

Técnicas de Venta para Promotores Comerciales

Objetivo principal:

Reforzar las habilidades comerciales de los Promotores comerciales para impulsar las ventas de productos Altadis.

1. Identificando aspectos clave de éxito al llegar cada día al Estanco, para conseguir up Selling y switching.
2. Practicando situaciones reales que nos encontraremos cada día.

¡¡Siempre estamos vendiendo!!

¿Qué factores consideras clave a la hora de desarrollar tu trabajo como Promotor en el Estanco?

Llegada al Estanco

Abordar
Consumidores

Consumidor Up
Selling

Consumidor
Switching



A continuación incluye el Pin que verás en pantalla.



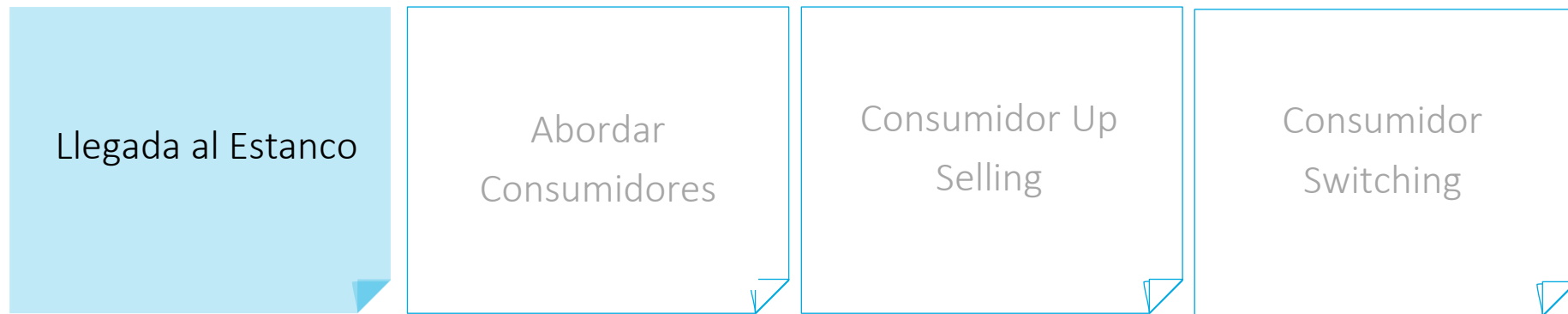
Y ahora identifícate con tu nombre o quizá te apetece ser creativo...

Llegada al Estanco

Abordar
Consumidores

Consumidor Up
Selling

Consumidor
Switching



Role Play 1. Llegamos al Estanco.

Nos situamos en el próximo martes, 1 de Febrero...

Te dispones a iniciar la jornada en el Estanco asignado. Al llegar te encuentras aún el Estanco cerrado. Tras 10 minutos de espera, llega Jacinto el dueño del establecimiento que al verte en la puerta te pregunta “¿Vienes por lo de Altadis, verdad?”.

En este ejercicio práctico “Jacinto” será el formador. ¿Qué habilidades o técnicas comerciales vas a desarrollar para “ganarte la confianza de Jacinto”?

Los demás compañeros que vais a escuchar la conversación entre el Promotor y Jacinto tendréis que tomar nota de aquellos aspectos positivos y aspectos a mejorar para compartirlos una vez finalice este Role Play.

¡Muchas gracias!

Aportaciones de los compañeros que están escuchando:

Tras escuchar la situación comercial que se ha representado, recopilamos los aspectos positivos y mejorables que habéis identificado.

Aspectos positivos	Aspectos mejorables

Factores de éxito ...

... al llegar al Estanco

- Presentate y si desconocemos el nombre del Estanquer@ se lo preguntaremos para personalizar el trato.
- Pregunta al Estanquer@ para alinear expectativas
- Evita dar la impresión de que vamos “por libre”. Intentemos ganarnos la confianza de l@s Estanquer@s. Evitemos la confrontación.
- Consigue su complicidad. Inicia conversaciones relacionadas con su experiencia como estanquero, evolución del negocio, tipos de clientes...
- Evita hablar “mal” de la competencia.



