

# FORTALECIMIENTO DE LOS OFICIOS ARTESANALES EN LOS MUNICIPIOS DE CUCUTA, EL ZULIA Y LOS PATIOS

## COMPONENTE DE COMERCIALIZACION

### **Gestión y Consecución de Clientes**

**Alfredo Rafael Maldonado Santos - Asesor Comercial**

*Profesional en Mercadeo y Publicidad - UDES*

*alfredmaldos@gmail.com*



# La Proyección de Ventas

Es la estimación o previsión de las ventas de un producto o servicio durante determinado periodo de tiempo, mes, trimestral o anual

Son indicadores de las realidades económicas y empresariales básicamente sobre la situación comercial de la industria y participación en el mercado en cuanto a Cantidades de Pdto #, Porcentajes% y Valores monetarios \$

Determina que puede venderse con base en la realidad y planear con eficiencia la producción, las ventas, y otros planes operativos de la empresa



# ¿Cómo se calculan las Proyecciones de Ventas?

1. Se tiene en cuenta los costos de producción o compra de sus productos.
2. Determinan el número de ventas que se necesita para alcanzar el punto de equilibrio.
3. Se calcula el número de llamadas de ventas o prospectos de ventas, la cantidad de publicidad que se ejecutará.
4. También se tiene en cuenta las condiciones macroeconómicas, las ventas gestacionales, la intensidad de la competencia y los cambios poblacionales.

## **Existen otros métodos de cálculos complejos como:**

- Estadístico – Matemático (mínimos cuadrados)
- Método Aritmético (Incremento porcentual y promedio móvil)

# Ventajas de las Proyecciones de Ventas

- Facilidad de obtener de préstamos bancarios/certificaciones financieras.
- Permite crear mejor los presupuestos y planificar proyectos.
- Aumentan la confianza de inversionistas y socios.
- Aumenta el valor de los accionistas.
- Permiten establecer al área comercial una meta para cumplir en determinado tiempo.



# Las Bases de Datos

Son un conjunto de datos generales pertenecientes a una persona o grupo como clientes, que permiten conocer información detallada de ubicación, contacto, ocupación, edad, gustos y otros datos más relevantes, para documentar, gestionar y actualizar en el mercadeo del negocio, permitiendo maximizar las ventas. **LAS BASES DE DATOS SON UN GRAN ACTIVO PARA LA EMPRESA**



# La Clínica de Ventas

Son ejercicios y prácticas que un líder comercial lleva a cabo con sus vendedores o asesores comerciales, representando casos con roles y actuaciones sobre el momento de venta con el cliente. Es un entrenamiento que permite establecer técnicas y tácticas de ventas para fortalecer las capacidades de los vendedores con el fin de mejorar su desempeño en el cierre de ventas o negocios exitosos, aumentando la productividad del negocio.



# Tácticas de Ventas

## 1. PRESENTA LA PROPUESTA POR ESCRITO

Es importante tener una guía de la venta del producto para que el cliente tenga un sustento de lo que se dice. Enfocando aspectos claves como:

- Que vende
- Que problema(s) o necesidad(es) puede solucionar
- Porque el Producto/Servicio es diferente
- Ventajas y Beneficios del Producto/Servicio

## 2. PERMANECE SENTADO

Después de exponer las propuestas, escucha atentamente al cliente y haz que las palabras sean amenas. (momento propicio para ofrecer un café, agua o souvenir)

## 3. CUIDA LA FORMA DE HABLAR

Hay que expresarse de forma clara y concreta para ganar la confianza del cliente.

#### **4. NO OLVIDAR UN BUEN BOLÍGRAFO Ó PLUMA PARA ESCRIBIR**

Demostrarle al cliente que se esta capacitado es importante al momento del cierre de la venta, hay que presentar una imagen de Profesionalismo y la mejor muestra es prestarle para la firma del contrato una buena pluma.

#### **5. UTILIZA UN POCO DE HUMOR**

La mejor forma de romper la tención es ser ameno o contar una historia interesante, eso hará que las negociaciones sean mas ligeras.

#### **6. MIRAR AL CLIENTE A LOS OJOS**

Se debe tener disciplina y concentración para hacerlo, pero es fundamental para crear mas confianza.

#### **7. TRATA A TODOS COMO CLIENTES POTENCIALES**

Siempre hay que tratar a los clientes como si fueras a firmar/cerrar el mejor negocio o venta de la vida.



## **8. NUNCA HAY QUE DEJAR DE INSISTIR**

No en todas las presentaciones con los clientes se logra la venta, por tal motivo No hay que dejar de ser carismático, gracioso o amable; la venta puede realizarse en otro momento.


## **9. HAY QUE MANTENERSE SIEMPRE POSITIVO**

A pesar de las dificultades que se puedan presentar con clientes difíciles, no hay que darse por vencido y mantener siempre una actitud positiva.

## **10. SIEMPRE HAY QUE SONREIR**

Una sonrisa abre puertas y genera siempre empatía y buena actitud, el poder de la sonrisa ayuda a generar ventas.





**“Si muestras carisma,  
conocimiento e iniciativa,  
la venta se cerrará  
por sí sola”**

Paul Bryant

