

Evolucionana tu manera de **PROSPECTAR**

Mtro. Julio Fabián Lozoya
González

The image features a green semi-transparent rectangular box in the center. Inside this box, the word "COFIDE" is written in a large, white, sans-serif font with a registered trademark symbol (®) to its upper right. Below "COFIDE", the words "CAPACITACIÓN EMPRESARIAL" are written in a smaller, white, sans-serif font. The background of the entire slide is a photograph of a man in a grey blazer standing in a meeting room, gesturing with his hands. In the foreground, there is a wooden desk with several laptops displaying charts and graphs, and some papers.

COFIDE[®]
CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

A thick, horizontal red brushstroke with a textured, painterly appearance, set against a solid black background. The stroke is slightly irregular and has some white speckling, giving it a hand-painted feel.

Julio Lozoya

TEACHING GROUP

Sesión 1

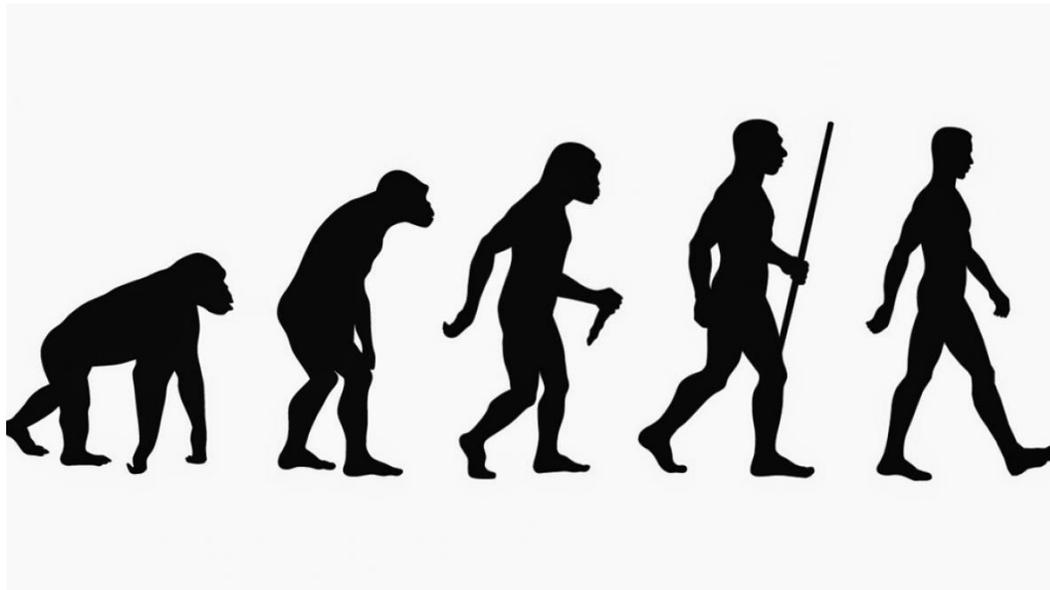
Tema 1

Cliente ideal

Antes

~~Identificar clientes potenciales~~

Prospectar





Rechazo

Prospectar Hoy

Identificar PERSONAS a quienes podemos
GENUINAMENTE ayudar con nuestros
productos/servicios

Cambio de actitud al prospectar

De querer presentar nuestros productos/servicios a escuchar a las personas para comprender sus problemas, necesidades y anhelo y entender si podemos ayudar



Sistema Antiguo (Poco Internet)

Características del producto

Sistema Antiguo actualizado (internet mas difundido)

