

WEBINAR: La venta a través de la videoconferencia

Manuel Herrero López, con una formación en Ciencias Empresariales y Master en Dirección de Empresas, he trabajado en el mundo de la consultoría durante más de 20 años en el sector de los RRHH y organización comercial, ayudando a las empresas a desarrollar sus áreas estratégicas y comerciales.



Financiado por:



La venta a través de la videoconferencia

- Aspectos principales de una videoconferencia : errores más frecuentes.
- La estructura y planificación de una presentación.
- El proceso de venta
 - La persuasión y sus principales características.
 - Necesidades, deseos y carencias
 - Concreción y cierre de las ventas.
- Herramientas de la comunicación no verbal: los elementos principales

Aspectos principales de una videoconferencia : errores más frecuentes.

Dos formas de intercambio de la información en función de la simultaneidad con la que se envía y ofrece el mensaje.

sincrónica y asincrónica

Aspectos principales de una videoconferencia : errores más frecuentes.

Asincrónica

Los participantes utilizan el sistema de comunicación en tiempos diferentes.
Por ejemplo :
correo electrónico

Sincrónica

Es aquella “en la que los usuarios, a través de una red telemática, coinciden en el tiempo y se comunican entre sí mediante texto, audio y/o vídeo”.
Por ejemplo, en una vídeo conferencia,

Aspectos principales de una videoconferencia : errores más frecuentes.

Ventajas

Inconvenientes

Asincrónica

- Es más **simple**, ya que no requiere sincronización.
- Más **barata**, necesita menos hardware para su funcionamiento.
- La configuración del software es más **rápida** que otras transmisiones.

- La transmisión de información no es tan fluida como en la sincrónica.
- Resulta menos eficiente.

Sincrónica

- Sufre menos sobrecarga.
- Presenta un mayor rendimiento. (ciclo de ventas)
- La comunicación es más rápida, al producirse en tiempo real.

- Necesita de un mayor conocimiento informático.
- Supone un mayor costo, dado que requiere un software más sofisticado.

Aspectos principales de una videoconferencia : errores más frecuentes.

HERRAMIENTAS

Asincrónica

- Email
- Listas de distribución
- Foros de debate
- Documentos compartidos

Sincrónica

- Audio conferencia.
- Vídeo conferencia
- Chat
- Mensajería instantánea (Whatsapp, Slack)

Va a depender del mayor o menor acierto en las políticas comunicativas implantado.

Aspectos principales de una videoconferencia : errores más frecuentes.

1º



**NO ES
TELEVISIÓN**

INTERACCION

TELEPRESENCIA

2º



**2º CONOCE LAS
HERRAMIENTAS**

- ZOOM
- TEAM
- ETC

3º



**CUIDA TU
IMAGEN**

- COLOR DE ROPA
- EFECTO MOIRÉ
- MAQUILLAJE
- BIEN VESTIDO

4ª PUESTA EN ESCENA



1º BUENA CONEXION Y BATERIA



2º DOCUMENTACIÓN Y RECURSOS



3º FONDO E ILUMINACIÓN



4º RUIDOS INTERNOS Y EXTERNOS

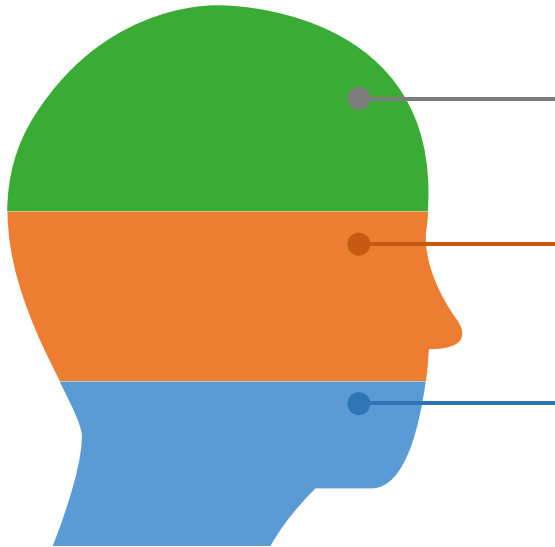


5º PRUEBA DE SONIDO



Aspectos principales de una videoconferencia : errores más frecuentes.

5^a CONTACTO VISUAL



**NO TE DISTRAIGAS CON OTRAS COSAS
ESCUCHA ACTIVA**



**CAMARA A LA ALTURA DE LOS OJOS
MIRAR A LA CAMARA**



SE AMABLE Y SONRIE 😊

La estructura y planificación de una presentación.



