

Domingo Tezanos
Diplomado en Marketing y Ventas



Material de capacitación de:

DIPLOMADO EN MARKETING Y VENTAS

Facilitador:
DOMINGO TEZANOS
809-299-6753
domingotezanos@gmail.com

**RECURSO PARA ESTUDIO #2 DEL MÓDULO I – EL PERFIL DEL
VENDEDOR Y SU ANÁLISIS HACIA LA COMPETITIVIDAD DEL
MERCADO**

EL PERFIL DEL VENDEDOR Y SU ANÁLISIS HACIA LA COMPETITIVIDAD DEL MERCADO

- El **perfil integral del vendedor** describe un conjunto de tres cualidades básicas que debe tener el vendedor para lograr buenos resultados.

Actitudes positivas

Habilidades

Conocimientos

Actitudes que debe conservar el vendedor exitoso

Compromiso: El vendedor debe estar comprometido con su trabajo y dedicarse a brindar un excelente servicio al cliente.

Determinación: Es importante que el vendedor tenga la determinación necesaria para superar los obstáculos y alcanzar sus metas de ventas.

Entusiasmo: Un vendedor exitoso se muestra entusiasta y motivado, lo que ayuda a generar confianza en los clientes.

Integridad: La honestidad y la ética son cualidades indispensables en un vendedor exitoso. Debe ser confiable y cumplir sus promesas.

Sinceridad: La sinceridad en la comunicación con los clientes es esencial para establecer relaciones sólidas y duraderas.

Paciencia: Un vendedor exitoso sabe ser paciente y manejar situaciones difíciles o clientes indecisos sin perder la calma.

Pulcritud: La presentación personal y el cuidado en la imagen transmiten profesionalismo y confianza.

Colaboración: La capacidad de trabajar en equipo y colaborar con otros departamentos es valiosa para el éxito en ventas.

Habilidades que debe poseer el vendedor exitoso

Saber escuchar: Un vendedor efectivo sabe escuchar atentamente las necesidades y preocupaciones de los clientes para ofrecer soluciones adecuadas.

Creatividad: La capacidad de pensar de manera creativa permite al vendedor encontrar enfoques innovadores para captar la atención de los clientes y cerrar ventas.

Excelente memoria: Recordar detalles importantes sobre los clientes y sus preferencias puede generar una experiencia personalizada y fortalecer las relaciones comerciales.

Auto disciplina: La disciplina personal es fundamental para cumplir con los objetivos de ventas y mantenerse enfocado en las tareas necesarias.

Facilidad de palabra: La habilidad para expresarse con claridad y persuasión facilita la comunicación efectiva con los clientes.

Empatía: Ponerse en el lugar del cliente y comprender sus necesidades y preocupaciones ayuda a establecer conexiones más fuertes y duraderas.

Manejo de la tecnología: Con el avance tecnológico, es importante que el vendedor tenga habilidades básicas para utilizar herramientas digitales y aprovechar las oportunidades que ofrece la tecnología en las ventas.

Capacidad de análisis: Un vendedor exitoso debe ser capaz de analizar datos, identificar tendencias y tomar decisiones informadas para adaptarse al mercado y mejorar su desempeño.

CONOCIMIENTOS

Conocimientos de la empresa: El vendedor debe tener un profundo conocimiento de la empresa en la que trabaja, incluyendo su historia, valores, productos y servicios.

- **Estructura organizativa:** Un vendedor exitoso debe comprender la estructura de la empresa, su jerarquía y cómo se toman las decisiones. Esto le permitirá identificar las personas clave con las que debe interactuar para cerrar ventas y resolver problemas.
- **Cultura empresarial:** Comprender la cultura empresarial es esencial para adaptarse a los valores y principios de la empresa, lo que puede influir en la forma en que se abordan las ventas y las relaciones con los clientes.
- **Objetivos y estrategias:** El vendedor debe conocer los objetivos de la empresa y cómo su trabajo en ventas contribuye a alcanzarlos. Además, debe estar al tanto de las estrategias utilizadas por la empresa para llegar a su mercado objetivo.

Conocimientos de los productos y servicios: Es esencial que el vendedor conozca a fondo los productos y servicios que ofrece, incluyendo sus características, beneficios y usos.

- **Características y beneficios:** El vendedor debe tener un profundo conocimiento de las características de los productos o servicios que vende, así como de los beneficios que estos ofrecen a los clientes. Esto

le permitirá comunicar de manera efectiva cómo los productos o servicios pueden satisfacer las necesidades de los clientes.

- Aplicaciones y casos de uso: Es necesario que el vendedor comprenda las diversas aplicaciones y casos de uso de los productos o servicios, con el objetivo de poder identificar oportunidades y proporcionar recomendaciones adecuadas a los clientes.
- Ventajas competitivas: Conocer las ventajas competitivas de los productos o servicios de la empresa en comparación con los competidores permite destacar y persuadir a los clientes de elegir lo que se está vendiendo.
- Actualizaciones y novedades: Mantenerse al día con las actualizaciones, mejoras o lanzamientos de nuevos productos o servicios de la empresa es importante para poder ofrecer información precisa y actualizada a los clientes.

Conocimientos del mercado: El vendedor debe estar actualizado sobre las tendencias del mercado, la competencia y las necesidades cambiantes de los clientes para adaptarse y ofrecer soluciones adecuadas.