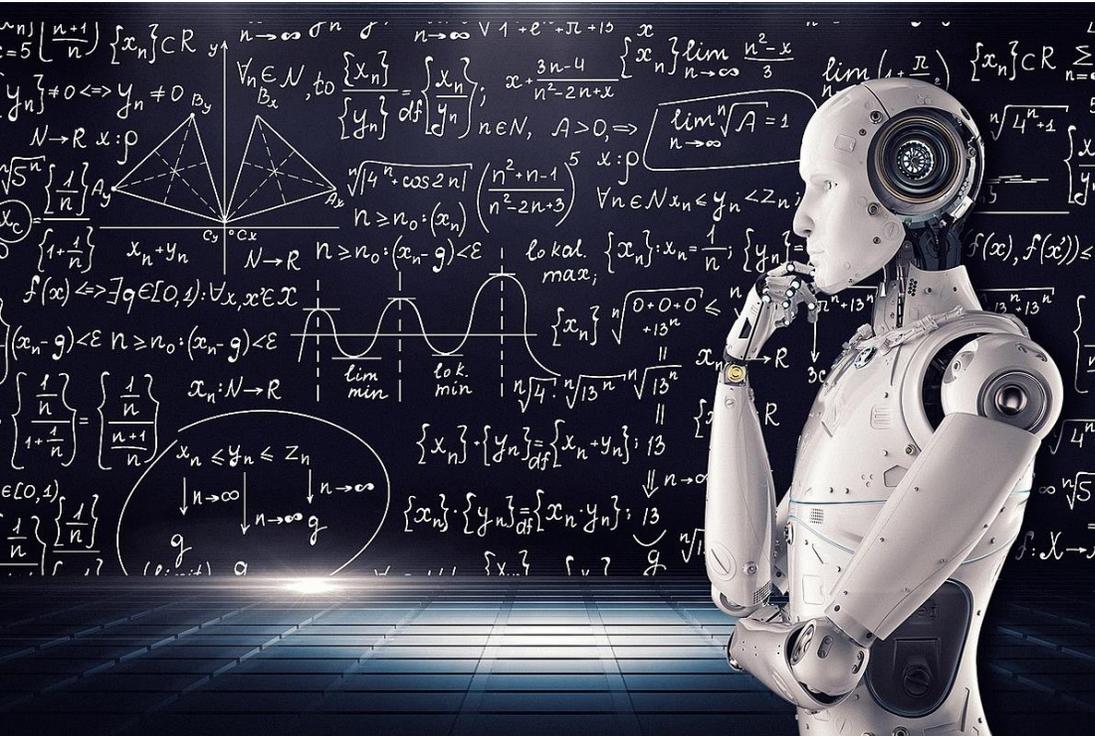
Beneficios

Sistema Nuevo (AI)

Resolver problemas (solo te necesito si me puedes ayudar)

Inteligencia Artificial

Deep Learning



¿Tienen la inteligencia humana?

