

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y DE VENTAS

Formación en métodos, técnicas y habilidades de ventas.





OBJETIVO DEL TALLER:

Fortalecer las capacidades de mipymes y emprendedores en el diseño, selección y gestión de canales de distribución efectivos, así como en la aplicación de estrategias de ventas que les permitan ampliar su alcance, aumentar su competitividad y mejorar sus resultados comerciales.

CONTENIDO



**CANALES DE
DISTRIBUCIÓN**

**TIPOS DE CANALES
DE DISTRIBUCIÓN Y
CÓMO ELEGIR EL
CORRECTO**

**CONOCIMIENTOS
DEL CONSUMIDOR**

**PRODUCTOS,
PRECIO,
PROMOCIÓN Y
LUGAR**

TIPOS DE MERCADO

**AUTOANÁLISIS DE
LIDERAZGO**



CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución son el camino o ruta que sigue un producto o servicio para llegar desde el fabricante hasta el consumidor final, e incluyen los medios y organizaciones (como mayoristas, minoristas, distribuidores, ventas online) que facilitan este proceso.

Existen canales **directos**, donde no hay intermediarios, e **indirectos**, que involucran a uno o más intermediarios. La elección del canal adecuado es fundamental para la estrategia de marketing y la satisfacción del cliente.

Tipos de Canales de Distribución



CANALES DIRECTOS

El fabricante vende directamente al consumidor final sin intermediarios.

Ejemplos: Venta online (e-commerce), tiendas propias del fabricante.



CANALES INDIRECTOS

Involucran a uno o más intermediarios para llevar el producto al cliente.

Canal corto: Incluye un intermediario, como un minorista, entre el fabricante y el consumidor.

Canal largo: Incluye múltiples intermediarios, como mayoristas y minoristas.



CANALES HÍBRIDOS

Combinan la venta directa con el uso de intermediarios, llegando a los clientes a través de múltiples vías.



CANALES INVERSOS

Permiten a los clientes devolver productos defectuosos o no deseados a la empresa, iniciando un proceso de devolución.



IMPORTANCIA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Acceso y disponibilidad del producto:

Aseguran que los productos estén al alcance de los consumidores en el momento y lugar adecuados

Satisfacción del cliente:

Una distribución efectiva contribuye directamente a la experiencia del cliente y a la percepción de la marca.

Estrategia de marketing:

Son una parte clave de la estrategia de marketing, influyendo en la eficiencia y los costes de la comercialización.

Relaciones con socios comerciales:

Gestionan las relaciones con los intermediarios en la cadena de suministro



Factores a considerar al elegir un canal



VENTAS COMO PROFESIÓN



Importancia de construir relaciones sólidas con los clientes

¡Las ventas son una profesión emocionante y dinámica! Implican mucho más que simplemente vender productos o servicios; se trata de construir relaciones sólidas con los clientes, comprender sus necesidades y encontrar soluciones.



Habilidades clave: comunicación efectiva, empatía y persuasión

La clave del éxito en ventas es la comunicación efectiva, la empatía y la capacidad de persuasión.

PARADIGMAS DE VENTAS



- **De vendedor a asesor**
- **Enfoque en la experiencia del cliente**
- **Ventas consultivas**
- **Ventas basadas en datos**
- **Relación a largo plazo**
- **Venta multicanal**
- **Empoderamiento del cliente**



QUE ES UN PRODUCTO?

En marketing, el producto se refiere a cualquier bien tangible o intangible que se ofrece al mercado con el objetivo de satisfacer una necesidad o deseo de los consumidores.

1

IDENTIFICA LOS
PUNTOS CLAVE DEL
PRODUCTO

2

ESTRUCTURA TU
PRESENTACIÓN

3

UTILIZA UN
LENGUAJE CLARO Y
PERSUASIVO

4

UTILIZA MEDIOS
VISUALES

5

MANEJA LAS
OBJECIONES



PRECIO DE VENTA

Un precio de venta es la cantidad que establece un vendedor para la adquisición de los bienes o servicios que ofrece por parte del comprador.

