

SECTOR COMERCIO



MÓDULO VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS INTANGIBLES (100 Horas)



PRESENTACIÓN

Este módulo es el instrumento técnico que describe las capacidades (conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes) identificadas con el sector comercio (empleadores y trabajadores) y que serán desarrolladas a través de programas de capacitación, preparando a los participantes para desempeñarse en puestos de trabajo relacionados con las tareas de Venta de productos o servicios intangibles.

Características:

El módulo de Venta de productos o servicios intangibles te prepara para trabajar como:

1. Personal de ventas.
2. Otros afines al puesto.

El módulo de Venta de productos o servicios intangibles tiene una duración de 100 horas cronológicas, como mínimo.

✓ La vigencia del módulo es desde..... hasta.....

El programa de capacitación del módulo de Venta de productos o servicios intangibles sugiere las unidades de aprendizaje o cursos:

1. Preventa, identificación de mercado potencial y conocimiento del servicio que oferta.
2. Venta de intangibles en un clima de confianza.
3. Postventa de intangibles y conformidad del cliente.



Módulo de Capacitación N° 1

VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS INTANGIBLES

Asociado a la Unidad de Competencias N° 1

Realizar la preventa, venta y postventa de intangibles, considerando las características del cliente, procedimientos de la empresa y manejo administrativo.

CAPACIDADES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>1. Realizar la preventa de intangibles, identificando el mercado potencial y garantizando el conocimiento del servicio que oferta.</p>	<p>1.1 Mantiene una adecuada presentación personal; realiza la prospección de clientes y sistematiza la información en diferentes medios, consignando información importante según el servicio a vender.</p> <p>1.2 Elabora, clasifica y ordena la base de datos del mercado potencial de clientes, de acuerdo al tipo de servicio a vender, considerando ubicación geográfica, tipo de clientes y sectores económicos.</p> <p>1.3 Revisa y actualiza periódicamente la base de datos de los clientes; prepara una presentación telefónica (speech) para comunicarse con los clientes potenciales y concerta cita con ellos, precisando lugar, fecha, hora, considerando las plantillas establecidas por la empresa.</p> <p>1.4 Organiza y prepara la carpeta con información sobre el servicio a ofrecer para realizar la venta, considerando las plantillas establecidas por la empresa.</p>
<p>2. Efectuar la venta de intangibles, generando un clima de confianza y seguridad, a partir de las técnicas pertinentes.</p>	<p>2.1 Mantiene una buena presentación personal y se presenta puntualmente a la cita; empieza el diálogo y la presentación personal, como vendedor del servicio, comunicando tanto los datos personales como los de la empresa, de acuerdo con las normas correspondientes.</p> <p>2.2 Presenta la empresa y el servicio que ofrece; emplea el hilo conductor como técnica; propicia la comunicación con el cliente para dar continuidad al proceso, creando un clima cómodo y confiable.</p> <p>2.3 Aplica técnicas para identificar las características del cliente, y las utiliza para facilitar la venta del servicio, para el manejo de objeciones a la venta, generando confianza y seguridad, logrando el convencimiento de la necesidad del servicio.</p> <p>2.4 Realiza el cierre de la venta a través de la firma del contrato; obtiene información sobre el servicio; acuerda una nueva visita en caso la venta no se concrete y entrega <i>merchandising</i> de la empresa, de acuerdo con las normas establecidas.</p>



<p>3. Realizar la postventa de intangibles, logrando la satisfacción del cliente con el servicio, de acuerdo con los procedimientos sugeridos.</p>	<p>3.1 Mantiene una adecuada presentación personal; indaga sobre la satisfacción del cliente con el servicio adquirido e informa sobre nuevos servicios de la empresa, de acuerdo con las necesidades del cliente.</p> <p>3.2 Ofrece nuevos servicios de la empresa al cliente, manteniendo una comunicación permanente, de acuerdo con las necesidades del cliente y procedimientos de la empresa.</p> <p>3.3 Mantiene la fidelización del cliente con una asidua comunicación y reconoce los contactos para ampliar la base de datos de clientes, de acuerdo con los procedimientos de la empresa.</p>
<p>4. Realizar el manejo administrativo de la venta de intangibles, de forma ordenada y de acuerdo con los procedimientos sugeridos.</p>	<p>4.1 Mantiene una adecuada presentación personal; elabora reportes de visitas con la información cuantitativa y cualitativa del proceso de venta realizado, de acuerdo con los procedimientos de la empresa.</p> <p>4.2 Informa oportunamente a los clientes sobre la agenda de las próximas visitas y entrega los reportes al supervisor encargado, de acuerdo con los procedimientos de la empresa.</p> <p>4.3 Participa en diversas actividades como reuniones, talleres, seminarios, cada cierto periodo de tiempo junto con el equipo de ventas y el supervisor a cargo, para brindar información sobre el diagnóstico del mercado y afianzar la motivación propia del personal.</p>

