



**Esumer**  
Educación Superior



**ENTREGABLE 2**

**ASIGNATURA**  
**ADMINISTRACIÓN DEL PUNTO DE VENTA**

**DOCENTE**  
**ALEJANDRO ANGEL VELEZ**

**ESTUDIANTES**

Melissa Yepes  
Liney Luna Galeano  
María Alejandra Marín  
Cristian Santiago Arango Osorio

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER**

Medellín

2024

## 1. Público objetivo, Buyer persona.

**Buyer 1: Diego (21 años)** es un joven universitario de Ingeniería en Sistemas que busca soluciones de movilidad económicas y eficientes para desplazarse en la ciudad. Está muy conectado digitalmente y utiliza redes sociales como Instagram, TikTok y YouTube para informarse y entretenerse. Antes de comprar, investiga a fondo productos de diseño moderno y tecnología avanzada, como motos ligeras de bajo consumo (Yamaha FZ-S o RayZR). Valora la experiencia en tiendas como Mundo Yamaha, donde disfruta de zonas de café y coworking. Se interesa por el soporte técnico y los repuestos, priorizando la durabilidad y minimización de costos de mantenimiento. Diego prefiere recibir información de anuncios en redes sociales y sigue las recomendaciones de influencers en sus decisiones de compra.



Buyer Persona 1: Diego (Joven Universitario, 21 años)	
Pregunta	Respuesta
¿Quién es?	Diego, joven universitario de 21 años, estudiante de Ingeniería en Sistemas, realiza trabajos freelance.
Objetivos	Conseguir una moto económica, eficiente y moderna para desplazarse diariamente entre sus actividades.
¿Qué busca?	Movilidad accesible y rápida, bajo consumo de combustible, diseño atractivo y tecnología avanzada.
¿Dónde lo busca?	Redes sociales (Instagram, TikTok, YouTube), sitios de reseñas, foros de motociclistas, tiendas físicas.
¿Qué espera del producto?	Facilidad de manejo, bajo mantenimiento, durabilidad, economía en combustible, diseño moderno.
¿Cuánto está dispuesto a pagar?	Entre \$6.000.000 y \$11.000.000 pesos colombianos. Prefiere opciones con descuentos, promociones para estudiantes y financiamiento.

**Carlos (35 años)** es un empleado en logística y apasionado del motociclismo con ingresos medio-altos. Participa activamente en grupos y eventos de motociclistas, manteniéndose al tanto de novedades y tendencias. Fiel seguidor de Yamaha, cuida y personaliza su moto en talleres especializados, invirtiendo en accesorios y mejoras de rendimiento. Prefiere modelos deportivos o touring como la Yamaha MT-07 o XSR700, buscando potencia y prestigio dentro de la comunidad. Para Carlos, el motociclismo es una extensión de su estilo de vida. Se comunica a través de grupos en WhatsApp y Facebook, y sigue eventos y lanzamientos de motos en canales de YouTube. Valora el soporte técnico y la comunidad de Yamaha, lo que refuerza su lealtad a la marca.



<b>Buyer Persona 2: Carlos (Fanático de las Motos, 35 años)</b>	
<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>
<b>¿Quién es?</b>	Carlos, empleado en logística de 35 años, fanático del motociclismo, casado y con un hijo pequeño.
<b>Objetivos</b>	Adquirir una motocicleta de alto rendimiento para rutas y eventos, reflejando su pasión y estilo de vida.
<b>¿Qué busca?</b>	Motos deportivas o touring de gran potencia, diseño llamativo, personalización y accesorios de alta gama.
<b>¿Dónde lo busca?</b>	Revistas especializadas, canales de YouTube, foros y grupos de motociclistas, tiendas como Mundo Yamaha.
<b>¿Qué espera del producto?</b>	Alto rendimiento, calidad en componentes, opciones de personalización, soporte técnico especializado.
<b>¿Cuánto está dispuesto a pagar?</b>	Entre \$35.000.000 y \$60.000.000 pesos colombianos. Invierte en modelos de gama media-alta y accesorios premium.

## **2. Protocolos: de bienvenida, asesoría, despedida**

### Protocolo de Bienvenida

Objetivo: Crear una primera impresión positiva y acogedora para el cliente, haciéndolo sentir valorado desde el momento en que ingresa a la tienda.

