

MANUAL PROMOTORÍA DE VENTAS

CONTENIDO:

- I. Introducción
- II. Objetivos (General y específico)
- III. Perfil del promotor de ventas
- IV. Descripción de actividades del puesto
- V. Comunicación externa
- VI. Comunicación interna
- VII. Formatos
- VIII. Marco legal
- IX. Políticas generales y específicas
- X. Responsabilidades adicionales del asesor de ventas
- XI. Implementación y seguimiento del manual
- XII. FAQ
- XIII. Conclusión

I. Introducción

El presente manual fue elaborado para entender de manera clara y sencilla el proceso de realizar las actividades que realiza la persona encargada de promotoría en la empresa Sundeck Persianas y Decoraciones. A través de esta herramienta se pretende especificar las actividades en el puesto. De esta manera se podrá demostrar la eficacia y eficiencia que puede alcanzar una persona y desarrollarla dentro de una organización y así cumplir con los objetivos a través del posicionamiento de los productos en los puntos de venta y debe realizarse bien de principio a fin.

II. Objetivos

Objetivo General:

A través de este manual de ventas, el personal puede conocer con detalle cómo debe ser su desempeño profesional.

Objetivos Específicos:

- Mantiene una visión amplia de las funciones que debe realizar en la empresa.
- Logra distribuir su tiempo según las tareas asignadas.
- Puede orientarse e informarse sobre la relación que se tiene con los otros departamentos de la organización.
- Tener comunicación asertiva con el público interno y externo.
- Se integra a las tareas de la corporación.

III. Perfil del Asesor de Venta

Es necesario que la persona que desarrolle el puesto de asesor de ventas posea las siguientes aptitudes y capacidades que dictamina el manual de funciones de un

promotor de ventas:

- Habilidades comunicativas.
- Habilidades de negociación.
- Capacidad de persuasión.
- Orientación al logro de resultados.
- Habilidades comerciales.
- Aptitudes para la comunicación verbal.
- Habilidad para la venta.
- Promocionar productos con la finalidad de incrementar las ventas.
- Ofrecer los servicios y productos de la compañía.
- Tratar de forma adecuada a los clientes o el público en general.

IV. Descripción de Actividades del Puesto

Entre las funciones establece el manual de funciones de un promotor de ventas, tenemos:

- **Atención al cliente.**
- **Alinearse 100 % al sistema de ventas Sundeck:**
- 1. **Definir Nichos y Generación de Prospectos:**
 - Identificar clientes potenciales (remodeladores, nuevos propietarios, contratistas, arquitectos, decoradores, administradores, negocios, corporativos, inmobiliarias, constructoras, condominios).
 - Generar prospectos a través de boca a boca, recomendaciones, canales digitales, marketing tradicional, y presencia en eventos estratégicos.
 2. **Calificación de Prospectos y Programación de Citas:**
 - Evaluar la capacidad de pago del cliente, su rol en la toma de decisiones, y su necesidad.
 - Agendar visitas dentro de 24 a 48 horas, tomando datos claros para la visita y recordando al cliente un día antes.
 3. **Preparación y Presentación:**
 - Definir objetivos de la visita, llevar muestrarios, tarjetas de presentación e imágenes relevantes.
 - Detectar necesidades del cliente, brindar una propuesta de valor, y explorar la posibilidad de vender productos adicionales.
 4. **Negociación y Formalización de la Venta:**
 - Realizar cierres acordes a las necesidades del cliente, entregar cotizaciones en menos de 24 horas, aplicar descuentos vigentes, y manejar objeciones.
 - Rellenar el formato de pedido completo y acordar el pago del saldo al finalizar el trabajo.
 5. **Instalación y Cobro de Saldo:**
 - Personal de instalación acude con todas las observaciones y firma la bitácora de instalación.
 - Recibir el pago del saldo una vez concluida la instalación y firmada la bitácora.
 6. **Servicio Post Venta y Fidelización:**

- Realizar seguimiento y evaluación del servicio, pedir referidos, agendar mantenimiento, y fortalecer la relación comercial para futuras ventas.
- Verificar la satisfacción del cliente durante el Journey o Viaje del comprador.

V. Comunicación Externa

La comunicación externa es la que mantenemos con los clientes, administraciones o instituciones. El objetivo de este tipo de comunicación es mejorar y potenciar las relaciones con los distintos agentes con los que está relacionada la empresa. La comunicación externa sirve para conectarse con el mundo que rodea a la empresa y mejorar la imagen de marca de la empresa.