Role Play 2. Entran Clientes/Consumidores...

Ya estás ubicad@ y visible y organizado tal como te comentó tú Supervisor.

Observas que entran clientes al Estanco... y mentalmente te dices a ti mismo “¡Vamos a por ello!”

En este ejercicio práctico el primer cliente al que abordas será el formador. ¿Qué habilidades o técnicas comerciales vas a desarrollar para “abordarle con el objetivo de que te escuche”?

Los demás compañeros que vais a escuchar la conversación entre el Promotor y el Cliente, tendréis que tomar nota de aquellos aspectos positivos y aspectos a mejorar para compartirlos una vez finalice este Role Play.

¡Muchas gracias!

Aportaciones de los compañeros que están escuchando:

Tras escuchar la situación comercial que se ha representado, recopilamos los aspectos positivos y mejorables que habéis identificado.

Aspectos positivos	Aspectos mejorables

Factores de éxito ...

... al abordar consumidores

- Los 3 pasos: 1 Saludamos. 2 Preguntamos. 3 Identificamos Competencia o nuestro.
- Buenos días/tardes, ¿Eres fumador?. ¿Qué marca y referencia fumas?
- Mira a los ojos al Cliente para atraer su atención.
- Sonríe. Aunque pienses que la mascarilla tapa tu sonrisa el cliente la percibe por el efecto “Ojos achinados”. Siempre estar sonriendo... 😊
- El saludo, el contacto visual y una sonrisa consiguen que los clientes se sientan recibidos y aumentan las posibilidades de que nos escuchen.



Role Play 3. Buenos días... ¿Eres fumador? Sí...

¿Qué marca?. Fortuna...

Es el momento de practicar “up selling” con uno de los muchos clientes que fuman alguna de nuestras marcas.

En este ejercicio práctico el cliente será el formador. ¿Qué habilidades o técnicas comerciales vas a desarrollar para conseguir que se lleve más cajetillas de las que viene a comprar?

Los demás compañeros que vais a escuchar la conversación entre el Promotor y el Cliente, tendréis que tomar nota de aquellos aspectos positivos y aspectos a mejorar para compartirlos una vez finalice este Role Play.

¡Muchas gracias!



Aportaciones de los compañeros que están escuchando:

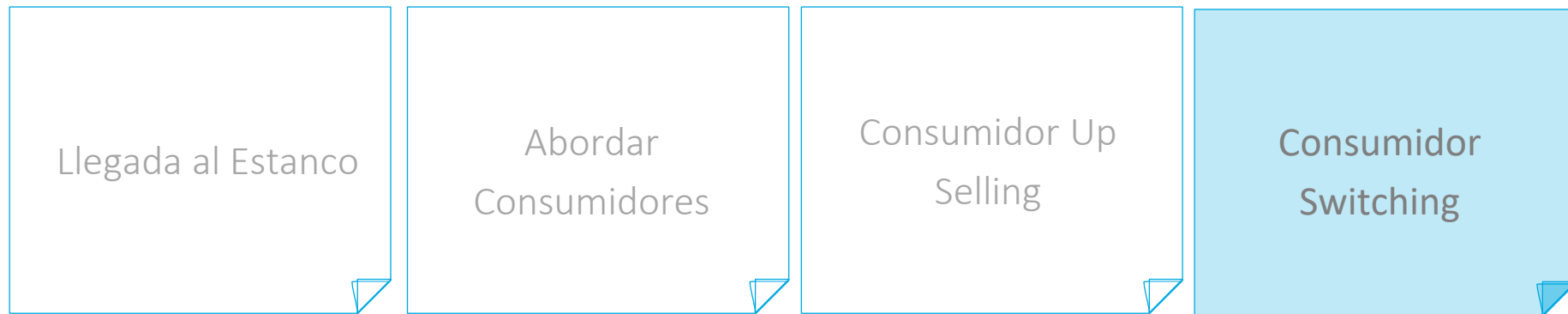
Tras escuchar la situación comercial que se ha representado, recopilamos los aspectos positivos y mejorables que habéis identificado.

