



www.freschem.com



DESARROLLO DE CAPACIDADES EN COMUNICACIÓN: UNA HERRAMIENTA PARA LA OPTIMIZACIÓN DEL PROCESO DE VENTAS EN FRESCHEM S.A.S

Laura Jiménez

Juan David Martínez

Juan Sebastian Blanco



www.freschem.com



FRESCHEM



*“Sabemos cautivar a través de los sentidos
la esencia del sabor”.*

Freschem es una comercializadora de sabores, ingredientes y materias primas para la industria de alimentos y farmacéutica





www.freschem.com



LA COMPAÑÍA

Visión del Mercado

“Integramos la percepción sensorial y del consumidor para apoyar a nuestros clientes en su concepción y desarrollo de productos innovadores y exitosos”.

B2B



Experiencia Multisensorial

Cuanto más sentidos se involucren, más distintivo y memorable será el momento. Las soluciones de sabor son indispensables para la experiencia sensorial, a través de sistemas de liberación diseñados estratégicamente.





PORTAFOLIO

Categorías

En Freschem ofrecemos sabores y aromas de la más alta calidad para múltiples aplicaciones en las líneas de:

- Proteínas Texturizadas
- Oleorresinas
- Edulcorantes
- Gelatinas
- Almidones
- Colágeno Hidrolizado
- Empaques
- Condimentos

Bebidas - Lácteos



Snacks - Confeitería - Panificación

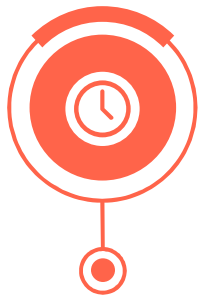


Farmacéutico





PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN



PYMES

La tasa de mortalidad de las Pymes oscila dentro de los 5 primeros años.



FRACASO

Baja capacidad de innovación, poco uso de las TIC, limitado acceso financiero, bajos niveles de capacitación y comportamiento negativo en ventas.

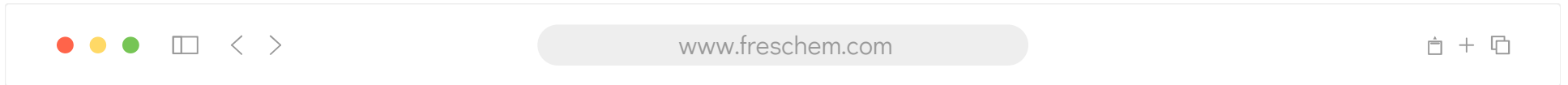


CAPACITACIONES

La inversión en capacitación responde a las necesidades de competitividad y eficiencia de las operaciones.

*“El área de ventas es la fuerza motriz que impulsa el éxito de cualquier empresa”-
Salesforce*





PROBLEMÁTICA ACTUAL

Actualmente la empresa no cuenta con capacitaciones o un programa de ventas para sus colaboradores con una metodología bien estructurada que permita

instruir al personal de fuerza de ventas con el fin de desarrollar habilidades comunicativas y de persuasión y el buen manejo del cliente.





OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

General

Identificar los criterios de comunicación que se requieren desarrollar en la compañía Freschem SAS para gestionar la optimización del proceso de ventas en la empresa con el fin de proponer un plan de capacitación que potencie la fuerza de venta.

Específico 1

Identificar la necesidad de Freschem en su proceso de ventas

Específico 2

Establecer criterios que permitan desarrollar y mejorar las capacidades de comunicación

Específico 3

Proponer un plan de capacitación en ventas para mejorar las capacidades de los vendedores.





www.freschem.com



POBLACIÓN Y MUESTRA

Vendedores entre 27 a 48 años y experiencia en ventas mayor a 2 años rubro venta al por mayor de productos saborizantes.





PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

¿Cuál es su proceso actual de ventas? Criterios, preguntas puntuales, comunicación con su cliente, y de estos ¿qué mejoraría para realizar un mejor proceso de ventas en la compañía?

1

4

¿Cuáles son los aspectos más relevantes que usted enfoca en su cliente para establecer una relación más próxima con el mismo?

¿Cada cuánto se comunica con cada cliente y cada cuanto lo visita presencialmente?

2

5

Durante la venta, ¿cuáles son las preguntas fundamentales que lo llevan a entender las necesidades de su cliente?

¿Cuánto tiempo dedica a establecer relaciones con nuevos clientes?

3

6

¿Cómo es el proceso de seguimiento y servicio postventa que usted realiza?





www.freschem.com



PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

¿Cómo es el manejo que les dan a las PQRS?

7

8

¿Tienen un formato/manual establecido para desarrollar paso a paso el proceso de venta consultiva con sus clientes?

¿La empresa le realiza capacitaciones relacionadas al proceso de ventas? ¿Con qué periodicidad?

9

10

¿Qué criterios de comunicación asertiva establece con sus clientes en el proceso de la venta?





www.freschem.com



ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

1

Mejorar y optimizar tiempos
y procesos de los
comerciales de la compañía

2

Conocer en su totalidad los
productos que ofrece
Freschem (tanto en calidad,
usos y referencias)

3

Manual de funciones,
objetivos, pasos a seguir y
procesos que tiene la
compañía para que tengan
un mejor entendimiento de
los procedimientos de la
empresa





ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

4

Plan de capacitaciones centrado en desarrollar las capacidades de sus empleados

5

Incrementar y desenvolver en los empleados actitudes y habilidades blandas

6

Lenguaje corporal asertivo, escucha activa, interacción adecuada, crear sintonía con la persona y crear sinergia en la conversación con el cliente





DISCUSIÓN DE LA PROPUESTA

| Competencias | Técnica Personal | Estrategia con el cliente |
|------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|
| Preparación emocional | Reencuadre de contexto y contenido | Comunicación no verbal |
| Presentación | Técnica de asociación - disociación | Rapport |
| Perfila tu cliente | Técnica de visualización | El calibrado |
| Entrega información de valor | Técnica del anclaje | Sistemas Representacionales |
| Cierre de venta - Objeciones | Terapia para superar los obstáculos | Escucha activa |





METODOLOGÍA DE CAPACITACIÓN AL PERSONAL

Exposición guía de ventas
consultivas con técnicas PNL /01

Inducción de técnicas de ventas
basadas en la PNL por expertos /02

Reunión mensual para
ejecutar la retroalimentación
y mejora continua /03

Reunión anual de integración
para cambios pertinentes /04



CONCLUSIONES



La PNL resulta una base fundamental para el desarrollo de habilidades comerciales entorno a una relación más estrecha para con los clientes



En el análisis de la comunicación con los clientes, el seguimiento al proceso postventa para reflejar mejoras en las ventas



La falta de capacitaciones regulares en habilidades de ventas es una limitación en el desarrollo de personal comercial