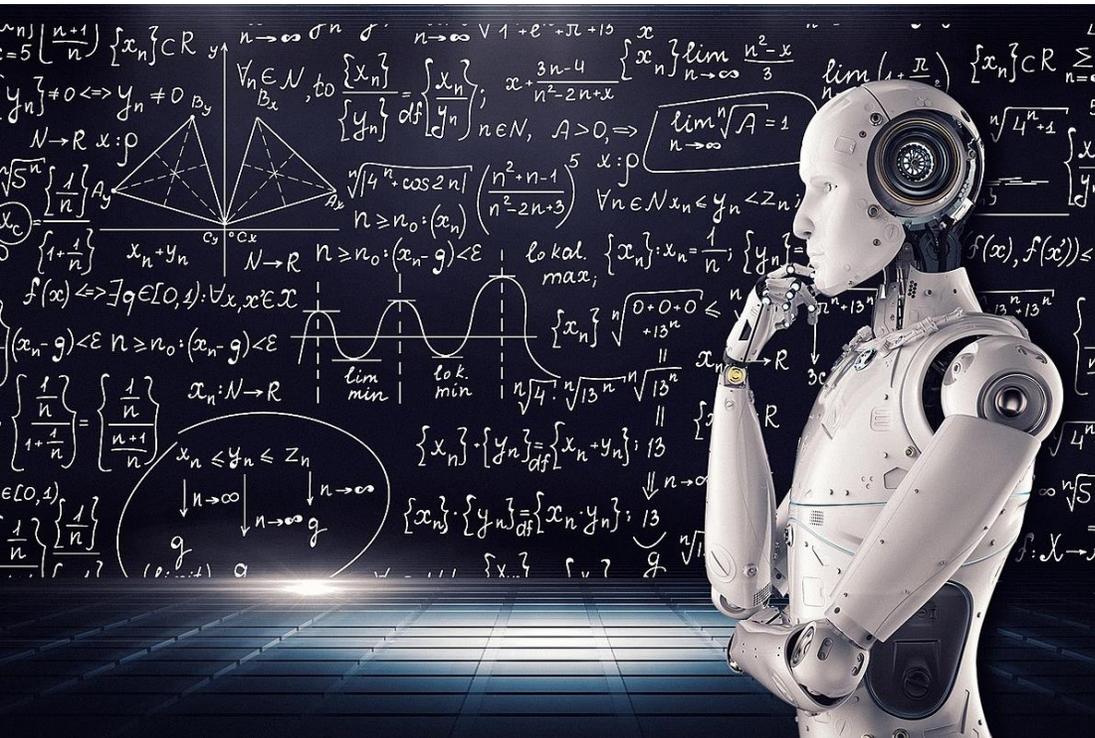
¿Como aprenden los seres humanos?

¿Como aprendemos?

Inferencia

- Deducción: Silogismos (no genera nuevo conocimiento)
- Inducción: Experiencia “Todos los días sale el sol”
(si genera nuevo conocimiento, pero puede tener errores)
- Abducción: Hipótesis y conjeturas (Resolver problemas, ciencia)

Inteligencia Artificial

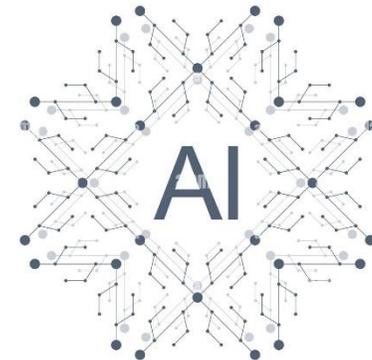


Usan deducción e inducción,
pero **NO USAN ABDUCCIÓN**

Es inteligencia, pero está muy
lejos de suplantar la inteligencia
humana abductiva (Ciencia,
resolución de problemas)

¿Quieres seguir vigente como vendedor?

Resuelve problemas



Prospectar Hoy

Identificar PERSONAS a quienes podemos
GENUINAMENTE ayudar con nuestros
productos/servicios

Para poder prospectar es necesario definir, primero

¿Qué problema resuelves?

Todos vamos a definirlo, al final de este módulo, para poder prospectar

Luego...
¿Quién tiene ese problema,
necesidad o anhelo?

Finalmente...

¿Dónde están esas personas?

Vamos a dedicarnos a
buscarlos para ayudarles

Sólo buscaremos
CLIENTES IDEALES

El nuevo sistema de ventas BASA SU ÉXITO en encontrar a las personas que podemos ayudar, no en convencer ni en persuadir a las personas

¿Qué es un cliente ideal?

¡Ayúdenme!, ¡Anótenlo!

Cliente ideal

1. Tiene el problema que tu resuelves
2. Quiere resolverlo
3. Tiene dinero para pagar tus servicios
4. *Que esté guapo, que te caiga bien....*

Al buscar a clientes ideales, nos aseguramos que las personas valoren nuestros servicios, porque “resolvemos sus problemas, necesidades y anhelos”

¿Cómo es tu cliente ideal?

