

RETO “EL PROCESO DE VENTA EN NUESTRA EMPRESA”

FAMILIA PROFESIONAL: **COMERCIO Y MARKETING**

CICLO FORMATIVO: **CICLO DE GRADO MEDIO ACTIVIDADES COMERCIALES**

MÓDULO: **PROCESO DE VENTA**

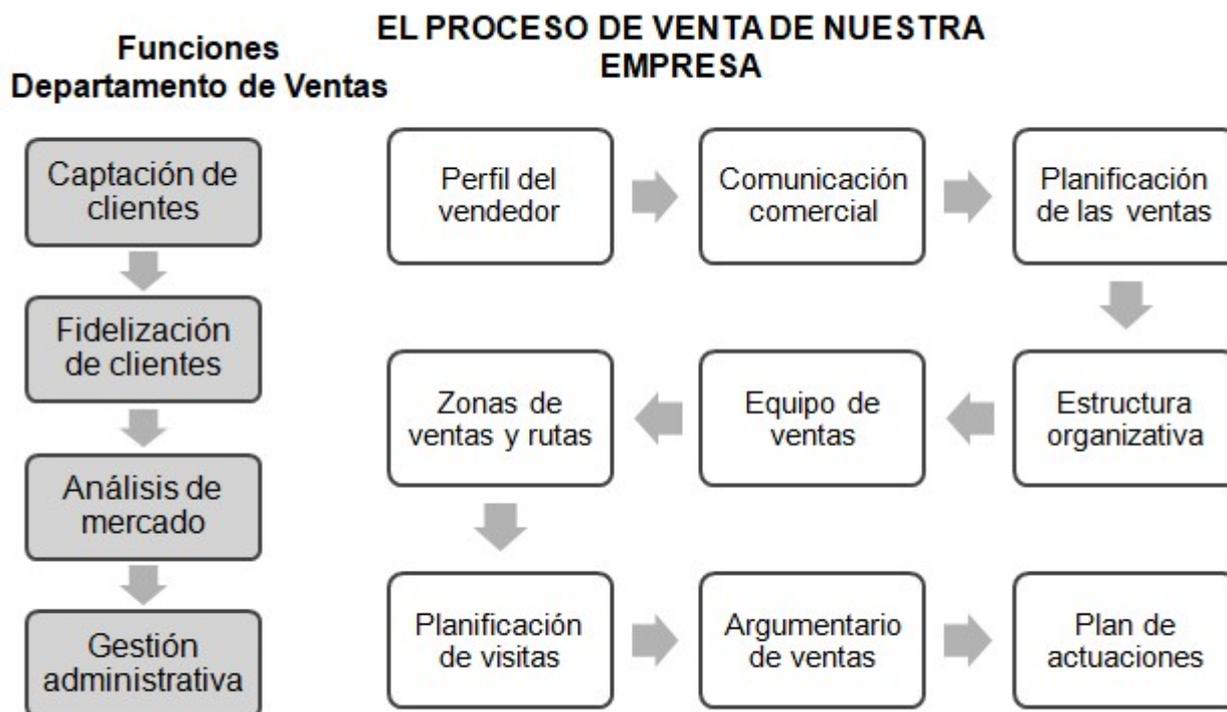
Duración: **1º y 2º evaluación**

Organización: **Grupos de 3 o 4 personas, y trabajo individual.**

DESCRIPCIÓN DEL RETO

El objetivo del reto es que el alumnado asuma roles de vendedores en una empresa, ideada por grupos, donde cada miembro del grupo es un vendedor, y experimente una simulación de pertenencia a una empresa que se dedica a una actividad comercial y que ellos mismos han inventado en grupo, y trabajar todos los pasos para el desarrollo de la venta, esto es:

- Plantear las características de su perfil como vendedor
- Conocer y desarrollar las habilidades que debe tener para una óptima comunicación comercial con el cliente
- Sentirse parte de un departamento y equipo de ventas, conocer sus funciones.
- Desarrollar los un plan de venta de un producto o servicio elegido de forma individual por el alumnado.



DEFINICIÓN DE OBJETIVOS DEL RETO**RESULTADOS DE APRENDIZAJE RA**

RA 2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores y vendedoras, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas

RA 3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.