Este monto representa el valor económico que tienen los bienes en el mercado y que se intercambian en una operación personal o comercial.

El precio de venta de los productos afecta directamente al éxito general de la empresa, desde el flujo de caja hasta los márgenes de ganancia, pasando por la demanda de los clientes.



A la hora de calcular
un **precio de venta**
sostenible para un
producto, debes
seguir los siguientes
pasos:

1

SUMA TUS COSTES VARIABLES
(POR UNIDAD)

2

TEN EN CUENTA TU MARGEN DE
GANANCIA

3

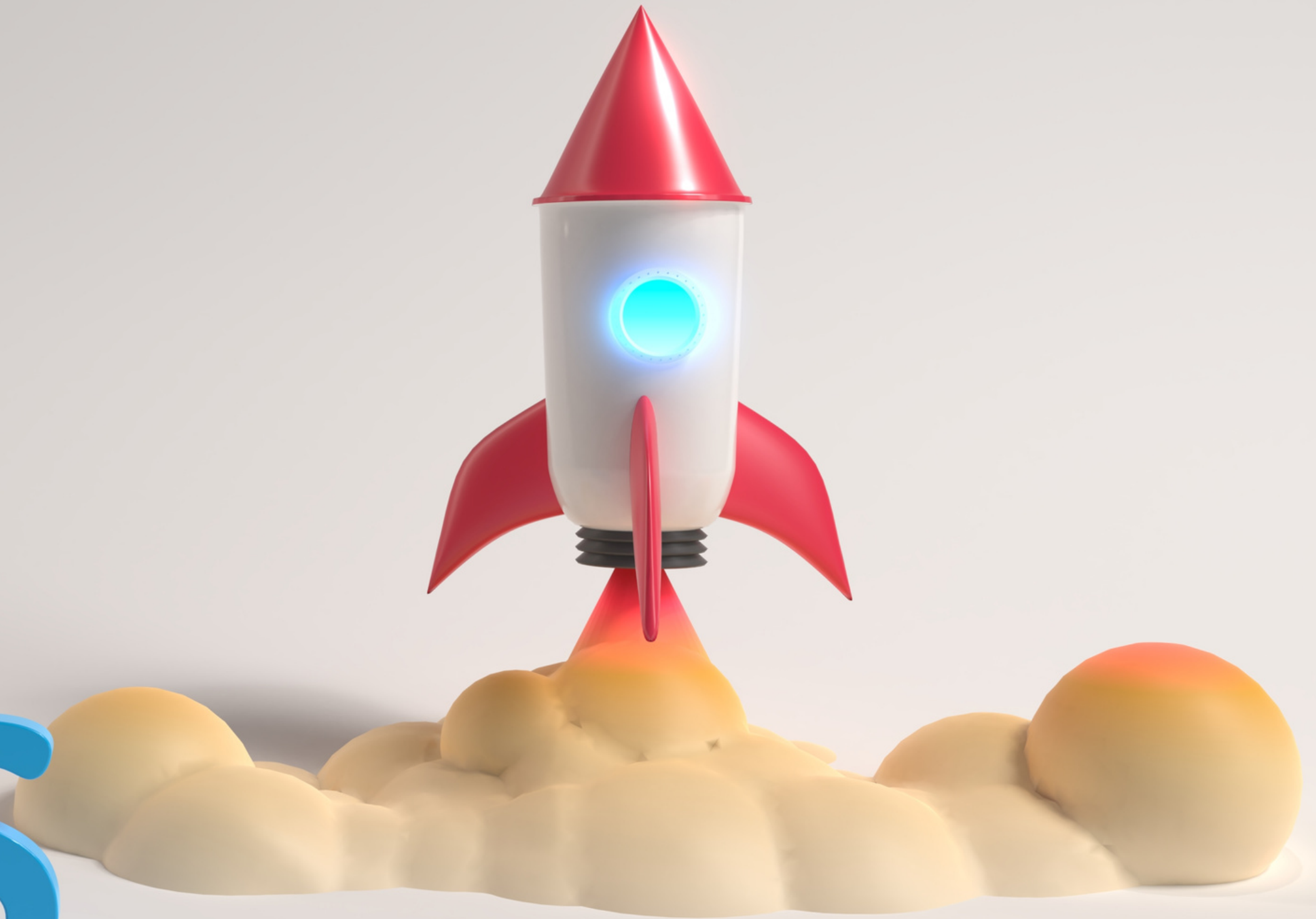
NO TE OLVIDES DE TUS COSTES
FIJOS



PROMOCIÓN DE VENTAS

La promoción de ventas es el conjunto diverso de herramientas de incentivo, en su mayoría de corto plazo diseñadas para estimular una compra mas rápida y mayor de determinados producto o servicios por parte de los consumidores del mercado..

SALES



OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN DE VENTAS:



FOMENTAR EL RECONOCIMIENTO DE LA MARCA



DESPERTAR LA CURIOSIDAD DEL CONSUMIDOR



GENERAR VENTAS MAS RAPIDAS



GENERAR CONVERSACIONES EN REDES SOCIALES

TIPOS DE PROMOCIÓN DE VENTAS



CUPONES



DESCUENTOS



CLIENTE

Es la persona que compra productos o servicios de una empresa, tiene como objetivo satisfacer una necesidad, resolver un problema o complacer un deseo.