### **Pasos del protocolo:**

#### 1. Recepción del Cliente:

- El personal de atención debe estar siempre visible y disponible en la entrada.
- Al ingresar el cliente, el asesor debe sonreír y hacer contacto visual, saludando de manera cálida y utilizando una frase estándar:
  - "¡Bienvenido a Mundo Yamaha! ¿En qué puedo ayudarte hoy?"
- Si es un cliente habitual, el saludo puede ser más personalizado:
  - "¡Hola, Qué bueno verte de nuevo. ¿En qué podemos apoyarte hoy?"

#### 2. Ofrecimiento de Información Inicial:

- Preguntar si el cliente viene por algún producto específico, servicio técnico, o simplemente a conocer la tienda.
- Ofrecer una breve introducción a la experiencia de la tienda:
  - "Tenemos diferentes secciones que podrían interesarte: área de exhibición de motos, zona de accesorios y nuestra zona de café y coworking. ¿Te gustaría un recorrido rápido?"

#### 3. Generación de Kando:

- Hacer sentir al cliente especial desde el primer momento. Ofrecer un café de cortesía para quienes deseen explorar más a fondo o conocer más detalles de los productos.
- Si el cliente viene con niños, ofrecerles folletos para colorear con imágenes de motos Yamaha para entretenerlos y hacer la experiencia más agradable.



## **Protocolo de Asesoría**

Objetivo: Brindar al cliente una atención personalizada y profesional, asegurando que encuentre el producto o servicio que mejor se adapte a sus necesidades y expectativas.

Pasos del protocolo:

### **1. Conocer las Necesidades del Cliente:**

- Hacer preguntas abiertas para entender qué busca el cliente. Ejemplos:
  - "¿Qué tipo de motocicleta estás buscando? ¿Es para uso diario o más para fines recreativos?"
  - "¿Te gustaría conocer más sobre nuestros modelos deportivos o económicos?"
- Escuchar activamente las respuestas, mostrando interés genuino.

### **2. Presentación del Producto:**

- Ofrecer una explicación detallada de los productos que podrían interesar al cliente, destacando sus características y beneficios.
- Realizar una demostración de los modelos de motos, permitiendo que el cliente se suba a la moto y experimente la sensación. Explicar características como el rendimiento, consumo de combustible y tecnología.
- Para clientes interesados en accesorios o repuestos, guiarlos hacia el área correspondiente y mostrarles los productos, explicando su utilidad y calidad.

### **3. Resolución de Dudas:**

- Preguntar si hay alguna duda o información adicional que el cliente necesite.  
Ejemplo:
  - "¿Hay algo más que te gustaría saber sobre este modelo o sobre los planes de financiamiento disponibles?"



- Proporcionar información clara y precisa, siendo honesto sobre ventajas y desventajas, para generar confianza.

#### 4. Ofrecimiento de Servicios Adicionales:

- Informar sobre servicios técnicos, financiamiento, seguros y beneficios exclusivos para clientes de Mundo Yamaha.
- Invitar al cliente a disfrutar de la zona de café o coworking mientras se realiza cualquier trámite o servicio.

### **Protocolo de Despedida**

Objetivo: Finalizar la visita del cliente de manera positiva, asegurando que se lleve una buena impresión de la marca y fomentando la fidelización.

Pasos del protocolo:

#### 1. Agradecimiento y Confirmación:

- Agradecer al cliente por su visita y su interés en la tienda, independientemente de si realizó una compra o no.
  - "Gracias por visitarnos hoy. Espero que hayas disfrutado la experiencia. ¿Puedo ayudarte con algo más antes de que te vayas?"

#### 2. Revisión Final y Seguimiento:

- Hay que confirmar que el cliente recibió toda la información que necesitaba.
- Si el cliente mostró interés en un producto específico pero no realizó la compra, preguntar si le gustaría recibir información adicional por correo o WhatsApp.
  - "Si lo prefieres, puedo enviarte más detalles o promociones especiales sobre este modelo en los próximos días."

#### 3. Invitación a Regresar:

- Invitar al cliente a regresar para futuros eventos o promociones, haciendo referencia a la zona de café o las actividades de la tienda.

- "Nos encantaría verte de nuevo. Te invito a seguimos en nuestras redes sociales para estar al tanto de los próximos eventos y promociones. ¡Espero verte pronto!"

#### 4. Despedida Cálida:

- Despedirse con una sonrisa y, si es posible, usando el nombre del cliente para personalizar la experiencia.