RA 4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN CE

RA 2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores y vendedoras, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas

- a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores y vendedoras en la venta personal.
- b) Se han clasificado los vendedores y vendedoras en función de las características de la empresa en la que prestan servicios, el tipo de venta que realizan y la naturaleza del producto.
- c) Se ha definido el perfil del vendedor o vendedora o vendedora profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor.
- d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores y vendedoras más adecuados para los mismos.
- e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores y vendedoras.
- f) Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento de los vendedores y vendedoras.
- g) Se ha valorado la importancia de la motivación de los vendedores y vendedoras analizando los principales factores motivadores.
- h) Se han identificado los sistemas de retribución de los vendedores y vendedoras más habituales.

RA 3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas.

- a) Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas.
- b) Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras.
- c) Se ha elaborado el programa de ventas del vendedor o vendedora o vendedora, definiendo sus propios objetivos y el plan de actuación, en función de los objetivos establecidos en el plan de ventas de la empresa.
- d) Se ha calculado el número de vendedores y vendedoras que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa.

RA 4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.

- a) Se ha preparado la documentación necesaria para realizar una visita comercial.
- b) Se ha concertado y preparado la entrevista de ventas, adaptando el argumentario a las características, necesidades y potencial de compra de cada cliente, de acuerdo con los objetivos fijados.
- c) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria.
- d) Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente.
- e) Se han previsto las posibles objeciones del cliente y se han definido las técnicas y los argumentos adecuados para la refutación de las mismas.
- f) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente.

g) Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación.

h) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido.

COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES, CPPS

c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

ESTABLECIMIENTO DE PARÁMETROS Y CONCRECIÓN DE ACTIVIDADES

ESTABLECIMIENTO DE PARÁMETROS	RA	CONCRECIÓN DE LA ACTIVIDAD	TEMPORALIZACIÓN
¿Cuál es el perfil del vendedor? ¿Qué requisitos debe cumplir?	RA2	ACTIVIDAD 1. NUESTRA EMPRESA Y MI PERFIL DE VENDEDOR	Noviembre (1º Evaluación)
¿Cómo poner en práctica entrevistas con supuestos clientes, haciendo uso de técnicas de venta, en un contexto de empresa?	RA4	ACTIVIDAD2. NOS COMUNICAMOS CON EL CLIENTE	Diciembre (1º Evaluación)
¿Detectar las funciones del departamento y equipo de ventas en el proceso de la venta?	RA3	ACTIVIDAD 3. MI DEPARTAMENTO Y EQUIPO DE VENTA	Enero (2º Evaluación)
¿Cuáles son mis objetivos, mi ruta, mis argumentos para la venta, y mis líneas de actuación de vendedor?	RA3	ACTIVIDAD 4: EL PROCESO DE MI VENTA	Febrero (2º Evaluación)

RETO: EL PROCESO DE VENTA DE NUESTRA EMPRESA

Funciones Departamento de Ventas

ACTIVIDAD 3. MI DEPARTAMENTO Y EQUIPO DE VENTA



TAREA 2.1. RETO "EL PROCESO DE VENTA EN NUESTRA EMPRESA"

CURSO INTEF: Formación profesional: de las políticas educativas en la práctica del Aula

Alumna: ANA M GUTIÉRREZ

Mayo 2020

ESTABLECIMIENTO DE PARÁMETROS	RA/CE/CPPS	CONCRECIÓN DE LA ACTIVIDAD
¿Cuál es el perfil del vendedor? ¿Qué requisitos debe cumplir?	RA2	ACTIVIDAD 1. NUESTRA EMPRESA Y MI PERFIL DE VENDEDOR
¿Cuáles son las funciones y responsabilidades de los vendedores?	RA2 CE a)	¿Qué te pedimos que hagas? Identifica el tipo de vendedor que más te guste, formareis grupos que coincidan el con el mismo tipo de vendedor. Desarrollar el perfil, plan de formación, motivación y remuneración de cada tipo de vendedor en grupo.
¿Cómo clasificar los vendedores?.	RA2 CE b)	Exposición del trabajo en grupo como trabajadores de una empresa, cada uno describe su puesto de vendedor.
¿Cuál es el perfil del vendedor profesional?	RA2 CE c)	
¿Cómo conocer las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas?	RA2 CE d)	Recursos y Materiales y recomendaciones Apuntes, ofertas de empleo, vestimenta, complementos, powerpoint, pizarra
¿Cómo se define un programa de formación para vendedores?.	RA2 CE e)	Material de apoyo, consulta apuntes y ampliación de información consultando ofertas de empleo de los perfiles de vendedor, oferta de servicios/productos seleccionados, empresas del sector.
¿Por qué se valora la motivación en la empresa?.	RA2 CE f)	Tiempo de exposición 5-10 minutos.
¿Cómo son los sistemas de retribución y motivación de los vendedores?	RA2CE g)	
¿Cómo se va a coordinar y comunicar con su grupo de trabajo? ¿Tiene habilidades de comunicación verbal y no verbal?	CPPS n) o)	Metodología: Investigación, trabajo en grupo y exposición oral Temporalización: 4 sesiones de 2 horas lectivas incluida exposición Evaluación Evaluación de la exposición y el trabajo en grupo e individual. El grupo evalúa la comunicación verbal y no verbal de las exposiciones de los compañeros.
EVIDENCIAS		Productos elaborados: <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de Powerpoint actividad anterior de forma grupal. • Fotografías de la exposición del grupo. Previa autorización Instrumento de evaluación: Hoja de Observación

