



SUNDECK
PERSIANAS Y DECORACIONES

Entrenamiento liderazgo en ventas.

Objetivo:

- Brindar información precisa para el desarrollo de negociaciones efectivas en nuestro proceso de ventas.
- Desarrollar nuevas habilidades en el equipo de ventas.
- Ofrecer una experiencia de servicio y compra excepcional.
- Aumentar las ventas en un 15% en los próximos 12 meses.

1. CONOCIENDO TU NEGOCIO

En Sundeck, nuestra **misión** es proporcionar soluciones de decoración del hogar y corporativas de alta calidad en la costa de Guerrero.

"En Sundeck, nuestra **visión** es convertirnos en líderes en el mercado de la decoración del hogar y corporativa en la costa de Guerrero. Nos enfocamos en expandir nuestra presencia en Guerrero y ofrecer un servicio excepcional a nuestros clientes para ayudarlos a crear espacios cómodos y estéticamente agradables, con el objetivo de ser reconocidos como una empresa líder en el mercado de la decoración del hogar y negocios en toda la costa de Guerrero."

Pasión por dar siempre lo mejor.

- Mejora continua en los procesos.
- Enfoque en ser los mejores de las zonas de distribución
- Aprende de los errores y evitar cometerlos.
- Trabajo con pasión, amor respeto y dignidad.

-Compromiso a dar siempre el máximo esfuerzo para cumplir con las responsabilidades laborales.

NUESTRA MARCA



Nuestra marca exclusiva de persianas, con más de 15 años de experiencia en la elaboración de persianas con diversos componentes y telas, se consolida en el año 2023 para brindar soluciones de protección solar adecuándonos a cualquier estilo y ambiente. Fabricamos persianas sobre medida que brindan variedad de productos y otorgan a cada hogar el diseño, control de luz, protección y privacidad que se requiere.

Nos enfocamos en satisfacer las necesidades de decoración de nuestros consumidores, ofreciendo productos que sean acordes a sus posibilidades. Estamos comprometidos con ofrecer soluciones de alta calidad a precios razonables, para que cualquier hogar pueda tener acceso a nuestros productos y disfrutar de la personalización que ofrecemos.

Nuestros clientes son personas con altas aspiraciones y dispuestas a experimentar con nuevas opciones en el mercado de productos y servicios. Por ello, nuestra marca exclusiva de persianas busca innovar y adaptarse constantemente para ofrecer la mejor experiencia de compra posible.

NUESTRA PRESENTACIÓN



ACERCA DE NUESTROS SERVICIOS

“Somos distribuidores de una amplia gama de productos para la decoración del hogar, oficina y negocio. En sundeck nos especializamos en las mas selectas marcas del mercado para la satisfacción de los gustos mas exigentes, somos GARANTIA y EXCELENCIA simplemente tu mejor opción.”

1 Toldos

Alta resistencia al viento, protege puertas, ventanas y acceso de lluvia, sol, polvo, rayos UV.

2 Motorización

Sistema de motorización que eliminan la necesidad de operar manualmente sus cortinas o persianas, evitando el uso de cordones o cadenas.

3 Cortinas

Cortinas que combinan el confort y la decoración con el ahorro de energía, control de luz, protección UV, regulación térmica, durabilidad, fácil mantenimiento y adaptables a cualquier estilo. Versátiles y tradicionales, le ofrecen una forma práctica de lograr privacidad y reducir la iluminación natural.