Buyer Persona

No es un rango de personas como en marketing, es un puesto, empresa, industria, tamaño.. alguien "tangibile" con quien podemos reunirnos

Es buscar una
persona
pérdida en la
ciudad



Gustavo Manubes Montero

Fecha de nacimiento: **11 / 07 / 1988**

Fecha de los hechos: **31 / 08 / 2017**

Edad: **29 años**

Nacionalidad: **Mexicana**

Género: **Masculino**

Estatura: **1.63 mts. aprox.**

Peso: **85 Kg. aprox.**

Cabello: **lacio color negro**

Ojos: **café oscuro**

Señas particulares: **cicatriz en la base de la nariz, marcas en el hombro derecho por cargar tanques de gas, ambos brazos quemados por el sol**

Vestimenta: **playera cuello redondo color café, pantalón de mezclilla color azul marino, tenis amarillo fosforescente**

Lugar de los hechos: **Centro, Tabasco**

RESUMEN DE LOS HECHOS: El día jueves 31 de agosto de 2017, a las 19:00 el C. GUSTAVO MANUBES MONTERO, salio de su centro trabajo y hasta este momento se desconoce su paradero.

FGE TABASCO

(993) 313 65 50 Ext. 4210, 4074 y 4071.

Correos Electrónicos

Mail: bdpersonas_desaparecidas@fiscaliatabasco.gob.mx

¿Cómo es tu cliente ideal?

Buyer Persona

Sólo entendiendo a tu cliente ideal podrás “discriminar” y dejar de venderle a todo ser vivo con pulso y que respire

Armando Casas

Joven arquitecto de 30 años, dueño de su constructora, que se dedica a construir casas de interés social, vive en Polanco, tiene un jetta, dos hijos, casado, hace deporte, va al club Mundet, viaja por el interior de México una vez al mes, es agnóstico, es de centro en lo que respecta a la política, evita el tema



“Vamos a discriminar” como hacen los médicos Gastroenterólogo

No quieres PROSPECTOS para presentar tus servicios, eso lo hace internet, quieres...

“encontrar personas a las que puedes genuinamente ayudar con tus productos/servicios”

Tema 2.

Necesidades

Vender = Presentar

¿Porque los vendedores creen esto?