TIPOS DE CLIENTES

01

CLIENTE INFORMADO

06

CLIENTE NEGOCIADOR

02

CLIENTE IMPULSIVO

07

CLIENTE APOSTOL O
EMBAJADOR DE LAMARCA

03

CLIENTE INDECISO

08

CLIENTE LEAL

04

CLIENTE CONFUNDIDO

09

CLIENTE REHÉN

05

CLIENTE SILENCIOSO

10

CLIENTE MERCENARIO





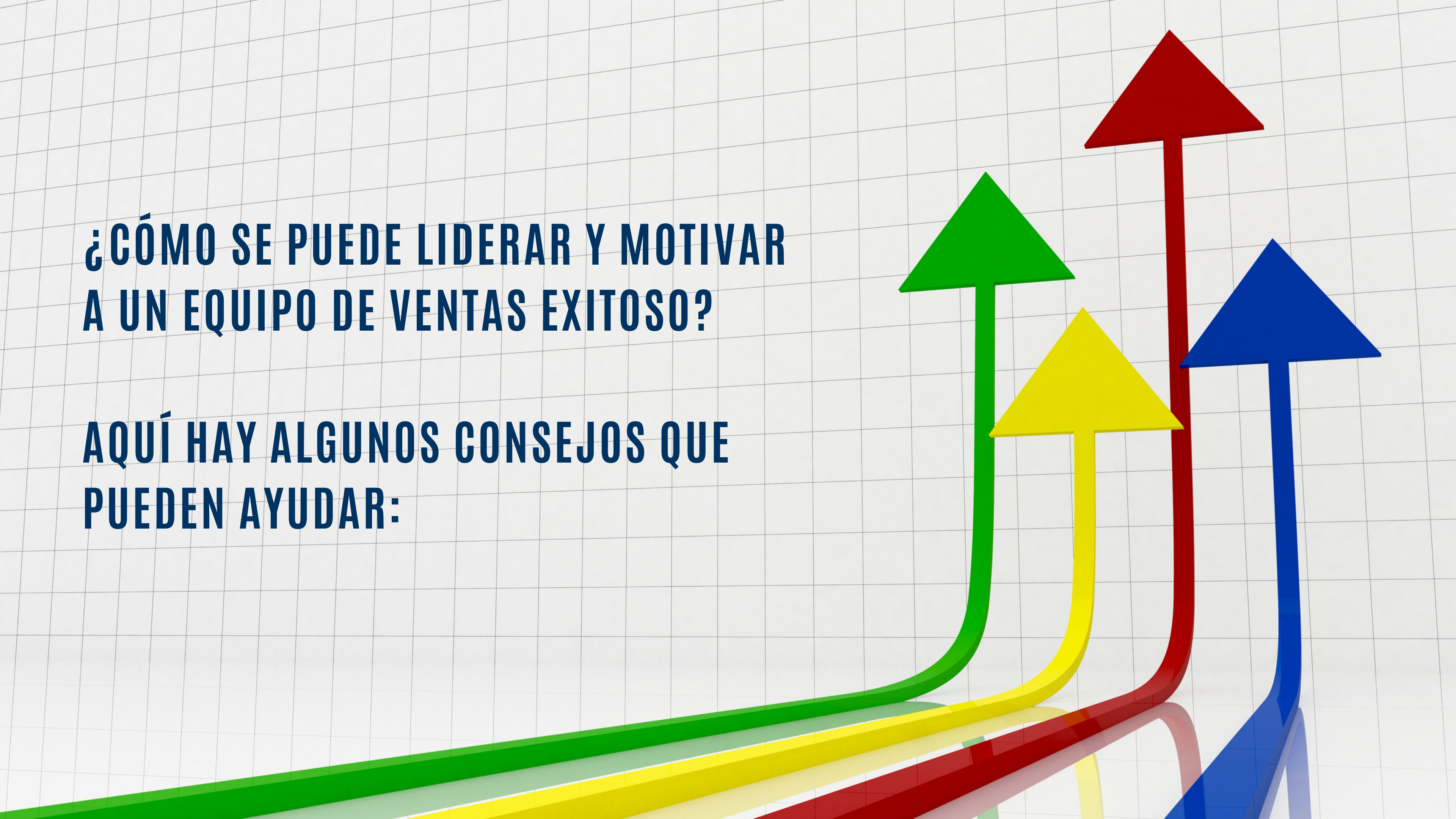
LIDERAZGO

El liderazgo en ventas es un factor clave en el éxito de cualquier equipo de ventas. Los líderes efectivos pueden motivar y guiar a su equipo hacia el logro de los objetivos de la empresa, incluso en los momentos más desafiantes.



**¿CÓMO SE PUEDE LIDERAR Y MOTIVAR
A UN EQUIPO DE VENTAS EXITOSO?**

**AQUÍ HAY ALGUNOS CONSEJOS QUE
PUEDEN AYUDAR:**



ESTABLECER METAS CLARAS

Los líderes de ventas deben trabajar con su equipo para establecer metas específicas y alcanzables que estén alineadas con los objetivos generales de la empresa. Las metas deben ser claras, medibles y realistas.



COMUNICACION EFECTIVA

Una comunicación clara y efectiva es esencial para mantener a todo el equipo de ventas informado y motivado. Los líderes deben comunicar regularmente los objetivos, las expectativas y las estrategias de ventas a su equipo.



FORMACION Y DESARROLLO