4 Persianas

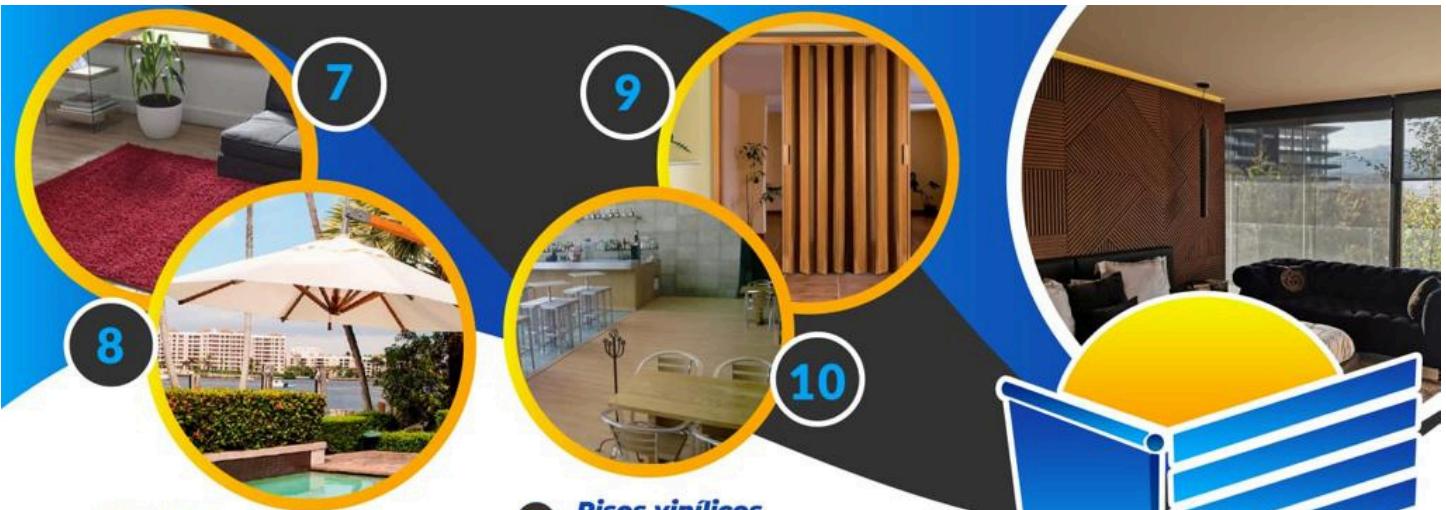
Persianas que ofrecen una apariencia clásica al mismo tiempo que otorgan privacidad, control de iluminación, facilidad de operación, durabilidad y una amplia selección de colores. Selección de modelos o tonos que cuentan con una variedad de estilo tradicional o contemporáneo.

5 Pisos laminados

Pueden ser utilizados en cualquier espacio del hogar como sala, comedor, habitaciones o pasillos, ofreciendo confort, calidad y durabilidad.

6 Tapicería

Tapicería de salas, sillas de comedor, sillones de oficina etc.



7 Alfombra

Ofrece calidez y confort. Poseen propiedades de aislamiento térmico (aislan del frío) y acústico (absorben el sonido y contribuyen al silencio).

8 Sombrillas

Sombrillas de soporte o brazo lateral, para patio o terraza, sombrilla de uso pesado, ideal solución de sombra para restaurantes, hoteles, centros comerciales, etc.

9 Puertas plegables

Proporcionan una decoración muy agradable y a bajo costo, comodidad y elegancia. No absorben la humedad, atenúan el ruido, no se oxidan ni pierden su color.

10 Pisos vinílicos

Gran durabilidad ya que garantiza mayor resistencia al desgaste, bajo costo y facilidad de limpieza y mantenimiento.

Versatilidad de colores y diseños.

PARA ORDENAR Y MÁS

CONTÁCTENOS EN:



Acapulco: 744 443 4126 - 744 134 5048

Zihuatanejo: 755 153 0050

Cuernavaca: 777 454 0339



www.sundeckcortinasypersianas.com

ventas@sundeckcyp.com

SUNDECK
PERSIANAS Y DECORACIONES

Distribuidor
Exclusivo:



**¡ESCANEÁ AQUÍ
Y COMpra A
PRECIOS
EXCLUSIVOS!**

CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS.

PRODUCTOS SUNDECK



SUNDECK
PERSIANAS Y DECORACIONES

características ventajas y beneficios

PRODUCTOS SUNDECK



1.1 TU IDENTIDAD COMO VENDEDOR

¿Por que lo haces?

IDENTIFICA TUS METAS

- Ganar dinero
- Crecimiento profesional
- Cumplir tus objetivos personales

Identifica tus creencias limitantes vs creencias potenciadoras.

