



Proyecto Fortalecimiento económico y comercial de las vocaciones productivas artesanales del departamento de Caldas

[Contenidos del taller de identificación de tipos de clientes y su demanda en el mercado.]

Ejecutor
Fundación Actuar Microempresas

María Gabriela Corradine Mora
Profesional de Gestión - Supervisora y Coordinadora
Artesanías de Colombia S.A.

Manizales, Artesanías de Colombia S.A., 2015



Créditos Institucionales

Artesanías de Colombia S.A

Ana María Frías Martínez – Gerente General

Diana Pombo Holguín - Subgerente de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

María Gabriela Corradine Mora - Profesional de Gestión - Supervisora y Coordinadora

Gobernación de Caldas

Julián Gutiérrez Botero - Gobernador de Caldas

Patricia del Pilar Ruíz Vera - Secretaria de Desarrollo Económico

Jorge Andrés Gómez Escudero - Secretario de Gobierno

Martín Augusto Durán Céspedes - Secretario Integración y Desarrollo Social

José Bernardo González Betancurth - Secretario Cultura

Elisabeth Pinilla – Supervisora Secretaria de Gobierno

María Clemencia Montoya - Supervisora Secretaria de Cultura

John Emil Muñoz - Supervisor Secretaria de Desarrollo Económico

Dora Constanza Cardona - Supervisora Secretaría de Integración y Desarrollo Social

Alcaldía de Manizales

Jorge Eduardo Rojas Giraldo - Alcalde

Claudia Marcela Chica Valencia - Secretaria de Desarrollo Económico

María Carmenza Bermúdez- Supervisora Secretaria de Desarrollo Económico

Actuar Microempresas

Pedro Felipe Sogamoso Cardona - Director Ejecutivo

Carlos Alberto Vergara Salazar - Director Financiero y Administrativo

Laura Victoria Loaiza Londoño - Auxiliar Asistente administrativo y financiero

• Temas:

1-Tipos de clientes

2- Identificación de la demanda.

3- productos en los que están interesados.



¿ Quien soy?

De donde vengo ?



Objetivo:



¡Manos a la
OBRA!



Nuestro contexto

Datos de interés – Manizales:

– Es una de las ciudades con mayor tasa de alfabetismo del país (96%)

- Catalogada como la ciudad del **EMPRENDIMIENTO** en todo el territorio Colombiano.



- Firme comunicación visual
- Buena postura
- Ademanes naturales
- Ropa apropiada y aspecto
- Voz y variedad vocal
- Uso efectivo del lenguaje y de las pausas
- Atraer la atención del que lo escucha
- Uso efectivo del humor
- Ser uno mismo



ACTITUDES POSITIVAS
EN NEGOCIACIÓN



**¿QUIENES SON
VENDEDORES?**

**¿FUNCION
PRINCIPAL DE UN
VENDEDOR?**



Generar CONFIANZA....
Cuando esta se da, la venta
es solo un resultado de la
misma.