CONTENIDOS BÁSICOS

- Técnicas básicas de prospección.
- Computación básica.
- Mercado.
- Tipos de clientes.
- Procedimientos técnicos y administrativos.
- Técnicas de comunicación y venta.
- Técnicas para el manejo de objeciones.
- Manejo de lenguaje verbal, no verbal y gestual.
- Técnicas de satisfacción del cliente.
- Técnicas de fidelización del cliente.
- Conocimiento para la búsqueda de referidos.
- Tipos de reporte.

ACTITUDES

- Cuidado del medio ambiente, segregación de residuos y uso adecuado de los materiales.
- Confianza en la propia capacidad personal.
- Respeto por las opiniones, estrategias y soluciones de los otros.
- Responsabilidad en el manejo de las máquinas, herramientas y equipos.
- Cumplimiento de las normas de seguridad establecidas.



- Cooperación y trabajo en equipo.
- Orden, limpieza y cuidado del lugar de trabajo y el medio ambiente en general.
- Cumplimiento de las instrucciones y las especificaciones técnicas.

CONTEXTO FORMATIVO (requisitos mínimos)

Equipo personal:

- Agenda.
- Celular.
- Maletín.
- Fotocheck.
- Uniforme de trabajo.

Equipamiento:

- Computadora.
- Impresora.
- Teléfono.
- Fotocopiadora.

Insumos/ Materiales

- Brochure.
- Lapicero.
- Hojas.
- Fólderes.
- Archivadores.
- Útiles de oficina.

Información / Formatos:

- Contrato preescrito.
- Reporte de visitas.
- Plantilla de speech de llamada telefónica.
- Plantilla de speech de presentación de la empresa y servicio.

Productos y Resultados:

- Presentación e higiene personal adecuada.
- Base de datos elaborada y ordenada considerando información general de clientes (nombre, dirección, teléfono, persona de contacto).
- Base de datos filtrada de acuerdo con la potencialidad de la venta y ubicación geográfica cercana.
- Presentación telefónica elaborada por escrito, de ser el caso, según plantilla establecida por la empresa.
- Agenda de trabajo programada diaria y semanalmente, de acuerdo con las citas concertadas.
- Carpeta con información sobre el servicio por ofrecer completamente organizada.
- Presentación del servicio por ofrecer elaborada por escrito, de ser el caso, según plantilla establecida por la empresa.
- Comunicación cortés y fluida durante la presentación ante el cliente.
- Información sobre la empresa y el servicio otorgada correctamente.
- Técnicas de venta aplicadas correctamente, de acuerdo con el perfil del cliente.
- Manejo correcto de las objeciones al servicio durante el proceso de venta.
- Contrato de venta suscrito correctamente.



- Clientes informados sobre los procedimientos técnicos y administrativos correctamente.
- Cliente informado sobre los nuevos servicios que ofrece la empresa.
- Contrato de renovación suscrito correctamente.
- Datos generales de los referidos otorgados por el cliente.
- Reporte diario de visitas elaborado correctamente.
- Información sobre el reporte diario de visitas y la agenda de visitas a clientes.
- Información pertinente sobre los clientes y el servicio ofrecido otorgada en las reuniones con el equipo de venta.
- Llenado del documento de reclamo, procesado y derivado correctamente.
- Cliente informado correctamente sobre la atención a su reclamo.

Espacios e Instalaciones

- Establecimiento o módulo de venta de 80 m2.

Perfil del formador o capacitador

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionadas a ventas de intangibles, según las buenas prácticas y las normas de salud y seguridad, acreditado mediante una de las formas siguientes:
 - Título profesional o certificación de competencias laborales.
 - Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo de capacitación.
2. Competencias pedagógicas o metodológicas acreditadas, de acuerdo con lo que establezcan las administraciones competentes.