5 ejemplos de creencias limitantes en ventas:

1. "No soy lo suficientemente bueno para vender"
2. "No puedo vender a personas que no conozco"
3. "No puedo vender este producto porque es demasiado caro"
4. "No puedo vender a alguien que ya tiene un proveedor"
5. "**No puedo vender en un mercado saturado**

5 creencias potenciadoras en ventas:

1. Cada "no" te acerca a un "sí".
2. No vendes un producto, vendes una solución a un problema.
3. La confianza es la clave para cerrar una venta.

4. La escucha activa es más importante que hablar demasiado.
5. Siempre hay algo que aprender de cada venta, incluso si no se cierra la venta.
6. A partir de hoy todas las decisiones y lo que hagas define tu futuro, ¿Dónde quieres estar?
7. ser aventado !!

Ciclo de la acción

Ciclo de la Acción como una herramienta para mejorar el desempeño en ventas. El ciclo consta de cinco etapas: **Pensamiento, Emoción, Actitud, Acción y Hábito**. Cada etapa influye en la siguiente y juntas forman un ciclo que puede ser utilizado para identificar y cambiar patrones de comportamiento que afectan negativamente el desempeño en ventas. Al comprender cómo funciona este ciclo, puedes identificar los pensamientos y emociones que te impiden tener éxito en las ventas y trabajar para cambiarlos. Por ejemplo, si tienes pensamientos negativos sobre tu capacidad para cerrar una venta, esto puede afectar tu emoción y actitud hacia la venta, lo que a su vez puede afectar tu acción y hábito. Al identificar estos patrones negativos y trabajar para cambiarlos, puedes mejorar tu desempeño en ventas.



“La mayor debilidad de tu competencia es cuando cierras un trato”

Para ser un vendedor excelente, a lo largo del proceso de ventas, existen una serie de objetivos /

fases clave que tienes que tener en cuenta.

PASOS / METAS EN UN PROCESO DE VENTA

Crear un nuevo prospecto

Cualificar, cualificar, cualificar

Investigación de la empresa

Crear conexión emocional

Crear autoridad y credibilidad

Descubrir o crear una necesidad

Proponer / presentar la solución

Preguntar durante la venta

Manejar objeciones y negociar

2.0 ¿QUE ES VENDER?

¿QUE ES VENDER?

Ayudar profesionalmente a un prospecto calificado, a tomar una buena decisión de compra para él.

CLIENTE IDEAL QUE ES Y POR QUE ENFOCARSE SOLAMENTE EN EL ?

Un cliente ideal es aquel que representa el perfil de usuario que más se beneficia de los productos o servicios que ofrece una empresa. Enfocarse en el cliente ideal permite a la empresa generar estrategias de marketing y ventas más efectivas, ya que se dirigen a un público específico que tiene mayores probabilidades de convertirse en cliente y de estar satisfecho con la experiencia de compra. Además, al enfocarse en el cliente ideal, se pueden diseñar mejores productos o servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas. En resumen, enfocarse en el cliente ideal es importante para maximizar el éxito de una empresa y mejorar la satisfacción de los clientes.



Análisis , segmentación de clientes y mercado objetivo:

En primer lugar, es importante tener en cuenta que el mercado objetivo de un negocio de venta de persianas es relativamente estrecho, y por lo tanto, la segmentación de clientes debe ser precisa y detallada. A continuación, se describen algunos de los segmentos de clientes y características del mercado objetivo para un negocio de venta de persianas de lujo:

1. Propietarios de viviendas de alto nivel adquisitivo: Este segmento de clientes se compone de propietarios de viviendas de alto nivel adquisitivo que están dispuestos a invertir en la mejora y personalización de sus hogares. Este segmento busca productos de alta calidad, diseño exclusivo y personalización.
2. Empresas constructoras de lujo: Este segmento de clientes incluye a empresas constructoras de viviendas de lujo que buscan soluciones de persianas personalizadas y de alta calidad para sus proyectos.
3. Diseñadores de interiores y arquitectos de lujo: Este segmento de clientes se compone de diseñadores de interiores y arquitectos de lujo que buscan soluciones de persianas personalizadas para proyectos de diseño exclusivos.

