



Las cinco dimensiones del vendedor excepcional©
Taller dinámico de 5 horas.

***“No es suficiente el deseo de pescar en abundancia,
también hay que saber usar la red”***
- Sabiduría China -

introducción

Los resultados de la investigación de la organización Gallup son contundentes al respecto de lo que es verdaderamente importante en el desempeño de los vendedores; dejan fuera las modas e ideas románticas de muchos escritores “magos” y se concentran en lo que lleva al vendedor a resultados excepcionales, nos referimos a sus fortalezas, a lo mejor de sí mismos.



“La investigación indica que buena parte de lo que se ha escrito sobre ventas tiene poca relación con los factores verdaderamente importantes, la mayoría de los gerentes y algunos “escritores magos” están completamente equivocados sobre lo que se necesita para tener un desempeño sobresaliente en ventas; no existe un polvo mágico para transformar en buenos vendedores a quienes no lo son; los malos vendedores permanecen inmunes tanto al garrote como a la zanahoria. “Cualquier persona puede vender siempre y cuando se esfuerce y tenga la capacitación suficiente”, este tipo de mitos afloran una y otra vez. Infortunadamente esas nociones erróneas se han tomado como base para la gestión de ventas obstaculizando inadvertidamente la productividad de los vendedores. Los mitos y las ideas equivocadas de los “magos” se las arreglan para perdurar en contra de la razón y de la evidencia.”

Tony Rutigliano & Benson Smith de la organización Gallup en su libro: *Descubra sus fortalezas de ventas, 2002.*

Los vendedores actuales tienen que enfrentar clientes que:

- » Están muy informados sobre lo que compran.
- » Tienen cambios constantes en sus motivadores de compra.
- » Desean que sus expectativas sean comprendidas, satisfechas y rebasadas.
- » Son exigentes.
- » Son cautelosos, principalmente con su dinero.
- » Tienen muchas alternativas para comprar.
- » Tienden a no ser fieles a un proveedor y/o una marca.

objetivos

El **Taller dinámico “Las cinco dimensiones del vendedor excepcional”**® tiene como objetivos:

- » Potenciar sus mejores talentos de ventas.
- » Practicar las técnicas más efectivas de cada una de las cinco dimensiones para iniciar el desarrollo de habilidades.
- » Incrementar su asertividad en el cierre de ventas.
- » Obtener ayuda para generar clientes-promotores.
- » Obtener ayuda para liderar y gestionar el cambio requerido por un entorno crítico en el que el cliente tiene el poder.

el taller

Unidad 1 - Introducción y preparación para la acción.

- » Test “Mi alineación con las cinco dimensiones del vendedor excepcional”. (Previo al taller le enviaremos por email un pre-work para que conteste el test.)
- » Resultados de las investigaciones de la organización Gallup al respecto de las cinco dimensiones de los vendedores excepcionales.

Unidad 2 - Las cinco dimensiones de los vendedores excepcionales.

- » El proceso profesional de ventas y su relación con las 5 dimensiones de los vendedores excepcionales
- » La relación de mis fortalezas de ventas con mi auto motivación y con el orden y la estructura necesarios para realizar el trabajo de ventas sin complicaciones.
- » La capacidad para generar relaciones de confianza y para comprender y resolver las necesidades de los clientes.
 - La alineación de los atributos con las percepciones de Daniel Kahneman.
 - Razones y emociones implícitas al tomar una decisión de compra.
 - Los valores críticos que debemos entregar a los clientes (Gallup).
 - Técnica EPTC para detectar las verdaderas necesidades de los clientes.
- » La capacidad para generar compromisos con los clientes.
 - Las reglas de negociación de John Forbes Nash. Jr.
 - Prevención de objeciones.
 - Técnica de reformulación de objeciones y de cierre directo.
- » Métodos de prospección. Incubadora de prospectos. Fidelizar clientes o morir.
- » Ejemplos, mejores ideas, prácticas de todo en conjunto con diferentes niveles de dificultad y plan de acciones futuras.

El proceso profesional de ventas.



“Por encima del marketing, por encima de las promociones y aún por encima del precio, son los clientes-promotores el combustible del crecimiento sostenido de una empresa”
 - Marcus Buckingham & Curt Cuffman, organización Gallup -

experiencia
conocimiento
responsabilidad
talento

El facilitador.



Jesús González Hernández cuenta con experiencia directa en consultoría y capacitación especializada en ventas de autos y camiones desde 1980. Fue seleccionado por The University of Toyota USA con sede en Torrance, CA. para participar en un completo proceso de entrenamiento en coaching, ventas y en técnicas avanzadas de capacitación. Ha colaborado con Toyota Motor Sales México en el desarrollo e impartición de diversos tipo de cursos para la red de distribuidores.

