

Creo y compro en



BUGA

ESTRATEGIAS GANADORAS PARA SU NEGOCIO

Campaña de Temporada Baja:
MUNDIAL DE DESCUENTOS
1 al 30 de abril de 2014

Contenido

- * EL DESAFIO DE TODO EMPRESARIO
- * CÓMO VENDER EN TIEMPOS DE CRISIS
- * LA SATISFACCION DEL CLIENTE COMO ESTRATEGIA DE VENTA
- * SECRETOS PARA INCREMENTAR TUS VENTAS
- * ESTRATEGIAS MUNDIAL DE DESCUENTOS
- * CLAVES PARA TENER ÉXITO EN MI NEGOCIO

EL DESAFIO DE TODO EMPRESARIO:

Hacer crecer el negocio



Cuando crecen los clientes, crecen las ventas...
Y por supuesto las utilidades.

Cambia la actitud respecto al modo de relacionarte con tus clientes, ellos son la razón de ser de tu negocio y tu Fuente de Ingreso.





Toda empresa sin importar su tamaño se plantea metas y asume una serie de compromisos para los clientes.

Conocerlos y entenderlos para lograr satisfacer adecuadamente sus necesidades y deseos, aumenta la probabilidad de tener éxito en nuestra gestión de ventas.

PERO COMO VENDER EN TIEMPOS DE CRISIS?

“No pretendamos que las cosas cambien, si siempre hacemos lo mismo.

La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche oscura.

En la crisis nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes ESTRATEGIAS”.



“Es común que en los negocios se piense de adentro hacia fuera, que tal si pensamos diferente: De afuera hacia adentro, y nos centramos en el Mercado y no en el producto”



Es tiempo de enfocarnos en el cliente y en sus Necesidades...

La satisfacción del cliente como estrategia de venta:

- * **Mirar el negocio con los ojos del cliente, conocer sus necesidades y deseos.**

Ejemplo: Una empresa de colchones,
NO VENDE COLCHONES.....

Vende Beneficios como:

Sueño reparador, Descanso, Confort, Bienestar, salud, etc.,



La satisfacción del cliente como estrategia de venta:

* Definir un mercado objetivo:

Determinar hacia quienes se van a dirigir los esfuerzos de promoción y comunicación de los productos y/o servicios.

Despertar el interés de compra en el MO y definir los medios que se van a utilizar para llamar su atención.



La satisfacción del cliente como estrategia de venta:

* Diferenciar la oferta de productos:

Ofrecer servicios de acuerdo al tipo de cliente, necesidades y poder adquisitivo. Siendo accesibles a diferentes mercados.

Ejemplo: Empresas de venta de Motocicletas

Modelos especiales para hombres y mujeres
Variedad de precios según sus características
Facilidades de pago



La satisfacción del cliente como estrategia de venta:

* Investigar las tendencias del mercado:

Estudiar el mercado para estar al tanto de las nuevas tendencias, necesidades y deseos de los consumidores.

Ejemplo: Una Peluquería

Actualización permanente en los estilos de corte y color.

Conocer cuales son las tendencias para el cuidado del cabello.



La satisfacción del cliente como estrategia de venta:

* **Diferenciación:**

El servicio es una herramienta de distinción, crear una propuesta de valor según el tipo de cliente.

Ejemplo: Una Clínica de Odontología

Crear promociones de acuerdo a la edad de sus pacientes

Elaborar un portafolio de servicios que resalte los beneficios del servicio que prestan.



SECRETOS PARA INCREMENTAR TUS VENTAS:

Es muy fácil pensar que muchas personas podrían estar interesadas y tener la necesidad de adquirir sus productos y/o servicios, pero en realidad no todas las personas tienen el poder de DECIDIR la compra o no todas tienen el dinero para comprar.



Secreto No. 1:

Atraer “prospectos calificados”

Es decir, personas con la necesidad, con poder de decisión y con dinero para poder realizar el proceso de compra.

•
Para incrementar el número de personas que finalmente compren tus productos, es necesario mejorar en sencillos aspectos como:

Técnicas de ventas

La presentación del producto

La imagen del negocio

Secreto No. 2:

Profesionalizar a la fuerza de ventas.

La capacitación continua es la única forma para lograr un profundo conocimiento en los productos y/o servicios que ofrece mi empresa o negocio.