amazon

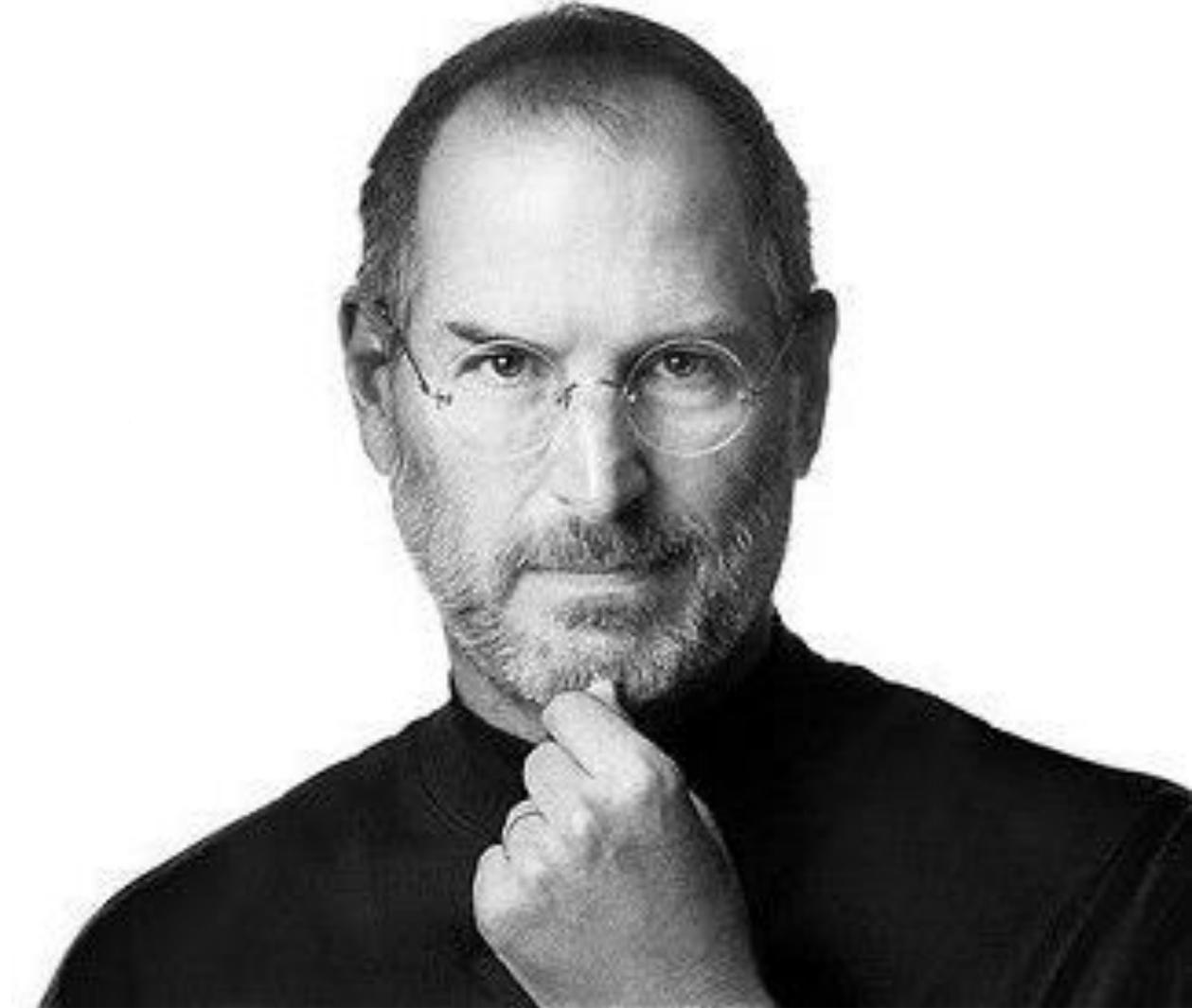
The Amazon logo, featuring the word "amazon" in a bold, black, lowercase sans-serif font. Below the text is a curved orange arrow that starts under the 'a' and points to the right, ending under the 'n'.

Hoy es muy difícil que alguien te
compre sólo por presentarle

¿Se pueden crear necesidades?

iNO!

Es una gran mentira que alguien inventó



¡Deja de pretender crear necesidades!
SATISFACE LAS YA EXISTENTES

Es mucho más rentable, como vendedor
**Asumir que no podemos crear
necesidades**



Prospectar Hoy

Identificar PERSONAS a quienes podemos
GENUINAMENTE ayudar con nuestros
productos/servicios