### 3. Técnicas de venta

Técnica de Venta	Objetivo Principal	Ejemplo de Aplicación
Venta Consultiva	Entender las necesidades del cliente	Hacer preguntas abiertas para identificar su perfil
Cross-selling y Upselling	Maximizar el valor de la venta	Ofrecer cascos o recomendar un modelo superior
Pruebas de Manejo y Demostraciones	Permitir al cliente experimentar el producto	Organizar pruebas de manejo en tienda
Venta Emocional (Generación de Kando)	Conectar emocionalmente con el cliente	Utilizar storytelling y enfocarse en el estilo de vida
Resolución de Objeciones	Superar dudas del cliente	Ofrecer planes de financiamiento o garantía

#### **4. Conocimiento experto por parte del personal (conocimiento específico del personal que debe intervenir en el (proceso de venta)**

- El personal de Mundo Yamaha debe contar con un conocimiento experto sobre productos, servicios y financiamiento. Esto incluye dominar especificaciones técnicas de las motocicletas, diferencias entre modelos, servicios de mantenimiento, y opciones de personalización con accesorios. Además, deben manejar con soltura los planes de financiamiento y estar informados sobre promociones vigentes, para brindar asesoría clara y efectiva, ajustada a las necesidades del cliente.
- Aplicando la filosofía *Kando*, el equipo se enfoca en crear experiencias que superen las expectativas del cliente, proporcionando una atención personalizada desde la bienvenida hasta la despedida. Con esta estrategia, se generan conexiones emocionales, confianza y fidelización, logrando maximizar las ventas mediante recomendaciones precisas y creando momentos memorables que refuercen la lealtad a la marca.

#### **5. Programa de lealtad**

El programa de fidelización de Mundo Yamaha no se menciona explícitamente como un "club de lealtad" tradicional, pero la empresa sí ofrece varias iniciativas enfocadas en crear una experiencia integral para el cliente y asegurar su satisfacción continua. Entre sus estrategias destacan:

- Servicio Técnico Especializado: Ofrecen soporte técnico con personal altamente capacitado y repuestos originales Yamaha, además de contar con espacios cómodos como zonas de coworking y cafeterías para mejorar la experiencia mientras el cliente espera.
- Opciones de Financiamiento y Seguros: Mundo Yamaha ofrece financiamiento flexible sin pago inicial y sin codeudor, con aprobaciones rápidas. Además, proporcionan seguros integrales para proteger las motocicletas en distintas situaciones, como accidentes y robos.





- Personalización de Motocicletas: Los clientes tienen la opción de personalizar sus motos mediante marcación láser, dándoles un toque único y exclusivo que refuerza la conexión con la marca.
- Promociones y Ofertas: La empresa también implementa promociones regulares, precios especiales y campañas de actualización de modelos, incentivando a los usuarios a mantenerse leales y realizar compras recurrentes.

## **6. Servicios especiales “personalización”**

En Mundo Yamaha, uno de los servicios especiales destacados es la personalización de motocicletas, orientado a los clientes que desean darles un toque único a sus vehículos. Este servicio incluye opciones como:

**Marcación Láser:** Permite grabar detalles personalizados en la motocicleta, como logos, nombres, fechas especiales u otros diseños. Es una técnica de alta precisión que garantiza un acabado duradero y de calidad.

**Accesorios y Equipamiento:** Mundo Yamaha ofrece una amplia variedad de accesorios originales, desde carcasas y protectores hasta sistemas de iluminación, asientos personalizados, y más. Estos productos están diseñados para ajustarse perfectamente a cada modelo, asegurando que la estética y funcionalidad de la moto se mantengan al más alto nivel.

**Pintura y Detalles Estéticos:** Se pueden realizar modificaciones en los colores y acabados, añadiendo detalles personalizados según las preferencias del cliente, como gráficos especiales o vinilos.

Este enfoque permite a los usuarios no solo mantener sus motocicletas en excelente estado con repuestos originales, sino también expresar su estilo personal, reforzando el vínculo con la marca y haciendo que la experiencia de manejo sea aún más especial.

## **7. Servicios complementarios; PQRS, cambios, garantías, devoluciones**

### **1. PQRS (Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias):**

Mundo Yamaha ofrece un sistema de atención al cliente para gestionar de manera eficiente las Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQRS). Los clientes pueden enviar sus comentarios a través del sitio web oficial, correo electrónico, o directamente en las tiendas. El objetivo es resolver cualquier inconveniente y mejorar continuamente los servicios y productos ofrecidos.

### **2. Cambios y Devoluciones:**

En el caso de compras de accesorios o repuestos, Mundo Yamaha permite cambios y devoluciones bajo ciertas condiciones:

**Plazo de Devolución:** El cliente generalmente dispone de un período específico (usualmente 5 a 15 días) para solicitar la devolución, siempre que el producto esté en su empaque original y no haya sido usado.