ESTABLECIMIENTO DE PARÁMETROS	RA/CE/CPPS	CONCRECIÓN DE LA ACTIVIDAD
¿Cómo poner en práctica entrevistas con supuestos clientes, haciendo uso de técnicas de venta, en un contexto de empresa?	RA4	ACTIVIDAD 2. NOS COMUNICAMOS CON EL CLIENTE
¿cómo preparar documentación para una visita comercial?	RA4 CE a)	<p>¿Qué te pedimos que hagas? Realizar una presentación y demostración del producto seleccionado en la actividad del tema anterior, haciendo uso de powerpoint. Opcional disponer del producto físicamente. Preparar la documentación de apoyo y necesaria para realizar una Venta y simular una visita a un cliente para cerrar la venta haciendo uso de la documentación preparada.</p> <p>Recursos y Materiales Apuntes, páginas web, catálogos, ficha técnicas, vestimenta, complementos, powerpoint, pizarra Uso de Powerpoint. Exposición oral y uso de teléfono para simular llamada a proveedor.</p> <p>Temporalización: 4 sesiones de 2 horas lectivas incluida exposición</p> <p>Evaluación Evaluación de la exposición y el trabajo en grupo e individual. El grupo evalúa la comunicación verbal y no verbal de las exposiciones de los compañeros.</p>
¿Pasos para concertar una entrevista de ventas? ¿Cómo adaptar un argumentario a necesidades del potencial cliente?	RA4 CE b)	
¿Que material de apoyo se necesita?.	RA4 CE c)	
¿cómo aplico las técnicas de venta para persuadir al cliente?	RA4 CE d)	
¿Si preveo posibles objeciones del cliente, cómo los refuto?	RA4 CE e)	
¿Cómo aplicar técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta?	RA4CE f)	
¿Qué condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación?	RA4 CE g)	
¿Cómo usar técnicas para lograr el cierre de la venta?	RA4 CE h)	
¿Cómo realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización? ¿Domina la comunicación telefónica?	CPPS c)	
<p>¿Cómo se va a coordinar y comunicar con su grupo de trabajo?</p> <p>¿Tiene habilidades de comunicación verbal y no verbal?</p> <p>¿Domina la comunicación telefónica?</p>	CPPS n) o)	
EVIDENCIAS	<p>Productos elaborados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualización de Powerpoint actividad anterior de forma individual. • Guión de diálogo entre vendedor y cliente con una técnica de venta AIDA o SPIN • Lista de técnicas para cierre de venta. • Carta informando de la visita según lo acordado en una conversación telefónica previa • Fotografías de la exposición del grupo. Previa autorización <p>Instrumento de evaluación: Hoja de Observación y lista de cotejo</p>	

TAREA 2.1. RETO "EL PROCESO DE VENTA EN NUESTRA EMPRESA"

CURSO INTEF: Formación profesional: de las políticas educativas en la práctica del Aula