CONSIDERACIONES PARA EL DESARROLLO DE LA CAPACITACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES
<p>1.1 Mantiene una adecuada presentación personal; realiza la prospección de clientes y sistematiza la información en diferentes medios, consignando información importante según el servicio a vender.</p>	<p>1.1.1 Mantiene una adecuada presentación personal (ropa de trabajo y uso de fotocheck).</p> <p>1.1.2 Realiza la prospección de clientes, de manera sistemática.</p> <p>1.1.3 Busca y sistematiza información sobre clientes en diferentes medios, consignando información relevante según el servicio por vender.</p>
<p>1.2 Elabora, clasifica y ordena la base de datos del mercado potencial de clientes, de acuerdo al tipo de servicio a vender, considerando ubicación geográfica, tipo de clientes y sectores económicos.</p>	<p>1.2.1 Elabora bases de datos del mercado potencial de clientes, considerando la información general de clientes potenciales.</p> <p>1.2.2 Clasifica y ordena la base de datos, de acuerdo al tipo de tipo de servicio a vender, considerando ubicación geográfica, tipo de clientes y sectores económicos.</p>
<p>1.3 Revisa y actualiza periódicamente la base de datos de los clientes; prepara una presentación telefónica (speech) para comunicarse con los clientes potenciales y concerta cita con ellos, precisando lugar, fecha, hora, considerando las plantillas establecidas por la empresa.</p>	<p>1.3.1 Revisa y actualiza periódicamente la base de datos de los clientes y contactos.</p> <p>1.3.2 Prepara protocolos de atención telefónica (speech) para comunicarse con los contactos priorizados como potenciales clientes, considerando las plantillas establecidas por la empresa.</p> <p>1.3.3 Concerta cita con los potenciales clientes, precisando lugar, fecha, hora, programando las visitas a realizar en la agenda de trabajo.</p>
<p>1.4 Organiza y prepara la carpeta con información sobre el servicio a ofrecer para realizar la venta, considerando las plantillas establecidas por la empresa.</p>	<p>1.4.1 Organiza la carpeta con información sobre el servicio a ofrecer (brochure, propuesta económica, contrato, información complementaria referida al servicio, tarjetas personales), de acuerdo con el perfil de los clientes y con los procedimientos establecidos por la empresa, de ser el caso.</p> <p>1.4.2 Prepara una presentación del servicio a ofrecer para realizar la venta, considerando las plantillas establecidas por la empresa.</p>
<p>2.1 Mantiene una buena presentación personal y se presenta puntualmente a la cita; empieza el diálogo y la presentación personal, como vendedor del servicio, comunicando tanto los datos personales como los de la empresa, de acuerdo con las normas correspondientes.</p>	<p>2.1.1 Mantiene una adecuada presentación personal (ropa de trabajo de ser caso y uso de fotocheck).</p> <p>2.1.2 Se presenta puntualmente a la cita, de acuerdo con la agenda de trabajo programada.</p>

	<p>2.1.3 Empieza el diálogo, aplicando técnicas de comunicación, considerando el tipo de cliente.</p> <p>2.1.4 Se presenta como vendedor del servicio, comunicando tanto los datos personales como de la empresa, de acuerdo con las normas correspondientes.</p>
<p>2.2 Presenta la empresa y el servicio que ofrece; emplea el hilo conductor como técnica; propicia la comunicación con el cliente para dar continuidad al proceso, creando un clima cómodo y confiable.</p>	<p>2.2.1 Presenta la empresa y posteriormente el servicio que ofrece, detallando las características y aspectos positivos.</p> <p>2.2.2 Emplea el hilo conductor, como técnica, para dar continuidad al proceso de venta.</p> <p>2.2.3 Propicia la comunicación con el cliente, creando un clima cómodo y confiable para la interacción.</p>
<p>2.3 Aplica técnicas para identificar las características del cliente, y las utiliza para facilitar la venta del servicio, para el manejo de objeciones a la venta, generando confianza y seguridad, logrando el convencimiento de la necesidad del servicio.</p>	<p>2.3.1 Aplica de manera permanente técnicas que le permiten identificar las características del cliente y para facilitar la venta del servicio (perfil del cliente).</p> <p>2.3.2 Emplea técnicas para generar la venta con el cliente.</p> <p>2.3.3 Emplea técnicas para el manejo de objeciones de la venta, generando confianza y seguridad, logrando el convencimiento de la necesidad del servicio.</p>
<p>2.4 Realiza el cierre de la venta a través de la firma del contrato; obtiene información sobre el servicio; acuerda una nueva visita en caso la venta no se concrete y entrega <i>merchandising</i> de la empresa, de acuerdo con las normas establecidas.</p>	<p>2.4.1 Realiza el cierre de la venta, a través de la firma del contrato, brindando el tiempo necesario para la revisión por el cliente.</p> <p>2.4.2 Obtiene información sobre el servicio y acuerda una nueva visita, en caso la venta no se concrete.</p> <p>2.4.3 Entrega <i>merchandising</i> de la empresa, de acuerdo con las normas establecidas.</p> <p>2.4.4 Mantiene enfocada la atención durante todo el proceso.</p>
<p>3.1 Mantiene una adecuada presentación personal; indaga sobre la satisfacción del cliente con el servicio adquirido e informo sobre nuevos servicios de la empresa, de acuerdo con las necesidades del cliente.</p>	<p>3.1.1 Mantiene una adecuada presentación personal (ropa de trabajo de ser el caso y uso de fotocheck).</p> <p>3.1.2 Indaga sobre la satisfacción del cliente con el servicio adquirido y absuelve consultas, de ser el caso.</p>