Los líderes de ventas deben invertir en la formación y el desarrollo de su equipo, ofreciendo capacitación en ventas y herramientas para ayudar a los vendedores a mejorar sus habilidades y conocimientos.





RECONOCIMIENTO Y MOTIVACION

El reconocimiento y la motivación son clave para mantener a los vendedores comprometidos y motivados. Los líderes de ventas deben reconocer el buen trabajo de su equipo y proporcionar incentivos y recompensas que los motiven a lograr más.



FOMENTAR UN AMBIENTE DE TRABAJO POSITIVO

los líderes de ventas deben fomentar un ambiente de trabajo positivo y colaborativo donde los vendedores se sientan cómodos compartiendo ideas y colaborando entre sí.

EN RESUMEN...

El liderazgo en ventas es un componente crítico del éxito en ventas. Un líder efectivo puede motivar y guiar a su equipo hacia el éxito, estableciendo metas claras, comunicándose efectivamente, proporcionando formación y desarrollo, reconociendo y motivando a su equipo, y fomentando un ambiente de trabajo positivo y colaborativo.



GRACIAS





Consejo Nacional de Promoción y Apoyo a la Micro,
Pequeña y Mediana Empresa



**Accede a nuestro Grupo
de Whastapp**



**Inscribete en nuestra
Aula Virtual**



**809-473-6089
Ext. 265 / 330**



promipyme.gob.do



@promipymerd