Estrategias de Comunicación Externa:

- Conocer cómo funcionan el resto de empresas para después utilizar esos datos en su propio beneficio.
- Relacionarse de forma eficaz con los distintos grupos de interés. Por ejemplo, clientes, empresas, instituciones, entre otros.
- Dar a conocer sus productos y servicios.
- Potenciar relaciones externas para crear colaboraciones empresariales.

Objetivos de la Comunicación Externa:

- Mejorar la relación con los clientes.
- Potenciar la imagen y la reputación de la empresa.
- Aumentar la visibilidad de la marca en el mercado.

VI. Comunicación Interna

El proceso de comunicación interna es la que se lleva a cabo con las personas que están dentro del organigrama de la empresa. Para facilitar la conexión, la empresa Sundeck, le provee un celular con acceso a internet para mantenerse en contacto con el personal de la empresa. También se cuenta con los grupos de WhatsApp:

- **PEDIDOS:** Se suben los pedidos de los clientes y sus notas de pago, y si hay alguna evidencia (fotos o videos) también se mandan.
- **INSTALACIONES:** Se mandan fotos de cuando queda lista la instalación de su producto.
- **ADMINISTRACIÓN:** Se manda información de todo lo relacionado con la parte comercial antes de que el cliente haga su pedido, agenda de visitas, horarios disponibles, información de facturación, evidencia y ubicaciones de clientes nuevos.
- **FUERZA DE VENTAS:** Se manda información sobre actualización de precios o promociones vigentes.
- **MESA DE CONTROL:** Información relacionada sobre estatus de pedidos, revisión de materiales en taller, agenda de instalaciones, mantenimientos y seguimientos de clientes que ya hicieron su compra.

Callpicker: Para facilitar la comunicación interna y mantener un orden establecido, se cuenta con la herramienta de Callpicker. Callpicker es una plataforma inteligente que

permite integrar todos los sistemas de comunicación de la organización. Pueden comunicarse entre extensiones a través la app Callpicker. Solamente se marcan los tres dígitos de la extensión.

Transferencia de Llamadas: Durante cualquier llamada entrante o saliente:

- Marcar ** (dos veces asterisco).
- Ingresar la extensión destino (número de extensión).
- Esperar a que la persona en la extensión destino atienda, y mencionar que tiene llamada. Si el destino acepta, únicamente la persona que tomó la llamada inicialmente cuelga y las dos personas (cliente y extensión destino) quedan en la llamada. En caso de no querer tomar la llamada, la extensión destino cuelga y regresa el cliente con la persona que inicialmente toma la llamada. Mientras esto sucede, el cliente estará escuchando música de espera.

VII. Formatos

Descripción del Formato de Cotización

El formato de cotización es una herramienta esencial para los asesores de ventas de Sundeck Persianas y Decoraciones. Este documento se utiliza para proporcionar a los clientes potenciales una estimación detallada de los costos asociados con la compra de productos y servicios ofrecidos por la empresa. El formato está diseñado para ser claro, profesional y fácil de usar, asegurando que toda la información relevante se presente de manera precisa y organizada.

Estructura del Formato de Cotización:

- **Encabezado:**
 - Logo de la Empresa: El logotipo de Sundeck Persianas y Decoraciones en la parte superior para reforzar la marca.
 - Nombre de la Empresa: Información completa de la empresa, incluyendo dirección, teléfono, correo electrónico y sitio web.
- **Información del Cliente:**
 - Nombre del Cliente: Nombre completo del cliente o empresa.
 - Dirección: Dirección postal del cliente.
 - Información de Contacto: Número de teléfono y correo electrónico del cliente.
- **Detalles de la Cotización:**
 - Número de Cotización: Identificador único para la cotización.
 - Fecha de Emisión: Fecha en que se emite la cotización.
 - Fecha de Vencimiento: Fecha límite para la validez de la cotización.
- **Descripción de los Productos/Servicios:**
 - Cantidad: Número de unidades del producto o servicio.
 - Descripción: Descripción detallada del producto o servicio ofertado.
 - Precio Unitario: Costo por unidad del producto o servicio.
 - Total: Total por cada línea de producto (Cantidad x Precio Unitario).
- **Resumen de Costos:**
 - Subtotal: Suma de los totales de cada línea de producto.

- Impuestos: Cálculo de impuestos aplicables.
 - Descuentos: Cualquier descuento aplicado.
 - Total General: Suma final incluyendo impuestos y descuentos.
- **Términos y Condiciones:**
 - Plazo de Entrega: Tiempo estimado para la entrega de los productos o servicios.
 - Condiciones de Pago: Métodos y términos de pago aceptados.
 - Validez de la Cotización: Período durante el cual la cotización es válida
 - **Notas Adicionales:**
 - Cualquier otra información relevante o instrucciones específicas para el cliente.