	3.1.3	Mantiene la fidelización del cliente con una asidua comunicación y reconoce los contactos para ampliar la base de datos de clientes, de acuerdo con los procedimientos de la empresa.
3.2 Ofrece nuevos servicios de la empresa al cliente, manteniendo una comunicación permanente, de acuerdo con las necesidades del cliente y procedimientos de la empresa.	3.2.1	Realiza la renovación del contrato, de ser el caso, de acuerdo con los procedimientos de la empresa.
	3.2.2	Mantiene un vínculo con el cliente de manera permanente (enviar saludos en fechas significativas, algún presente de atención), de ser el caso, de acuerdo con los procedimientos de la empresa.
3.3 Mantiene la fidelización del cliente con una asidua comunicación y reconoce los contactos para ampliar la base de datos de clientes, de acuerdo con los procedimientos de la empresa.	3.3.1	Sostiene la fidelización del cliente, a través de una comunicación periódica, de acuerdo con los procedimientos de la empresa.
	3.3.2	Identifica el círculo de influencia de los clientes o contactos, con la finalidad de ampliar la base de datos posteriormente.
4.1 Mantiene una adecuada presentación personal; elabora reportes de visitas con la información cuantitativa y cualitativa del proceso de venta realizado, de acuerdo con los procedimientos de la empresa.	4.1.1	Mantiene una adecuada presentación personal (ropa de trabajo y uso del fotocheck).
	4.1.2	Elabora reportes diarios de visitas con la información cuantitativa y cualitativa del proceso de venta realizado, de acuerdo con los procedimientos de la empresa.
4.2 Informa oportunamente a los clientes sobre la agenda de las próximas visitas y entrega los reportes al supervisor encargado, de acuerdo con los procedimientos de la empresa.	4.2.1	Informa a los clientes sobre la agenda de las próximas visitas, de acuerdo con los procedimientos de la empresa.
	4.2.2	Entrega los reportes al supervisor encargado, de acuerdo con los procedimientos de la empresa.
4.3 Participa en diversas actividades como reuniones, talleres, seminarios, cada cierto periodo de tiempo junto con el equipo de ventas y el supervisor a cargo, para brindar información sobre diagnóstico del mercado y afianzar la motivación propia del personal.	4.3.1	Participa en reuniones cada cierto periodo de tiempo junto con el equipo de ventas y el supervisor inmediato para brindar información sobre el diagnóstico del mercado y recibir la retroalimentación respectiva (<i>feedback</i>).
	4.3.2	Participa en diversas actividades (talleres, seminarios, etc.) orientadas a mejorar el desempeño y afianzar la motivación propia del personal.



FICHA TÉCNICA DEL PERFIL OCUPACIONAL Y MÓDULOS RELACIONADOS

Sector	Comercio
Familia productiva	Comercio minorista
División	Comercio al por menor
Código de perfil	G2347001
Perfil Ocupacional	Ventas de intangibles
Competencia general	Realizar la venta de intangibles (servicios) considerando las características del cliente, las técnicas de venta adecuadas y los procedimientos de la empresa; así como acciones de supervisión antes, durante y después del proceso de venta.

Nivel de competencia	Unidad de competencia	Código de la unidad de competencia	Módulos de capacitación	Código de módulos	Horas mínimas
2	Realizar la preventa, venta y postventa de intangibles, considerando las características del cliente, procedimientos de la empresa y manejo administrativo.	G2347001 - 1	Venta de productos o servicios intangibles	G2347001 - 1 - M1 - V1	100
3	Realizar la supervisión del equipo de vendedores de servicios (intangibles), de acuerdo con el tipo de venta, política de manejo de recursos humanos y normas de la empresa.	G2347001 - 2	Supervisión del equipo de vendedores de servicios intangibles	G2347001 - 2 - M2 - V1	140

