONIBLES.
- ✓ **ALCANZAR OBJETIVOS** CONOCIDOS.
- ✓ **TENER EL CONTROL** DEL RENDIMIENTO.



RESOLVIENDO TUS DUDAS

UNA INVITACIÓN ESPECIAL



CENTRO EUROPEO DE EMPRESA E INNOVACIÓN



JOEL PINTO ROMERO
VENTAS Y GESTIÓN DE NEGOCIOS

¡GRACIAS NUEVAMENTE!

Preguntas y consultas

joel@joelpintoromero.com



CENTRO EUROPEO DE EMPRESA E INNOVACIÓN



JOEL PINTO ROMERO
VENTAS Y GESTIÓN DE NEGOCIOS