Entre otros estudios, ha cursado diversas especialidades en mercadotecnia y diplomados como el de Alta Dirección de Empresas (IESDE), Formación de Instructores (COPARMEX México), Formación como Facilitador en Procesos de Mejora Continua (NAFINSA-ITESM), Método de Kepner-Tregoe de Análisis de Problemas y Toma de Decisiones (El Paso, Tx.), y un Diplomado en Metodología de Capacitación vía Internet (UDLA).

Ha trabajado para varios tipos de empresas e Instituciones, entre ellas Coparmex Puebla en donde Jesús fue Presidente del Consejo de Capacitación en el 2005. Ha sido invitado como conferencista en convenciones de agrupaciones empresariales como Canaco, Coparmex, la Asociación Nacional de Ejecutivos de Crédito y Cobranzas, el Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, la Asociación Mexicana de Ejecutivos de Ventas y Mercadotecnia, la Asociación Nacional de Organizadores de Eventos, la Asociación Nacional de Cirujanos Plásticos, el Colegio Nacional de Alta Dirección Médico-Administrativa, la Asociación Mexicana de Directivos de Recursos Humanos y la Expo Capacitación en el 2008.

Ha impartido clases, cursos, conferencias y ha desarrollado diversos tipos de proyectos de consultoría para el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, la Universidad del Valle de México, la Universidad Autónoma de Puebla, la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, la Universidad Autónoma del Estado de Guerrero, el Instituto de Estudios Universitarios y la Universidad de las Américas de Puebla. Ha sido consultor de empresas como Quaker State, Malta Cleyton, Sony y Motorola en donde impartió un completo programa de ventas en varios países de Centro y Sudamérica.

Como consultor y expositor, Jesús logra transmitir a los participantes la idea de que se exijan a sí mismos el máximo rendimiento en su vida profesional y en su manejo emocional. Hace énfasis en enriquecer el estilo de liderazgo, favorecer el autocontrol, fortalecer la comunicación, mejorar la toma de decisiones, y en general, lograr potenciar la capacidad de las personas.

algunos clientes

Directamente o en conjunción de esfuerzos con distintas empresas, organizaciones, universidades e instituciones, Jesús ha atendido a:

- Toyota Motor Sales México - The University of Toyota USA.
- Asociación Mexicana de Distribuidores General Motors.
- Asociación Nacional de Distribuidores de Automóviles Nissan.
- Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores.
- Asociación Mexicana de Ejecutivos de Crédito y Cobranzas.
- Asociación Mexicana de Ejecutivos de Ventas.
- Asociación Mexicana de Niños Robados y Desaparecidos.
- Asociación en Pro de Personas con Parálisis Cerebral (APAC).
- Asociación Nacional de Cirujanos Plásticos.
- Colegio Nacional de Alta Dirección Médico Administrativa.
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Universidad del Valle de México.
- Universidad Autónoma de Puebla.
- Benemérita Universidad Autónoma del Estado de Puebla.
- Universidad de las Américas (UDLA).
- Universidad Autónoma del Estado de Guerrero.
- Instituto de Estudios Universitarios.
- Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas.
- Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas.
- Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica.
- Canaco.
- Coparmex.
- Motorola.
- TMM Brummer.
- Sony.
- Quaker State.
- Cummins.
- Banco HSBC.
- Pensiones Bancomer.
- AIG Seguros.
- Seguros Comercial América.
- Seguros Monterrey New York Life.
- Asemex Cia. Aseguradora.
- Médica Integral GNP.
- Bosch Rexroth y Bosch Skil.
- Viajes Felgueres Helena.
- Harmon Hall.
- Millikan.
- Malta Cleyton.
- Symnetics (Balanced Scorecard).
- Grupo Imagen.
- Grupo de autotransporte ADO.
- Grupo Bachoco.
- Grupo Panalpina.
- Grupo Royal Resorts.
- Grupo Exterior.
- Grupo Rivero.
- Grupo ADT.

algunos clientes (cont.)

- Grupo Surtidora.
- Grupo Alebrije.
- Grupo Imagen.
- Cablemas.
- First Quality Chemicals.
- Bristol Myers Squibb.
- Farmacias del Ahorro.
- Profesional Médica Farcoral.
- ANCE (Certificación en NOM).
- Skytel.
- American Industries.
- GV International.
- Corporativo Gruges.
- Autofinanciamiento Integral.
- Crehinvest - Crehmark.
- Aerored.
- Cocrear.
- Financiera Sofic.
- Subli-impresos.
- Papelería El Tintero
- Seguridad Privada y Electrónica.
- RHNET - GN10.
- Auto Camiones Rivera.
- Impulsora de Proyectos Inmobiliarios.
- Alimentos RYC.
- Carlo Rossano