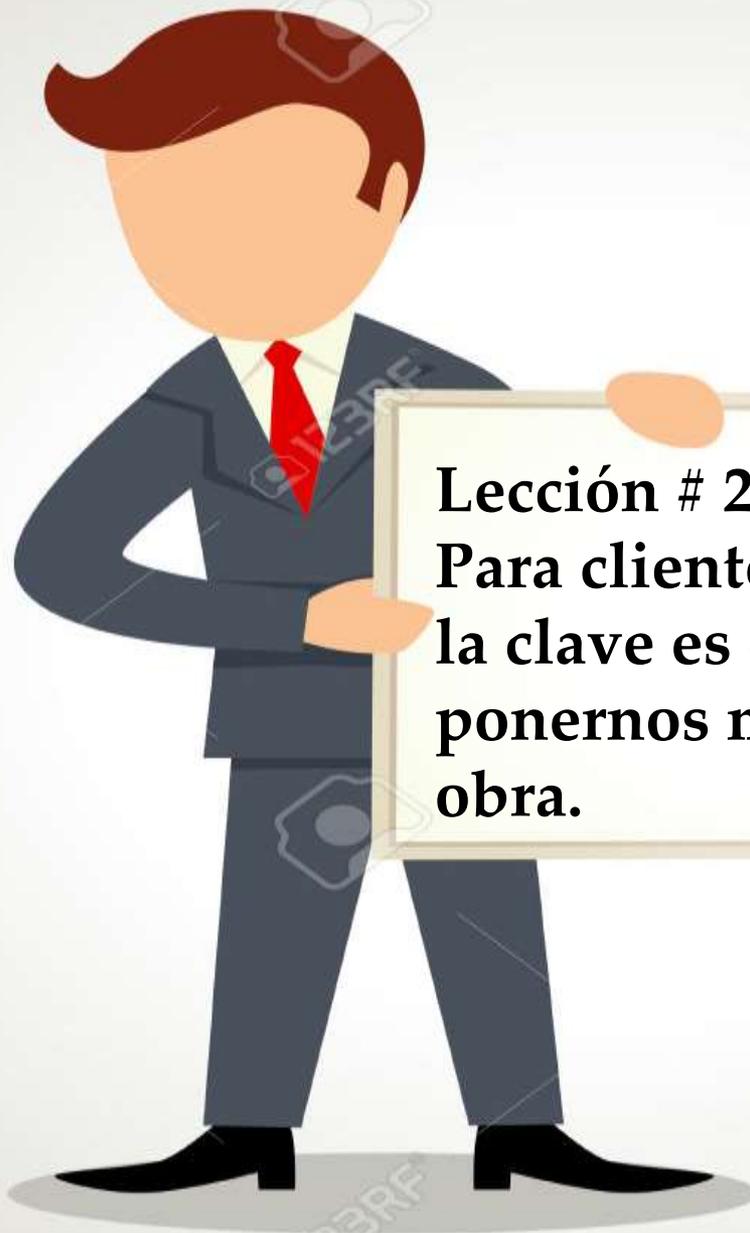


**Lección # 1:
No existen clientes
difíciles,
existen clientes
diferentes**

CLIENTE AGRESIVO



- Es muy exigente.
- También se conoce como el que se queja.
- Es alguien que está insatisfecho con el producto o servicio.



Lección # 2:
Para clientes agresivos
la clave es escuchar y
ponernos manos a la
obra.

Cliente Prepotente

- También conocido como el sabelotodo.
- Su aire de superioridad puede hacerte sentir humillado.
- Es analítico.





Lección # 3:

A los clientes prepotentes
síguelos la corriente. Déjalo
hablar

de sus conocimientos y
exprésale tu admiración por
ello.

Busca un punto de acuerdo
en el cual tú puedas tomar el
control de la conversación.

presenta tu propuesta de
una

manera convincente, pero
esquemática.

Cliente Indeciso



- Su mayor debilidad es su incapacidad para decidir por sí mismo una compra.
- Necesita que otro decida por él, ahí está el valor del vendedor.



Lección # 4:

A los clientes tímidos hay que mostrarles la capacidad de asesorarlo acertadamente.

Deja que él vea en tus ojos la sinceridad y ayúdale a tomar la mejor decisión, la que satisfaga su necesidad.

Haciéndolo así, habrás ganado un cliente que te hará publicidad gratuitamente con sus amigos y relacionados.

CLIENTE SILENCIOSO

- Es un cliente que ni siquiera te responde el saludo.
- Pareciera que es maleducado o grosero, pero no es así, solamente es que su personalidad es introvertida.
- No quiere que nadie le hable, no responde a tus preguntas, se limita a observar la mercancía.
- A él le gusta pensar y tomar su propia decisión, sin la ayuda de nadie.





Lección # 5:

A los clientes silenciosos hay que limitarse a darle la bienvenida y dejarlo que mire sin interrumpirlo. Es dejarlo pensar: en cuanto él hable, allí está hecha la venta. Es decir, el que primero hable, pierde. Si tú como vendedor hablas antes que él, no te comprará, pero si él habla primero ya tienes la venta, él ha tomado su decisión y te comprará porque el ya pensó qué comprar