Uso del Formato de Cotización

1. **Preparación Inicial**
 - El asesor de ventas debe completar la información de la empresa y del cliente en la sección de encabezado e información del cliente.
 - Asegurarse de que el logotipo y los datos de contacto de la empresa estén correctamente insertados.
2. **Detallar la Oferta**
 - Listar todos los productos y servicios que el cliente ha solicitado, especificando la cantidad, descripción y precio unitario.
 - Utilizar fórmulas en Excel para calcular automáticamente el total por cada línea, el subtotal, los impuestos, descuentos y el total general.
3. **Revisar y Personalizar**
 - Revisar toda la información para asegurarse de que sea correcta y completa.
 - Añadir cualquier nota adicional o instrucciones específicas en la sección de notas adicionales.
4. **Presentación al Cliente**
 - Enviar la cotización al cliente por correo electrónico, asegurándose de incluir un mensaje que resuma los puntos clave de la oferta y próximos pasos.
 - Ofrecerse para resolver cualquier duda o proporcionar información adicional sobre la cotización.
5. **Seguimiento**
 - Registrar la cotización en el CRM para hacer seguimiento.
 - Hacer un seguimiento con el cliente después de unos días para verificar si hay preguntas y para avanzar en el proceso de venta.

Ejemplo de Uso

1. **Encuentro con el Cliente**
 - Durante una reunión o llamada, el cliente expresa interés en ciertos productos o servicios.
 - El asesor de ventas toma nota de los detalles y confirma las especificaciones con el cliente.
2. **Generación de la Cotización**
 - El asesor de ventas abre el formato de cotización en Excel y llena la información del cliente y la descripción de los productos/servicios solicitados.
 - Utiliza fórmulas para calcular el total de la cotización.

3. Envío y Seguimiento

- El asesor de ventas guarda el documento y lo envía al cliente por correo electrónico.
- Registra la cotización en el CRM y programa un recordatorio para hacer seguimiento en unos días.

4. Conversión de la Cotización en Venta

- Después del seguimiento, el cliente acepta la cotización.
- El asesor de ventas coordina los siguientes pasos, como la firma del contrato y la programación de la entrega.

Esta estructura asegura que el proceso de cotización sea eficiente y profesional, ayudando a convertir más prospectos en clientes satisfechos.

Formato para Toma de Medidas

Descripción del Formato de Toma de Medidas

El formato de toma de medidas es una herramienta esencial para los asesores de ventas y técnicos de Sundeck Persianas y Decoraciones. Este formato se utiliza para registrar las dimensiones y especificaciones detalladas de los productos (como persianas y toldos) que los clientes desean instalar. El formato asegura que todas las medidas y detalles necesarios se recopilen de manera precisa, facilitando así la creación de cotizaciones y la posterior instalación de los productos.

Estructura del Formato de Toma de Medidas

1. Encabezado

- **Nombre del Cliente:** Campo para ingresar el nombre completo del cliente.
- **Teléfono:** Número de contacto del cliente.
- **Dirección:** Dirección del cliente donde se realizará la instalación.
- **Quien Recibe:** Persona que recibe la cotización o el servicio.
- **Fecha:** Fecha en la que se toma la medida.
- **Fecha Compromiso:** Fecha acordada para la entrega o instalación.
- **COT:** Número de cotización.
- **Tel:** Número de teléfono de la persona que recibe.
- **Referencia:** Referencia adicional del proyecto o cliente.
- **Observaciones Adicionales:** Espacio para notas adicionales relevantes al proyecto.

2. Detalles del Producto

- **PZAS:** Número de piezas a instalar.
- **Ubicación:** Ubicación específica donde se instalará cada pieza.
- **Medidas:**
 - **Ancho:** Ancho de la pieza.
 - **Alto:** Alto de la pieza.
- **Material:** Código del material seleccionado.
- **Color:** Código del color seleccionado.
- **Control:** Tipo de control (manual, motorizado).
- **Especificaciones de Instalación:**
 - **Techo:** Indicar si la instalación es en techo.

- **Muro:** Indicar si la instalación es en muro.
- **Corte:** Detalles de cortes necesarios.
- **Translape:** Información sobre traslapes.
- **Piso de Techo:** Indicar si es necesario piso de techo.
- **Concreto:** Indicar si la instalación es en concreto.
- **Tablarroca:** Indicar si la instalación es en tablarroca.
- **Sistema Día y Noche/SKYLINE/Base de Tabla:** Otras especificaciones relevantes.

3. Opciones de Control

- **IZQ:** Control a la izquierda.
- **DER:** Control a la derecha.