Buyer persona:

A continuación, se presenta el buyer persona para un negocio de venta de persianas de lujo, basado en los segmentos de clientes descritos anteriormente:

Nombre: Juan

Edad: 40-55 años

Género: Masculino

Estado civil: Casado

Ingresos: Más de \$100,000 anuales

Ocupación: Empresario, ejecutivo, profesional o emprendedor exitoso

Perfil:

- Juan es un propietario de vivienda de alto nivel adquisitivo que busca productos de alta calidad y diseño exclusivo para personalizar su hogar.
- Él valora la personalización y la exclusividad en su hogar y busca soluciones de persianas que reflejen su estilo y personalidad.
- Juan está dispuesto a invertir en productos de alta calidad y está dispuesto a pagar un precio más elevado por un producto exclusivo y de alta calidad.
- Él es un comprador informado que busca información detallada sobre los productos y está dispuesto a hacer una inversión a largo plazo en soluciones de persianas personalizadas.
- Juan valora la experiencia de compra y espera un servicio al cliente excepcional, que incluya la personalización de las soluciones de persianas a sus necesidades específicas.

Características de la buyer person:

- Gustos por la exclusividad y personalización en el hogar.
- Busca soluciones de persianas de alta calidad y diseño exclusivo.
- Está dispuesto a pagar un precio más elevado por un producto exclusivo y de alta calidad.
- Es un comprador informado que busca información detallada sobre los productos.
- Valora la experiencia de compra y espera un servicio al cliente excepcional.
- Tiene un estilo de vida ocupado y valora la conveniencia en la compra.
- Tiene una personalidad extrovertida y disfruta socializar y entretenér en su hogar.
- Valora la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa en los productos que compra.

Gustos e intereses:

- Viajar y experimentar diferentes culturas y estilos de vida.
- Coleccionar obras de arte y muebles exclusivos.
- Practicar deportes como el golf, tenis y esquí.
- Asistir a eventos y fiestas exclusivas.
- Escuchar música clásica, jazz y world music.
- Disfrutar de la gastronomía y los vinos de alta calidad.

Comportamiento online:

- Juan utiliza las redes sociales para seguir a marcas de lujo, diseñadores y arquitectos de interiores.

- Busca información sobre productos y marcas de lujo en blogs, revistas y sitios web especializados.
- Compra productos de lujo en línea y espera un servicio de entrega personalizado y rápido.
- Valora las opiniones de otros compradores y las reseñas en línea antes de realizar una compra.
- Es un usuario avanzado de tecnología y utiliza dispositivos móviles y aplicaciones para realizar compras en línea y realizar seguimiento de sus pedidos.

	Particular	Contratista	Compañía
EDAD	30 a 65	25 a 65	0 en adelante
UBICACIÓN	Fraccionamientos, condominios lugares de alta plusvalía, casas en remodelación. puertos, ciudades en crecimiento, municipios, etc.	Está remodelando, el lugar es un proyecto nuevo oficinas, departamentos, casas	Ciudades en crecimiento, oficinas, bancos, consultorios, clínicas, hospitales, escuelas, etc.
PERFIL PROFESIONAL	Dueños de negocios, políticos empresarios	se dedica a la construcción, colocador tabla roquero , arq ingeniero	GERENTE DE COMPRAS, CONSTRUCTOR ARQ, DECORADOR
GUSTOS E INTERESES			
COMPORTAMIENTO ONLINE			

UN BUEN VENDEDOR UTILIZA SUS MEJORES HERRAMIENTAS.

¿QUE SON LAS SOFT SKILLS EN VENTAS ?

Las soft skills en ventas son habilidades blandas o interpersonales que permiten a los vendedores comunicarse de manera efectiva con los clientes y establecer relaciones duraderas. Ejemplos de soft skills en ventas incluyen la empatía, la capacidad de escuchar, la persuasión, la inteligencia emocional y la capacidad de trabajo en equipo. Estas

habilidades son importantes para construir la confianza y la lealtad del cliente, lo que en última instancia puede llevar a mayores ventas y éxito en el negocio.