El vendedor actual se parece más a un médico que a un comercial



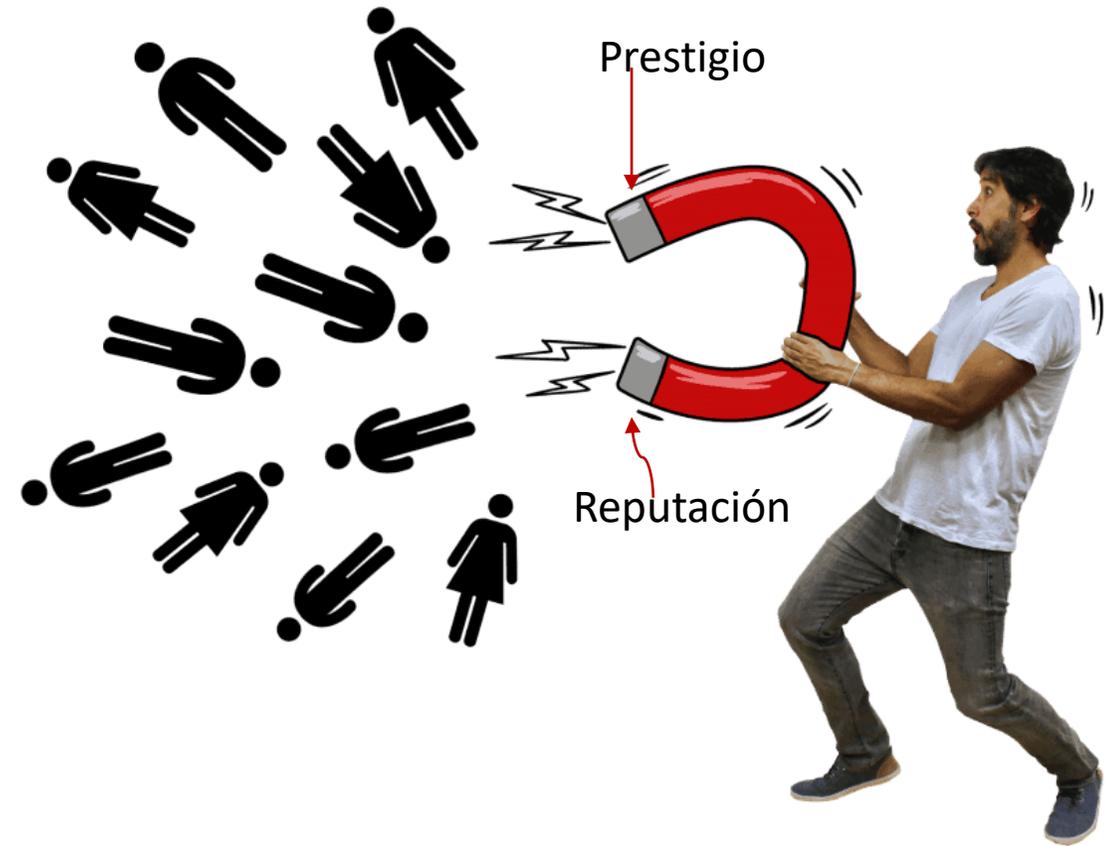
Hoy, pretender vender sin haber
generado confianza es
IMPOSIBLE

The new
Apple MacBook Pro



Las marcas ya
no son
suficientes

La clave del éxito en las ventas, actualmente, es **atraer** clientes por medio de tu prestigio y reputación



En lo que sigue hablaremos de
**¿Cómo generar confianza a través de
tu prestigio y reputación como
vendedor?**

¿Cómo nos posicionamos como EL EXPERTO DE CONFIANZA?

Tema 3.

General confianza

CONFIANZA

PROFESIONAL
"Prestigio
Profesional"
MARCA PERSONAL

PERSONAL
"Le importo, quiere
ayudarme"

DIGITAL
con todos
los
Prospectos

PRESENCIAL
con Key
Prospects

TODOS
tienen que saber
que eres experto

ENFOQUE
sólo en los más
rentables

¡OJO!
Necesitas tiempo por lo
que no puedes cambiar de
actividad profesional
porque pierdes
credibilidad y prestigio

Se
Necesita
RAPPORT

Para poder vender, en el nuevo sistema de ventas, es necesario crear Rapport, es decir, conectar con los prospectos, escucharlos, entenderlos

crear una relación estrecha con los prospectos

interesarnos de manera genuina en ellos

Pero no confundir queriendo “hacer amigos”

El vendedor energético de antes

Rapport

Rapport

Es el fenómeno en el que dos o más personas sienten que están en sintonía psicológica y emocional (simpatía) porque se sienten similares o se relacionan bien entre sí

Rapport

Video de
David Alonso García experto en PNL



Importante

Cuando quieres conectar con una persona con al intención de venderle, ¡se nota!, ¡se siente!
Por eso es importante que de manera genuina te intereses en la persona

Importante

Tus reales intenciones son detectadas y anticipadas por las Neuronas Espejo



No podemos engañar a las Neuronas Espejo
¿Qué hacemos entonces?