Señor empresario, lo que invierta en sus vendedores contribuye al fortalecimiento de sus habilidades para cerrar ventas, mantener a sus clientes actuales y atraer nuevos clientes.

Secreto No. 3:



Aumentar la venta promedio.

Incrementar el monto promedio de venta en los clientes actuales, en cada compra.

No se trata de incrementar los precios, sino de crear paquetes comerciales donde se compre en mayor volumen, ofreciendo mayor valor al cliente.

Formula de Éxito:

Prospectos Calificados + Fuerza de Ventas Capacitada =
Frecuencia de Compra.

Logrando que el cliente regrese al negocio una y
otra vez y **NO** se cambie a la competencia.

Secreto No. 4:

Convierta a su cliente, en su socio comercial

Un cliente satisfecho que confíe en usted, es un socio comercial que le ayudará a incrementar sus ventas a través de personas que ellos mismos le recomendarán.



Los Referidos son una herramienta de evaluación de desempeño, indican qué tan buenos son los productos y/o servicios que ofrece su empresa.

Fortalecen las relaciones de amistad con sus clientes y construyen relaciones de largo plazo.

Los referidos generan voz a voz, la mejor publicidad gratuita para su negocio.



ESTRATEGIAS MUNDIAL DE DESCUENTOS

- * Conocer los atractivos que tiene la campaña para incrementar las ventas en los establecimientos afiliados.
- * Compartir con los colaboradores del negocio la información de la campaña y definir la estrategia para la entrega de las tarjetas Raspe y Gane.
- * Hacer Base de datos con los clientes de entrega R y G
- * Aprovechar para conocer los clientes mas representativos con pequeñas encuestas y como incentivo , obsequiar el R y G



ESTRATEGIAS MUNDIAL DE DESCUENTOS:

Entrega de R y G

- * Aprovechar la fiebre mundialista para reconocer a los clientes fieles que continuamente visitan su negocio para obsequiarle el R y G y darle la oportunidad de Participar en el Sorteo.
- * Establecer un tope mínimo de compra para entregar el R y G
- * Diseñar estrategias de promoción en horarios de poco trafico de publico con el incentivo del R y G.
- * Empaquetar productos complementarios para incrementar volúmenes de venta y generar valor.
- * Entregar al cliente R y G adicional si el día de la compra es su cumpleaños.

EJEMPLOS

* ALMACENES DE BEBE:

Empaquetar pañales, pañitos y elementos de aseo para que en una sola compra se incremente el volumen de venta, con precio especial y además entrega de R y G.

Aprovechar para hacer Base de Datos de mamás y bebés para llevar bitácora de crecimiento y uso de productos, para fidelizar y garantizar la frecuencia de compra según la etapa en la que se encuentre el bebé.

EJEMPLOS

- * ALIMENTOS PARA ANIMALES:

Entregar R y G a los clientes que compren la presentación más grande de alimento.

- * AUTOS Y MOTOS:

Entregar 2 R y G para los clientes que compren de contado estableciendo tope de venta.

EJEMPLOS

- * CARNICOS:

Crear una estrategia de venta con el tipo de carne que tenga poca rotación e incentivar la compra con el R y G.

- * EDUCACIÓN:

Entregar R y G a los estudiantes que paguen de contado.

Entregar R y G a los estudiantes que se matriculen con anticipación.

EJEMPLOS

- * ESTACIONES DE SERVICIO:

Entregar R y G a los clientes habituales y a los que tomen servicios complementarios

- * FERRETERIAS:

Entregar R y G a los clientes que estén comprando grandes cantidades para construcción

EJEMPLOS

- * MUEBLES Y ELCTRODOMESTICOS:

Entregar R y G a los clientes que compren combos

- * RESTAURANTES:

Entregar R y G a los clientes que estén comprando platos a la carta con tope de compra

CLAVES PARA TENER ÉXITO EN MI NEGOCIO:

- ✓ Conocer en detalle mi producto o servicio
- ✓ Definir y conocer mi mercado objetivo
 - ✓ Desarrollar un plan de ventas
 - ✓ Hacer equipo con mis colaboradores
 - ✓ Brindar un servicio de calidad
- ✓ Desarrollar actividades de fidelización de clientes
 - ✓ Hacer campaña de referidos



GRACIAS

BIBIANA ARBOLEDA

bibiana_arboleda@yahoo.es

316-8689827