LA CAPACIDAD DE ESCUCHAR

Escucha activa



Escuchar



Respetar



Observar



No imponer

Estrategias para escuchar mejor



- Controla tu ego.
- No pienses en una respuesta.
- Reconoce los sentimientos.
- Admite si no escuchaste.
- Lenguaje no verbal.
- Práctica la escucha activa.

Las 7 clases de preguntas



Cerradas

¿Por qué?

¿Cómo?

¿Qué?

¿Cuándo? / ¿Dónde? / ¿Cuál?

QUE ES EL METODO SPIN

El método SPIN es una técnica de ventas que se enfoca en hacer preguntas específicas al cliente para identificar sus necesidades y motivaciones de compra. SPIN es un acrónimo de Situación, Problema, Implicación y Necesidad o Beneficio.

METODO SPIN

La importancia de las preguntas en las ventas, es que las preguntas abren a las personas a procesar conceptos y así podemos conectar con nuestro prospecto. de la calidad de la pregunta es la calidad de la respuesta , la dirección de la pregunta va apuntar a una cierta respuesta.

SITUACIÓN	Identificar la situación actual del prospecto	Capacidad de pago, Necesidades	normalmente el prospecto manifiesta su necesidad
PROBLEMA	¿Cuál es el principal problema ?	El aire no enfriá los muebles se maltratan, la ven sus vecinos, está remodelando	cuando identifiques el problema ve de inmediato a la implicación
IMPLICACIÓN	¿Qué es lo que puede pasar si no compra?	Tomar conciencia de la oferta irresistible	recuerda los tiempos de entrega y que requiere prever su pedido con anticipación
NECESIDAD	Hacerle evidente la necesidad	¿Cómo ves si resolvemos de una vez?	aplicar promociones, comentar los tiempos de entrega y trabajar con los cierres de venta

Cualificar, cualificar, cualificar

Framework se refiere a un conjunto de principios y técnicas que se utilizan para abordar el proceso de ventas de manera estructurada y sistemática. Estos frameworks pueden ayudar a los vendedores a identificar y comprender mejor las necesidades y deseos del cliente, y a guiarlos a través de cada etapa del proceso de venta.

Vamos a ver el framework más conocido para cualificar: el BANT.

El BANT es un framework comúnmente utilizado para cualificar oportunidades de venta, y consta de cuatro componentes: Budget (presupuesto), Authority (autoridad), Need (necesidad) y Timeline (plazo). Para aplicarlo de manera efectiva, una estrategia podría ser:

1. Identificar y priorizar los prospectos que tengan el presupuesto adecuado para tu producto o servicio.
2. Buscar a los tomadores de decisiones en la empresa, para asegurarte de que tienen la autoridad para aprobar la compra.
3. Descubrir las necesidades del prospecto, para asegurarte de que tu solución resuelve sus problemas o desafíos específicos.
4. Establecer un plazo realista para la compra, para que puedas planificar y hacer seguimiento de la oportunidad de manera efectiva.

ACTIVIDAD

MAXIMOS Y MINIMOS

La capacidad de:	MAXIMOS	MINIMOS
<ul style="list-style-type: none"> • Expresar correctamente y demostrar las CUALIDADES de nuestro producto/servicio VS aquellas desventajas contra otros productos/servicios de la competencia. 	<p>Maximizamos las ventajas y beneficios de nuestro producto</p>	<p>Minimizamos las desventajas de nuestro producto</p>
<p>IMPORTANTE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es una técnica conversacional 		
<ul style="list-style-type: none"> • Hay que preparar la conversación • Tener por escrito los escenarios posibles y las respuestas adecuadas • Pero sobre todo: hay que practicarlo • TIP: Herramienta Role Play (Juego de Roles) 		

2.1 CIERRE Y MANEJO DE OBJECIONES

RECUERDA: Gestionar prospectos, es mitad estrategia y mitad crear relaciones. Tienes que hacer ambas cosas para cerrar tus ventas.