Convencerte a ti mismo que
**QUIERES AYUDAR A RESOLVER
PROBLEMAS**

Cuando logres esto, la magia sucederá

En resumen

- Prospectar es identificar personas a las que podemos genuinamente ayudar con nuestros productos/servicios
- Necesitas olvidarte de comunicar las características y beneficios de tus productos / servicios y debes entender, en cambio, que problema resuelves
- Vamos a definir que problema. Necesidad o anhelo resuelves con tus productos/servicios
- Vas a identificar también, quien tiene ese problema, necesidad o anhelo
- Vas a aterrizar tu concepto de cliente ideal, en un buyer persona, con la intención de encontrar a esa persona entre la multitud

- Una vez que hayas encontrado a tu buyer persona, vas a comunicarles que eres un experto de confianza con la intención de ganarte su confianza y que te permitan ayudarles
- Debes ser genuino con tus intenciones de ayudar, debes dejar en un papel secundario tus intenciones de hacer que la gente compre tus productos, lo primordial es ayudarles a resolver su problema, eso te permitirá hacerte de una reputación magnética que atraiga a otras personas para que les ayudes

Prospectar (conclusión)

Perseguir



Antes vs Ahora

Atraer



PRÁCTICA

Para la próxima sesión

1. ¿Qué problema resuelves **TU** con tus productos y servicios?
2. ¿Quién tiene ese problema, necesidad o anhelo? Responde con un buyer persona que contenga: Nombre, puesto, responsabilidad dentro de la empresa, características importantes que nos permitan encontrarlo
3. ¿Dónde están esas personas? Responde definiendo tipo de empresa, industria y demás datos que nos permitan ir ahí a buscar a las personas que tienen el problema que resuelves

PRÁCTICA

Para la próxima sesión

Recibirás dos formatos de ayuda para tu práctica

- Guía “Tu, ¿Qué problema resuelves?”
- Formato “Define a tu buyer persona”

La próxima sesión, de manera individual, revisaremos los avances y haremos ajustes

Sesión 2

Cada uno de los participantes debe definir

1. El problema, necesidad o anhelo que resuelve con los productos/servicios de la empresa
2. El Buyer Persona que tiene ese problema, necesidad o anhelo

Tema 1.

Tus productos

Tus productos

Características y beneficios

¿Qué productos/servicios vendes?

Anótalos

Tema 2.

¿Qué problema resuelves?

¿Qué problemas, necesidades o anhelos
resuelves con tus productos/servicios?

Anótalos

Debe ser un problema, necesidad o anhelo que sepas y te
guste resolver

TIPS

Para definir el
problema que
resuelves



Tema 3.

¿Quién tiene esos problemas?

¿Quién tiene esos problemas, necesidades o
anhelos?

Anótalos

BUYER PERSONA

Formato Define a tu buyer persona

DEFINE A TU BUYER PERSONA	
¿QUÉ PRODUCTO O SERVICIO VENDES?	
¿QUÉ PROBLEMA, NECESIDAD O ANHELO SOLUCIONA TU PRODUCTO O SERVICIO?	
PERFIL DE TU BUYER PERSONA	
DATOS DEMOGRÁFICOS	COMPORTAMIENTOS
EDAD	¿UTILIZA REDES SOCIALES?
SEXO	¿CUALES UTILIZA?
¿DONDE VIVE?	¿CÓMPRA POR INTERNET?
¿A QUÉ SE DEDICA?	¿CÓMPRA EN TIENDAS FÍSICAS?
NIVEL SOCIO-ECONÓMICO	¿LEE REVISTAS ANTES DE COMPRAR?
	¿QUÉ MÉTODOS DE PAGO PREFERE?
	OTROS COMPORTAMIENTOS RELEVANTES (Ejemplo: Es viajero frecuente, suele visitar grandes shoppings, etc.)
INTERESES	PROBLEMA
LIBROS	SOLUCIÓN
SERIES	
PELÍCULAS	
EDUCACIÓN	
HOBBIES	
DEPORTES	
REFERENTES	
VIDA SOCIAL	
REDES SOCIALES	
LUGARES FÍSICOS	
COMIDAS	
SITIOS WEB	
MÚSICA	
OTROS INTERESES	
PUESTO	DESCRIPCIÓN GENERAL
RAZONES POR LAS QUE COMPRA TU PRODUCTO/SERVICIO	EMPRESA
	CANTIDAD DE EMPLEADOS
	GIRO
	MERCADO
	INDUSTRIA
	PRINCIPAL ACTIVIDAD
	NACIONAL O INTERNACIONAL
	DIRECCIÓN OFICINAS CENTRALES
	WEBSITE
	TELÉFONO
	WHATSAPP
	OTROS DATOS IMPORTANTES