Aspectos positivos	Aspectos mejorables

Factores de éxito ...

... para up selling

- Se ágil. Tenemos que estar rápidos y muy vivos para conseguir up selling.
- Incluye la pregunta “¿Qué cantidad vas a comprar?”
- Señala el “regalo” a la vez que le comunicas la cantidad que debe comprar.
- “Llévate un cartón y te doy esta mochila...”
- “Llévate un cartón, que una cajetilla se acaba enseguida.”
- “Llévate el cartón, que hace mucho frio para salir a por tabaco.”



Role Play 4. Buenos días... ¿Eres fumador? Sí...

¿Qué marca y referencia fumas?. Marlboro touch.

Es el momento de practicar “switching” con uno de los clientes que fuman marcas de la competencia.

En este ejercicio práctico el cliente será el formador. ¿Qué habilidades o técnicas comerciales vas a desarrollar para conseguir que el cliente se lleve **Nobel Style**?

Los demás compañeros que vais a escuchar la conversación entre el Promotor y el Cliente, tendréis que tomar nota de aquellos aspectos positivos y aspectos a mejorar para compartirlos una vez finalice este Role Play.

¡Muchas gracias!



Aportaciones de los compañeros que están escuchando:

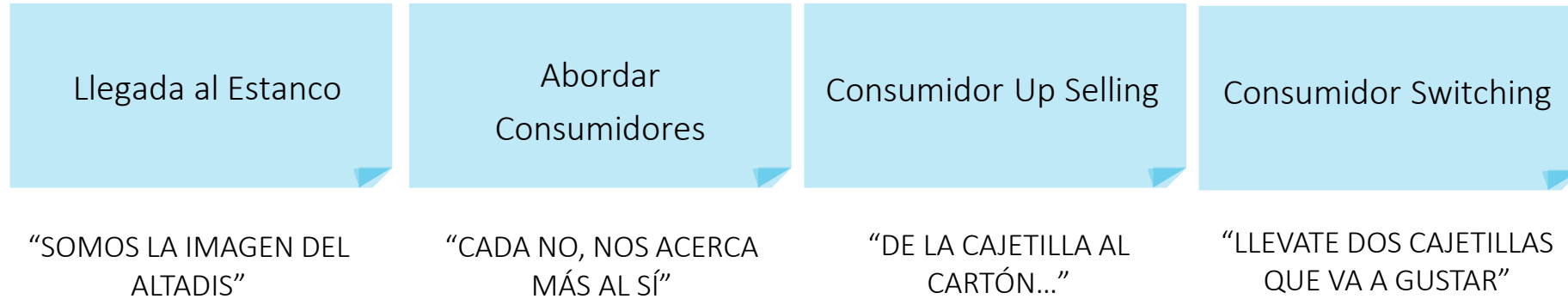
Tras escuchar la situación comercial que se ha representado, recopilamos los aspectos positivos y mejorables que habéis identificado.

Aspectos positivos	Aspectos mejorables

Factores de éxito ...

... para Switching

- Se ágil. Tenemos que estar rápidos y muy vivos para proponer switching.
- *“¡Hoy estás de suerte, aprovecha y compra una cajetilla más, así podrás llevarte uno de estos regalos.” (Efecto promo)*
- *“Te ahorras 0,15 céntimos por cajetilla” (Efecto ahorro)*
- *“Merece la pena probarlo” (Efecto gatito abandonado)*
- *“Los clientes que han probado se han cambiado” (Efecto oveja)*
- *“Es más fresco” “La calada es más suave” (Efecto sensación)*



Aproximadamente...

7/10 Clientes nos escucharán.

5/10 Clientes que nos escuchan conseguiremos up selling o switching.

Por ejemplo: Si abordamos a 50 clientes, nos escucharán 35. De estos 35 que nos escuchan conseguiremos 17 up selling o switching. (Aprox. Ley de probabilidades)

¡Gracias!

ALTADIS
AN IMPERIAL BRANDS COMPANY

inneria
ADDING VALUE