- Tendencias y cambios en el mercado: Un vendedor exitoso debe estar al tanto de las tendencias y cambios en el mercado en el que opera la empresa. Esto incluye comprender las preferencias cambiantes de los clientes, las nuevas tecnologías, las regulaciones y cualquier otro factor que pueda afectar las ventas.
- Competencia: Conocer a los competidores y su oferta es fundamental para poder destacar y diferenciar los productos o servicios de la empresa. El vendedor debe estar al tanto de la estrategia de la competencia, sus fortalezas y debilidades, y cómo se posicionan en el *mercado*.
- Segmentación de clientes: Comprender la segmentación de clientes y los diferentes grupos demográficos o de mercado a los que se dirige la empresa puede ayudar al vendedor a adaptar su enfoque de ventas y personalizar su comunicación para abordar las necesidades específicas de cada segmento.
- Investigación de mercado: Tener habilidades básicas en investigación de mercado permitirá al vendedor recopilar información relevante, analizar datos y obtener ideas sobre las oportunidades de ventas y los desafíos del mercado.

EL VENDEDOR COMPETITIVO

Cualidades propias de la competitividad en el vendedor.

Actualización permanente en los siguientes ámbitos:

Tecnología

Deportes

Política

Arte (Cine, TV, Radio, Música, ect.)

Todo esto, tanto nacional como internacional

Actualización absoluta de su mercado competitivo

Tasas de interés, pasivas y activas

Seguir de cerca las actualizaciones de las tasas de interés establecidas por los bancos centrales y otras instituciones financieras. Estas tasas pueden influir en la economía en general, así como en la disponibilidad de crédito para los consumidores y las empresas. Asimismo, estar al tanto de las tasas de interés pasivas, que se refieren a las tasas que los bancos ofrecen a los depositantes por sus ahorros.

También es importante conocer las tasas de interés activas, que son las tasas que los bancos cobran a los prestatarios por sus préstamos. Esto puede afectar las decisiones de compra de los clientes y la viabilidad de proyectos de inversión.

Puntos débiles de los competidores:

Realizar un análisis exhaustivo de los competidores directos e indirectos para identificar sus puntos débiles. Estos pueden incluir deficiencias en su oferta de productos o servicios, problemas en la atención al cliente, falta de innovación, problemas de calidad o reputación, entre otros.

Observar los comentarios de los clientes y las reseñas en línea sobre los competidores para obtener una perspectiva objetiva sobre sus debilidades.

Utilizar técnicas de inteligencia competitiva para recopilar información sobre los puntos débiles de los competidores a través de fuentes abiertas, como sus sitios web, informes anuales, comunicados de prensa y presencia en redes sociales.

Puntos fuertes de los competidores:

Analizar los puntos fuertes de los competidores para comprender qué aspectos los hacen exitosos en el mercado y, además, estudiar sus estrategias de marketing, calidad de productos o servicios, capacidad de innovación, precios competitivos, ventajas en la cadena de suministro, liderazgo en el mercado, entre otros.

Observar cómo se comunican y se relacionan con sus clientes, así como su reputación en el mercado.

Realizar un análisis comparativo entre los puntos fuertes de los competidores y las propias fortalezas para identificar áreas en las que se pueda mejorar y desarrollar una estrategia competitiva sólida.

Próximas resoluciones que afecten al sector:

Estar al tanto de las regulaciones y legislaciones propuestas o en proceso de implementación que puedan afectar al sector.

Seguir las noticias y comunicados de los organismos reguladores y gubernamentales pertinentes para conocer las próximas resoluciones y cambios en las políticas que puedan impactar en el mercado.

Participar en asociaciones o gremios del sector que se mantengan informados sobre los cambios regulatorios y puedan brindar orientación sobre las implicaciones para las empresas.

¿Qué hacer para tener actualización en estos factores?

- Establecer alertas y notificaciones para recibir información actualizada sobre tasas de interés, regulaciones y noticias relevantes en el mercado.
- Asistir a seminarios, conferencias y eventos del sector que aborden temas específicos relacionados con las tasas de interés, análisis competitivo y tendencias del mercado.
- Mantener una red de contactos sólida con profesionales del sector, colegas y expertos que puedan compartir información y novedades relevantes.

Postura que debe adoptar el vendedor en lo personal

- Dicción
- Cortesía
- Imagen personal impecable
- Dinamismo
- Serenidad
- Postura, literalmente hablando
- Atención

Imagen del vendedor

- Se debe procurar que el cliente se lleve la mejor de las impresiones
- En este país el cliente recordará más al vendedor o negociador que le causó buena impresión
- Posicionamiento
- El regreso del cliente depende de usted
- Esté siempre nítido o nítida

Histrionismo y Ademanes

- No son la misma cosa

Histrionismo

El histrionismo se caracteriza por un patrón de emotividad excesiva y una constante demanda de atención. Las personas que exhiben histrionismo tienden a ser extrovertidas de manera perjudicial, ya que su comportamiento puede resultar abrumador o incluso molesto para los demás. En el contexto de las relaciones de negocios, el histrionismo puede ser contraproducente, ya que puede dificultar el establecimiento de una comunicación efectiva y generar desconfianza en los clientes o socios comerciales. Si reconocemos que adolecemos de este mal, es importante trabajar en su rehabilitación, buscando un equilibrio en nuestra expresividad y evitando ser excesivamente demandantes de atención.

Ademanes

Los ademanes se refieren a las acciones que una persona realiza con su cuerpo y manos, y que pueden transmitir su buena o mala educación. Los ademanes son una forma de lenguaje no verbal que puede revelar nuestro estado de ánimo y actitud. Si bien los ademanes pueden ser una herramienta poderosa para expresar nuestra personalidad y apoyar nuestras palabras, es crucial tener cuidado de no cruzar la línea hacia el histrionismo. Es decir, debemos evitar gestos excesivamente dramáticos o llamativos que puedan ser percibidos como exagerados o poco auténticos. En cambio, debemos cultivar ademanes adecuados que reflejen una personalidad tranquila y equilibrada, transmitiendo confianza y respeto en nuestras interacciones comerciales.