**Cambio de Productos:** Si el cliente recibe un producto defectuoso o incorrecto, puede solicitar el cambio sin costo adicional. Esto aplica principalmente a accesorios y repuestos adquiridos en las tiendas o a través de distribuidores autorizados.

### **3. Garantías:**

Mundo Yamaha garantiza sus motocicletas y repuestos originales, ofreciendo períodos de garantía según el producto:

**Garantía de Motocicletas:** Generalmente, las motocicletas nuevas cuentan con una garantía de 1 a 2 años, dependiendo del modelo y las políticas locales. Esta cobertura incluye reparaciones por defectos de fábrica, siempre que se respeten los términos de mantenimiento estipulados.



**Garantía de Repuestos y Accesorios:** Los repuestos y accesorios originales también tienen garantía contra defectos de fabricación, que puede variar según el tipo de producto.

**Proceso de Atención:**

Para acceder a estos servicios, los clientes deben presentar la factura de compra y cumplir con los términos y condiciones establecidos por la empresa. La atención es personalizada, y se busca resolver las inquietudes de manera rápida y efectiva para asegurar la satisfacción y lealtad del cliente.

Estos servicios complementarios refuerzan el compromiso de Mundo Yamaha con sus usuarios, asegurando un respaldo constante y una experiencia positiva en cada interacción con la marca.

**8. Medición de la experiencia de usuario, plantear mínimo 2 KPI's con su fórmula y la forma como se presenta el resultado.**

- **Net Promoter Score (NPS):**

Mide la lealtad del cliente y la probabilidad de recomendar la marca.

- Fórmula:  $NPS = \%Promotores - \%Detractores$
- Resultado: Se presenta en una escala de -100 a +100, indicando satisfacción general positiva si es mayor a 0.

- **Customer Satisfacción Score (CSAT):**

Evalúa el nivel de satisfacción con el servicio.

- Fórmula:  $CSAT = (Respuestas\ positivas / Total\ de\ respuestas) \times 100$
- Resultado: Expresado en porcentaje, donde un valor cercano al 100% indica alta satisfacción.



Melissa Yepes

Liney Luna Galeano

María Alejandra Marín

Cristian Santiago Arango Osorio



## Buyer Persona 1: Diego (Joven Universitario, 21 años)

Pregunta	Respuesta
¿Quién es?	Diego, joven universitario de 21 años, estudiante de Ingeniería en Sistemas, realiza trabajos freelance.
Objetivos	Conseguir una moto económica, eficiente y moderna para desplazarse diariamente entre sus actividades.
¿Qué busca?	Movilidad accesible y rápida, bajo consumo de combustible, diseño atractivo y tecnología avanzada.
¿Dónde lo busca?	Redes sociales (Instagram, TikTok, YouTube), sitios de reseñas, foros de motociclistas, tiendas físicas.
¿Qué espera del producto?	Facilidad de manejo, bajo mantenimiento, durabilidad, economía en combustible, diseño moderno.
¿Cuánto está dispuesto a pagar?	Entre \$6.000.000 y \$11.000.000 pesos colombianos. Prefiere opciones con descuentos, promociones para estudiantes y financiamiento.



## Buyer Persona 2: Carlos (Fanático de las Motos, 35 años)

Pregunta	Respuesta
¿Quién es?	Carlos, empleado en logística de 35 años, fanático del motociclismo, casado y con un hijo pequeño.
Objetivos	Adquirir una motocicleta de alto rendimiento para rutas y eventos, reflejando su pasión y estilo de vida.
¿Qué busca?	Motos deportivas o touring de gran potencia, diseño llamativo, personalización y accesorios de alta gama.
¿Dónde lo busca?	Revistas especializadas, canales de YouTube, foros y grupos de motociclistas, tiendas como Mundo Yamaha.
¿Qué espera del producto?	Alto rendimiento, calidad en componentes, opciones de personalización, soporte técnico especializado.
¿Cuánto está dispuesto a pagar?	Entre \$35.000.000 y \$60.000.000 pesos colombianos. Invierte en modelos de gama media-alta y accesorios premium.



## Protocolo de Bienvenida

**Objetivo:** Crear una experiencia positiva desde el ingreso del cliente, haciéndolo sentir valorado.

### Pasos:

#### a) Recepción del Cliente:

- a) El personal debe estar visible, recibir al cliente con una sonrisa y saludo cálido.
- b) Saludos personalizados para clientes habituales.

#### b) Ofrecimiento de Información Inicial:

- a) Identificar si el cliente busca un producto específico o está explorando la tienda.
- b) Ofrecer un recorrido por las distintas áreas (motos, accesorios, zona de café).