Alumna: ANA M GUTIÉRREZ

Mayo 2020

ESTABLECIMIENTO DE PARÁMETROS	RA/CE/CPPS	CONCRECIÓN DE LA ACTIVIDAD
¿Detectar las funciones del departamento y equipo de ventas en el proceso de la venta?	RA3	ACTIVIDAD 3. MI DEPARTAMENTO Y EQUIPO DE VENTA
¿Cuáles son las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas?	RA3 CE a)	<p>¿Qué te pedimos que hagas? Describir el Departamento de Ventas de tu empresa y preparar un Plan de Ventas. Identificar las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas.</p>
¿Qué diferencias hay en organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes?.	RA3CE b)	<p>Diferenciar las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras. Elaborar el programa de ventas del vendedor o vendedora o vendedora, definiendo sus propios objetivos y el plan de actuación, en función de los objetivos establecidos en el plan de ventas de la empresa.</p>
¿Cómo elaborar el programa de ventas del vendedor o vendedora o vendedora?	RA3 CE c)	<p>Calcular el número de vendedores y vendedoras que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa</p>
¿Cómo se calcula el número de vendedores y vendedoras que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa?.	RA3 CE d)	<p>Recursos y Materiales Apuntes, Apuntes, páginas web, catálogos, ficha técnicas, vestimenta, complementos, powerpoint, pizarra</p> <p>Temporalización: 4 sesiones de 2 horas lectivas incluida exposición</p> <p>Evaluación: Evaluación de la exposición y el trabajo en grupo e individual El grupo evalúa la comunicación verbal y no verbal de las exposiciones de los compañeros.</p>
EVIDENCIAS		<p>Productos elaborados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualización de Powerpoint actividad anterior de forma individual. • Plan de ventas del Departamento de ventas para el producto/servicio concreto • Fotografías de la exposición del grupo. Previa autorización <p>Instrumento de evaluación: Hoja de Observación y lista de cotejo</p>

ESTABLECIMIENTO DE PARÁMETROS	RA/CE/CPPS	CONCRECIÓN DE LA ACTIVIDAD
¿Cuáles son mis objetivos, mi ruta, mis argumentos para la venta, y mis líneas de actuación de vendedor?	RA3	ACTIVIDAD 4: EL PROCESO DE MI VENTA
¿Cómo planificar las visitas a clientes? ¿Cuál es la mejor ruta de ventas?.	RA3 CE e)	¿Qué te pedimos que hagas? Elabora un diagrama del proceso de venta con todas sus fases y las características de cada una, se incluirá en la presentación de la actividad de desarrollo de venta
¿Cuántas visitas comerciales que se van a realizar a los clientes reales y potenciales y durante cuanto tiempo?.	RA3CE f)	Actualiza la presentación que hiciste sobre el producto e incluye todo lo trabajado, como si fueras a explicárselo a tu jefe, el trabajo que has hecho antes para preparar la venta. Revisa y corrige el programa de ventas realizado en la actividad del tema anterior (funciones, objetivos, recursos y tiempo, rutas).
¿Qué técnicas de prospección de clientes se aplican?.	RA3 CE g)	Planifica el número de visitas y frecuencia de la visita según el tipo de cliente real, potencial o fidelizado
<p>¿Cómo elaborar un argumentario de ventas?</p> <p>¿Cómo detectar los puntos fuertes y débiles de la competencia?</p> <p>¿Cómo resaltar las ventajas para el cliente? ¿Cómo ofrecer soluciones a las necesidades del cliente?</p>	RA3 CE h)	<p>Comprueba que la ruta seleccionada te permite optimizar los tiempos de visita y reducir los costes, si no, selecciona otra justifica ambos casos.</p> <p>Realiza la prospección del cliente, identifica un cliente, datos operativos y datos comerciales.</p> <p>Confecciona el argumentario de ventas, identificando los puntos fuertes y débiles del producto, ventajas respecto a la competencia y soluciones a problemas del cliente. Usa material de apoyo</p> <p>Recursos y Materiales Apuntes, Apuntes, páginas web, catálogos, ficha técnicas, vestimenta, complementos, powerpoint, pizarra Formación de grupos de empresas para debatir los apartados, pero el trabajo es individual</p> <p>Temporalización: 3 sesiones de 2 horas lectivas incluida exposición</p> <p>Evaluación: Evaluación de la exposición y el trabajo en grupo e individual El grupo evalúa la comunicación verbal y no verbal de las exposiciones de los compañeros.</p>
EVIDENCIAS		<p>Productos elaborados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación en Power point • Diagrama del proceso de venta • Ruta de venta en Google Map • Plan de venta • Fotografías de la exposición individual. Previa autorización <p>Instrumento de evaluación: Hoja de Observación y lista de cotejo</p>