TIPS

Para definir tu BUYER PERSONA



Tema 4

¿Dónde están?

¿Dónde puedes encontrar a tu BUYER PERSONA? Anótalo

PRÁCTICA

Para la próxima sesión

1. Cada participante va a conseguir, de preferencia en LinkedIn, **100 personas** que cumplan con las características definidas para el BUYER PERSONA y conseguirá sus datos de contacto (mail, whatsapp, teléfono del conmutador de la empresa)
2. La próxima sesión mostrarán el listado en Excel con estas columnas: Nombre, Puesto, Empresa, Contacto (mail, whatsapp, tel ofna)

PRÁCTICA

Para la próxima sesión

Ejemplo de búsqueda de contactos en LinkedIn

Sesión 3

Tema 1.

Vendedor de Valor



Julio López

¿Quieres vender más?

Be an Expert!



Tema 2.

Comparte valor con tus prospectos

COMPARTE VALOR CON TUS PROSPECTOS

Ahora si, el momento de que el mundo sepa que eres un experto en resolver ese problema que tú resuelves con los productos y servicios de la empresa, ha llegado.

COMPARTE VALOR CON TUS PROSPECTOS

INSTRUCCIONES

Lo que vamos a hacer es muy sencillo vas a escribir un ¿sabías qué? breve, de 80 palabras, acerca del problema que tú resuelves, ese en el que eres experto y en el que ayudarás a las personas a resolver

COMPARTE VALOR CON TUS PROSPECTOS

INSTRUCCIONES

Una vez escrito, eso que escribiste será tu primera entrada de un blog, pero además lo pondremos en vídeo para que aprendas hablar frente a la cámara, con una herramienta que te va a facilitar las cosas de una manera espectacular.

COMPARTE VALOR CON TUS PROSPECTOS

INSTRUCCIONES

Adelante, manos a la obra, escribe esas 80 palabras y grábalas en video.

Mucho éxito, disfrútalo, diviértete haciéndolo

Tema 3.

100 prospectos

100 prospectos

Recuerdas la lista que hiciste con 100 nombres de personas que cumplen el perfil del BUYER PERSONA, bueno, ahora vas a compartirles a ellos el ¿sabías que?

1. ¿Tienes los datos de contacto?
2. ¿Está “bien para enviarse”?, ¿le arreglarías algo para enviarlo?

100 prospectos

Además, vas a subir a la red social que más impacto tenga entre tu buyer persona el ¿sabías que?

¿Qué quieres que suceda después de que les hayas enviado tu ¿sabías que?

ADELANTE, ¡Manos a la obra!



**POR SU
ATENCIÓN
¡GRACIAS!**

COFIDE[®]
CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

CONTÁCTANOS



PÁGINA WEB

www.cofide.mx



TELÉFONO

01 (55) 46 30 46 46



DIRECCIÓN

Av. Río Churubusco 594 Int. 203,
Col. Del Carmen Coyoacán, 04100
CDMX

SIGUE NUESTRAS REDES SOCIALES



COFIDE



Cofide SC



Cofide SC



@cofide.mx