4. Firmas

- **Nombre y Firma de Quien Realiza:** Campo para la firma del técnico que toma las medidas.
- **Nombre y Firma de Quien Recibe:** Campo para la firma del cliente o responsable que recibe el servicio.

Uso del Formato de Toma de Medidas

Este formato de toma de medidas se utiliza específicamente en casos donde el cliente requiere una cotización digital. Muchos clientes prefieren recibir su cotización de manera digital para mayor conveniencia y claridad. A continuación, se describe cómo usar el formato de toma de medidas para levantar las medidas necesarias:

1. Preparación Inicial

- El asesor de ventas completa la información del cliente en la sección de encabezado e información del cliente.
- Asegurarse de que el logotipo y los datos de contacto de la empresa estén correctamente insertados.

2. Levantar las Medidas

- Durante la visita al sitio del cliente, el asesor de ventas o técnico toma las medidas precisas de cada ubicación donde se instalarán los productos.
- Registrar las medidas (ancho y alto) junto con las especificaciones del material, color, y control en el formato.

3. Revisar y Confirmar

- Revisar todas las medidas y detalles para asegurar su exactitud.
- Confirmar cualquier detalle adicional o requerimientos especiales con el cliente.

4. Digitalización y Envío

- Transferir la información del formato físico a una versión digital si es necesario.
- Generar una cotización digital detallada basada en las medidas y especificaciones recopiladas.
- Enviar la cotización digital al cliente por correo electrónico, asegurándose de incluir un mensaje que resuma los puntos clave de la oferta y próximos pasos.

5. Seguimiento

- Registrar la cotización digital en el CRM para hacer seguimiento.
- Hacer un seguimiento con el cliente después de unos días para verificar si hay preguntas y para avanzar en el proceso de venta.

Ejemplo de Uso

- 1. Encuentro con el Cliente**
 - Durante una visita al sitio del cliente, el asesor de ventas toma nota de las especificaciones del cliente y confirma los detalles necesarios.
- 2. Levantamiento de Medidas**
 - El asesor de ventas utiliza el formato para registrar todas las medidas precisas y detalles del proyecto.
 - Utiliza el formato para asegurar que toda la información relevante esté capturada.
- 3. Generación de Cotización Digital**
 - Después de la visita, el asesor de ventas transfiere los datos a una versión digital del formato y genera una cotización.
 - Envía la cotización digital al cliente y ofrece resolver cualquier duda.
- 4. Seguimiento y Conversión**
 - Registra la cotización en el CRM y hace un seguimiento con el cliente para cerrar la venta.

Este enfoque asegura que el proceso de toma de medidas sea preciso y eficiente, proporcionando al cliente una cotización digital clara y detallada que facilita la toma de decisiones y agiliza el proceso de venta.

VIII. Marco Legal

- **Ley Federal del Trabajo vigente.**
- **Reglamento interno Sundeck Persianas y Decoraciones.**
- **Reglamento de uso de vehículos Sundeck Persianas y Decoraciones.**

IX. Políticas Generales y Específicas

Los lineamientos comprendidos en este manual son aplicables a los niveles: gerenciales, técnicos especializados, técnicos administrativos y de producción. El jefe o encargado del área supervisará periódicamente las actividades que se realizan en esta área.

Políticas de Ventas

1. Todo descuento se debe consultar en la tabla mensual de descuentos; cualquier descuento adicional requiere autorización del director.
2. Trabajos de clientes foráneos requieren ser pagados antes de la colocación.
3. Si por alguna razón el cliente mueve la instalación deberá cubrir el pago del total de su pedido y reagendar nuevo compromiso de entrega.
4. La empresa Sundeck no se hace responsable por el maltrato en telas y/o funcionamiento del material que se encuentre en bodega más de 15 días hábiles después del compromiso de entrega.
5. Sundeck cortinas y persianas no otorga ningún tipo de crédito salvo que el solicitante lo haga por escrito junto con sus fechas compromisos y sea autorizado por dirección; para dicha negociación no aplicará ningún tipo de descuento o promoción vigente.
6. Por ser nuestros materiales hechos a la medida no se aceptan cambios ni cancelaciones una vez hecho el pedido.

7. Para pedidos especiales urgentes no aplican ningún tipo de descuento salvo previa autorización del director.
8. Para pedidos urgentes se deberá solicitar 70% de anticipo y el saldo deberá cubrirse antes de la entrega.

