

Módulo atención de clientes

En América Latina, las empresas familiares mayoristas enfrentan pérdidas significativas debido a la falta de preparación de sus equipos comerciales en áreas como atención al cliente y ventas. Según un estudio citado por Total Medios, hasta el 82% de los clientes se pierden debido a una mala atención. Esta alarmante cifra subraya la importancia de invertir en la capacitación del personal para mejorar la experiencia del cliente y, por ende, la retención y fidelización. Además, la alta rotación laboral, alimentada por la falta de formación y oportunidades de desarrollo, exacerba la desigualdad salarial y afecta negativamente la productividad empresarial en la región. Por lo tanto, es crucial que las empresas familiares prioricen la formación continua de sus equipos comerciales para mitigar estas pérdidas y asegurar un crecimiento sostenible.

Para lograr el éxito de éste plan de formación Usted deberá asegurar la asignación de una persona cuya responsabilidad sea liderar el desarrollo de todo el plan de formación, puede ser Usted como empresario mayorista o si no cuenta con el tiempo definir a quien se encargué de recibir y entender los 7 pasos para luego preparar la agenda sobre la cual se les entregaran los contenidos a todos los empleados.

Paso 1: Evaluación Inicial del Equipo

Objetivo: Identificar niveles de conocimiento y habilidades actuales.

- **Elementos Clave:**
 - Realizar encuestas y entrevistas para entender fortalezas y debilidades.
 - Aplicar simulaciones o clínicas de ventas para observar cómo interactúan con los clientes.
 - Establecer un diagnóstico personalizado para cada colaborador.
-

Paso 2: Fundamentos de Atención al Cliente

Objetivo: Capacitar al equipo en habilidades básicas de interacción.

- **Elementos Clave:**
 - Enseñar técnicas de escucha activa.
 - Capacitar en cómo saludar, despedirse y responder preguntas con cortesía.
 - Introducir el concepto de empatía y cómo aplicarla en ventas.
 - Usar ejemplos prácticos de trato efectivo en el canal de consumo masivo.
-

Paso 3: Técnicas de Ventas Específicas para personal de ventas en los Mayoristas

Objetivo: Equipar al personal con estrategias adaptadas al segmento.

- **Elementos Clave:**
 - Explicar la importancia de entender el surtido de productos.
 - Capacitar en la identificación de necesidades de clientes mayoristas y detallistas.
 - Proveer herramientas para recomendar productos adicionales (ventas cruzadas).
 - Simulaciones de ventas en escenarios reales.
-

Paso 4: Gestión de Objeciones y Cierre de Ventas

Objetivo: Mejorar la habilidad para superar barreras en el proceso de venta.

- **Elementos Clave:**
 - Capacitar en cómo abordar preguntas difíciles o dudas comunes.
 - Proveer guías prácticas para manejar quejas sin perder al cliente.
 - Entrenar en técnicas para cerrar ventas de manera profesional.
-

Paso 5: Conocimiento de Productos y Catálogo

Objetivo: Asegurar que el equipo sea experto en lo que ofrece.

- **Elementos Clave:**

- Organizar sesiones para revisar el portafolio de productos.
 - Incluir ejercicios donde los colaboradores describan beneficios y características clave.
 - Entrenar en el manejo de promociones y descuentos disponibles.
 - Realizar pruebas periódicas de conocimiento sobre el inventario a la venta.
-

Paso 6: Herramientas y Tecnología para la Venta

Objetivo: Fomentar el uso eficiente de herramientas digitales o manuales.

- **Elementos Clave:**

- Capacitar en el uso de sistemas básicos de facturación e inventarios.
 - Enseñar cómo registrar ventas y realizar seguimientos a clientes.
 - Introducir aplicaciones móviles o sistemas POS, si los hay disponibles.
-

Paso 7: Seguimiento y Retroalimentación Continua

Objetivo: Crear un ciclo de mejora constante.

- **Elementos Clave:**

- Implementar reuniones quincenales para discutir casos reales y compartir aprendizajes.
- Revisar objetivos de ventas y rendimiento por cada colaborador.
- Prover retroalimentación individual con consejos específicos de mejora.
- Reconocer logros y motivar al equipo con incentivos claros.

Recomendaciones Adicionales

1. **Duración:** Cada paso puede ser desarrollado en una o dos sesiones semanales de 2 horas con grupos de empleados entre 1 y 3 que puedan ausentarse de la sala de ventas mientras los demás cubren sus cargos.
2. **Material Didáctico:**
 - Manuales con ejemplos reales del sector, para ello puede pedirlos a por lo menos 10 proveedores que le faciliten sus catálogos de ventas con éste fin de formación a empleados, seguramente lo harán complacidos entendiendo que esto los podrá generar más ventas en tanto los empleados estarán más informados sobre sus productos.
 - Videos demostrativos de atención al cliente y manejo de ventas son parte de éste módulo, asegure

que sean vistos por todos los empleados que realicen el módulo.

3. **Evaluación:** Aplicar cuestionarios o prácticas al final de cada módulo para medir progreso.