¿QUE SON LAS OBJECIONES?

Una objeción es una respuesta negativa que da un cliente potencial durante el proceso de venta. Puede ser una preocupación o duda que tenga sobre el producto o servicio que se ofrece. Como vendedor, es importante saber cómo manejar las objeciones de manera efectiva para poder persuadir al cliente potencial de que su producto o servicio es la mejor opción para ellos.

¿QUE ES UN CIERRE DE VENTAS?

El cierre de ventas es una etapa del proceso de ventas en donde, luego de haber presentado un producto a un cliente potencial, y haber hecho frente a sus objeciones, se intenta cerrar la venta, es decir, se intenta inducirlo o convencerlo de decidirse por la compra.

¿CUAL ES EL OBJETIVO DEL CIERRE ?

un buen cierre es cuando logramos un compromiso, no necesariamente de la venta, puede ser. de una próxima cita , una llamada para analizar lo que se le está ofreciendo un buen cierre se logra haciendo compromiso con el prospecto .

MICRO COMPROMISO Y CIERRE PARCIAL

El cierre parcial es una técnica de ventas en la que el vendedor asegura un compromiso menor del prospecto, como un paso intermedio hacia el cierre final. Es una forma de obtener la confirmación de interés y avanzar en el proceso de venta. El objetivo es obtener un sí o un compromiso que acerque al prospecto hacia la decisión de compra.

EJEMPLO DE MICRO COMPROMISO O CIERRE PARCIAL

ACTIVIDAD

EJEMPLOS MICROCOMPROMISOS O CIERRES PARCIALES

situación	estrategia de cierre parcial
Cuando el prospecto está interesado, y te dice que si quiere cerrar pero que debe de revisar numeros, o con su esposa,	Muy bien no dudes en contactarme para aclarar todas las dudas que puedan surgir, entiendo que la decisión la debes de tomar con tu esposa, (si ya entablaste cierta confianza puedes preguntar cuando lo vería) si te dice, hoy en la noche, le respondes perfecto, ¿esta bien si me pongo en contacto el dia de mañana? depende de la respuesta, si mañana, no ,dame dos días, respondes , de acuerdo, ¿te parece bien si te contacto (el dia acordado) en la mañana o en la tarde? aquí seguimos aplicando el cierre doble alternativa, si te comenta en la mañana, le preguntas a las 11 esta bien ? depende de la respuesta, es momento de que cumplas con contactarlo el dia y horario pactado , hay que ponerse un recordatorio.

TIPOS DE CIERRE

CIERRE DIRECTO

- Probablemente, el más sencillo. Consiste en lanzar una pregunta a tu cliente potencial. Puede tratarse de un pequeño detalle. Sin embargo, esta pregunta te confiere un gran poder sobre la situación, porque en ella darás por sentado que la venta está cerrada.
- Por ejemplo, imagina que el prospecto todavía no ha confirmado su voluntad de comprar, cuando le preguntas:
 - "Entonces, ¿Para su instalación usted estará o enviará algún encargado?"
- Aunque parezca poco probable que surta efecto, el cierre directo tiene muchas posibilidades de funcionar cuando el desarrollo de las fases previas de la venta se han ejecutado correctamente.

cierre directo



PREGUNTAS CERRADAS

De acuerdo a lo platicado

¿considera que le podemos ayudar en su necesidad?



SI

NO

Listo!! ¿su anticipo será en efectivo o vía transferencia?

Con este tipo de cierre asumes el riesgo que el prospecto te diga que no, asegúrate de llevar una buena negociación y planear tu manejo de objeciones.

CROSSELLING, UPSELLING Y NEXTSELLING

El cross-selling se refiere a la venta de productos o servicios adicionales relacionados con la compra actual del cliente. El upselling se refiere a la oferta de productos o servicios más caros o de mayor calidad que los que el cliente estaba considerando originalmente. El next-selling se refiere a la promoción de productos o servicios relacionados con la compra futura del cliente.