Uso Interno

1. Toda negociación deberá presentarse con cada una de las especificaciones que requiere la instalación para el suministro y buen funcionamiento de nuestros productos.
2. Toda negociación que implique movimientos fuera de los estándares normales deberá ser marcada como pedido especial.
3. Cualquier tipo de negociación que implique una instalación especial que esté fuera del estándar común deberá ser consultada con el área responsable antes de hacer cualquier tipo de acuerdo o negociación y se deberá de presentar por escrito; deberá agregar fotos para solicitar cualquier tipo de modificación especial.
4. Los gastos de cualquier tipo de movimiento que esté fuera de los estándares comunes de instalación quedan bajo la responsabilidad del cliente final.
5. Los gastos de cualquier movimiento administrativo operativo y logístico y de suministro de material que no esté especificada dentro de la negociación y/o no tenga cobro correrá por cuenta de la persona que llevó a cabo la negociación con el cliente final.
6. Los gastos de cualquier movimiento administrativo operativo y logístico o de suministro de materia prima que no se hayan negociado y considerado en el presupuesto y/o por la toma de medidas incorrectas serán cubiertos por la persona que realizó la visita y negociación en su totalidad.
7. Los gastos efectuados por mala planeación, organización u omisión, de cualquier tipo de movimiento administrativo operativo y logístico será cubierto por la persona responsable del área y/o que haya llevado la negociación.
8. Toda cotización que reciba anticipo deberá entregarse al área correspondiente, no se aceptan anticipos sin cotización; si debido a la negligencia se retrasa la entrega con el cliente, por cada día de retraso el responsable se hará acreedor a una sanción administrativa de 3 días de sueldo.

X. Responsabilidades Adicionales del Asesor de Ventas

- **Capacitación Continua:** Los asesores de ventas deben participar en programas de capacitación y actualización de conocimientos regularmente para mantenerse al día con las últimas tendencias y técnicas de ventas, así como con los productos y servicios ofrecidos por la empresa.
- **Reporte de Actividades:** Es responsabilidad del asesor de ventas mantener registros detallados de todas sus actividades de ventas, incluyendo visitas a clientes, llamadas, correos electrónicos y cualquier otra interacción relacionada con el proceso de ventas. Estos registros deben ser actualizados regularmente en el CRM de la empresa.
- **Cumplimiento de Objetivos:** Cada asesor de ventas debe trabajar para cumplir con los objetivos de ventas establecidos por la empresa. Esto incluye tanto objetivos de ventas individuales como colectivos.

XI. Implementación y Seguimiento del Manual

- **Distribución del Manual:** El manual debe ser distribuido a todos los asesores de ventas y personal relevante de la empresa. Es importante asegurarse de que todos los empleados comprendan su contenido y sepan cómo aplicarlo en su trabajo diario.
- **Capacitación en el Uso del Manual:** Se deben organizar sesiones de capacitación para asegurar que todos los asesores de ventas comprendan completamente las políticas y procedimientos establecidos en el manual.
- **Revisión y Actualización del Manual:** El manual debe ser revisado y actualizado periódicamente para reflejar cualquier cambio en las políticas de la empresa, las leyes laborales aplicables, o las condiciones del mercado.

XII. FAQ (Preguntas Frecuentes)

¿Qué debo hacer si un cliente solicita un descuento adicional?

- Todo descuento se debe consultar en la tabla mensual de descuentos; cualquier descuento adicional requiere autorización del director.

¿Cómo manejo una solicitud de cotización urgente?

- Para pedidos urgentes se deberá solicitar 70% de anticipo y el saldo deberá cubrirse antes de la entrega. No aplican descuentos salvo previa autorización del director.

¿Qué hacer si el cliente cambia la fecha de instalación?

- Si el cliente mueve la instalación, deberá cubrir el pago total de su pedido y reagendar un nuevo compromiso de entrega.

¿Cómo proceder con un pedido especial fuera de los estándares comunes?

- Toda negociación que implique movimientos fuera de los estándares normales deberá ser marcada como pedido especial y consultada con el área responsable.

¿Qué pasa si hay un error en las medidas tomadas?

- Los gastos de cualquier movimiento administrativo operativo y logístico o de suministro de materia primas que no se hayan negociado y considerado en el presupuesto y/o por la toma de medidas incorrectas serán cubiertos por la persona que realizó la visita y negociación en su totalidad.

XIII. Conclusión

Este manual del asesor de ventas de Sundeck Persianas y Decoraciones está diseñado para proporcionar una guía clara y completa sobre las responsabilidades, procedimientos y políticas que los asesores de ventas deben seguir. Al adherirse a este manual, los asesores de ventas podrán desempeñar sus funciones de manera efectiva, mantener altos estándares de servicio al cliente y contribuir al éxito general de la empresa.

Si tienes alguna pregunta o necesitas más información no dudes en consultar.