#### c) Generación de Kando:

- a) Ofrecer café de cortesía.
- b) Actividades para niños, como folletos para colorear con imágenes de motos Yamaha.



## 2. Protocolo de Asesoría

**Objetivo:** Ofrecer atención personalizada para ayudar al cliente a encontrar el producto o servicio adecuado.

### **Pasos:**

#### **a) Conocer las Necesidades del Cliente:**

- a) Hacer preguntas abiertas para identificar las preferencias del cliente.
- b) Escuchar activamente para entender sus necesidades.

#### **b) Presentación del Producto:**

- a) Explicar características y beneficios de los productos recomendados.
- b) Ofrecer demostraciones y permitir que el cliente interactúe con los modelos.

#### **c) Resolución de Dudas:**

- a) Responder a todas las preguntas del cliente de manera clara y honesta.

#### **d) Ofrecimiento de Servicios Adicionales:**

- a) Informar sobre servicios técnicos, financiamiento, seguros y beneficios exclusivos.





### 3. Protocolo de Despedida

**Objetivo:** Finalizar la visita del cliente de manera positiva, fomentando su fidelización.

**Pasos:**

**a) Agradecimiento y Confirmación:**

- a) Agradecer al cliente por su visita, independientemente de si realizó una compra.

**b) Revisión Final y Seguimiento:**

- a) Verificar que el cliente haya recibido toda la información necesaria.
- b) Ofrecer enviar más detalles o promociones por correo o WhatsApp si mostró interés.

**c) Invitación a Regresar:**

- a) Invitar al cliente a futuros eventos o promociones.
- b) Promocionar el seguimiento en redes sociales.

**d) Despedida Cálida:**

- a) Despedirse con una sonrisa, utilizando el nombre del cliente si es posible para personalizar la experiencia.



# Técnicas de venta

Técnica de Venta	Objetivo Principal	Ejemplo de Aplicación
<b>Venta Consultiva</b>	Entender las necesidades del cliente	Hacer preguntas abiertas para identificar su perfil
<b>Cross-selling y Upselling</b>	Maximizar el valor de la venta	Ofrecer cascos o recomendar un modelo superior
<b>Pruebas de Manejo y Demostraciones</b>	Permitir al cliente experimentar el producto	Organizar pruebas de manejo en tienda
<b>Venta Emocional (Generación de Kando)</b>	Conectar emocionalmente con el cliente	Utilizar storytelling y enfocarse en el estilo de vida
<b>Resolución de Objeciones</b>	Superar dudas del cliente	Ofrecer planes de financiamiento o garantía



# Conocimiento experto por parte del personal

1. Especificaciones Técnicas de las Motocicletas
2. Diferencias entre Modelos
3. Servicios de Mantenimiento
4. Personalización con Accesorios
5. Planes de Financiamiento y Promociones
6. Filosofía Kando en la Atención al Cliente
7. Habilidades de Comunicación y Resolución de Dudas
8. Estrategias de Venta Consultiva
9. Creación de Momentos Memorables
10. Capacitación Continua







### 1. PQRS (Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias):

Mundo Yamaha ofrece diversos canales (sitio web, correo electrónico y puntos de venta) para atender y gestionar eficientemente las solicitudes de los clientes. Esto busca resolver inconvenientes y mejorar la experiencia con la marca.

### 2. Cambios y Devoluciones:

- **Devoluciones:** Permitidas dentro de un plazo de 5 a 15 días, siempre que el producto esté sin usar y en su empaque original.
- **Cambios:** Aplican sin costo para productos defectuosos o enviados incorrectamente, especialmente en accesorios y repuestos adquiridos en distribuidores autorizados.



### 3. Garantías:

**Motocicletas:** Cobertura de 1 a 2 años para defectos de fábrica, sujeta al cumplimiento de las políticas de mantenimiento.

**Repuestos y accesorios:** Garantía específica contra defectos de fabricación según el tipo de producto.



### **Customer Satisfacción Score (CSAT):**

Evalúa el nivel de satisfacción con el servicio.

- Fórmula:  $CSAT = \frac{\text{Respuestas positivas}}{\text{Total de respuestas}} \times 100$
- Resultado: Expresado en porcentaje, donde un valor cercano al 100% indica alta satisfacción.

### **Net Promoter Score (NPS):**

Mide la lealtad del cliente y la probabilidad de recomendar la marca.

- Fórmula:  $NPS = \% \text{ Promotores} - \% \text{ Detractores}$
- Resultado: Se presenta en una escala de -100 a +100, indicando satisfacción general positiva si es mayor a 0.