La estructura y planificación de una presentación.



La estructura y planificación de una presentación.

ETAPAS

1

**SALUDO
Y
PRESENTACION**



2

**DESARROLLO
DE LA AGENDA**



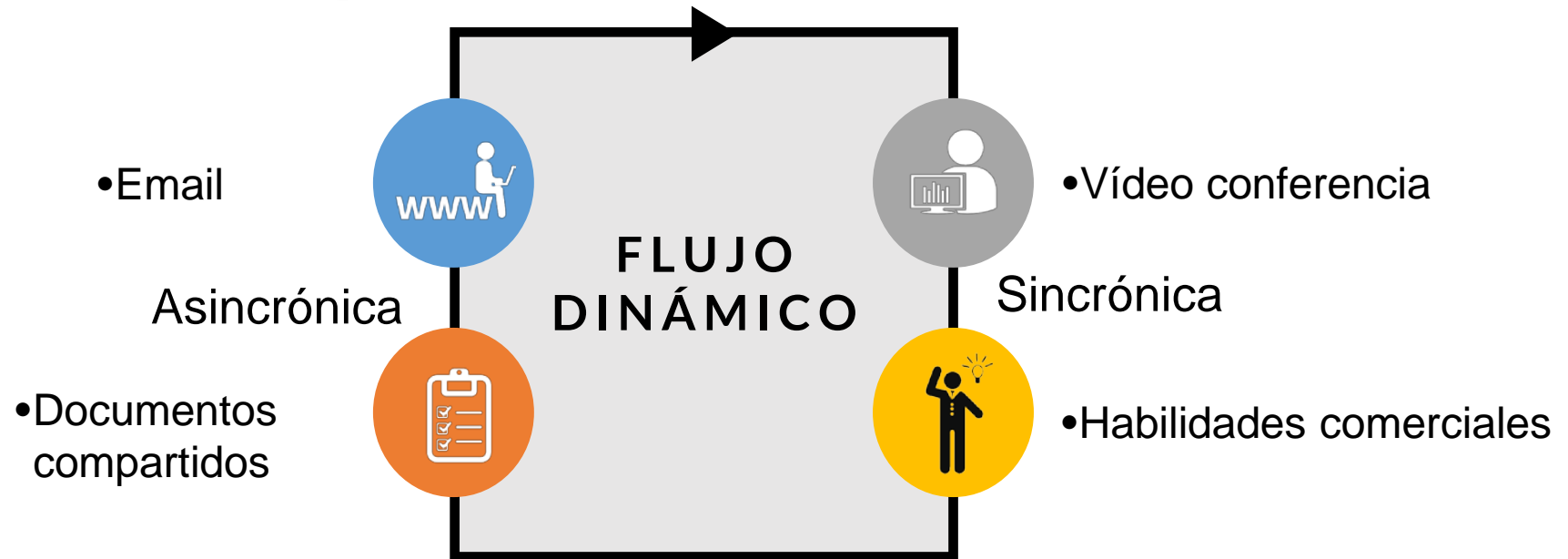
3

**CONCLUSIONES
Y
ACUERDOS**



DEFINICIÓN DEL TIEMPO

La estructura y planificación de una presentación.



Va a depender del mayor o menor acierto en las políticas comunicativas implantado.

La estructura y planificación de una presentación.

- Prepara los puntos a tratar y el tiempo de que dispones.
- Prepara todos los documentos que tengas que trabajar.
- Un listado de link que refuercen tus argumentos.
 - Web
 - Productos
 - Presentaciones
- Crm de pedidos a clientes.
- Se puntual .



El proceso de ventas

La persuasión en ventas, en donde aplicando menos fuerza y más táctica puedes lograr mejores resultados.

Convencer a alguien significa hacer llegar a una persona a cierta conclusión usando argumentos lógicos.

La persuasión se basa en aspectos emocionales.

Diríamos por lo tanto que para convencer nos dirigimos a la cabeza de la otra persona y para persuadir nos dirigimos al corazón.

Convencer: Si no lees los periódicos no podrás informarte de los acontecimientos actuales. (Le intentamos convencer con argumentos dirigidos a la cabeza, leer los periódicos es estar informado).

Persuadir: Si no lees los periódicos no tendrás tema de conversación con nadie (Le intentamos persuadir con argumentos que buscan los sentimientos, no leer los periódicos generará rechazo y soledad).

La persuasión y sus principales características

Logos, pathos, ethos

01

LOGOS

Tiene que ver con la argumentación en sí misma, es decir, con el contenido del discurso que apela al intelecto.

02

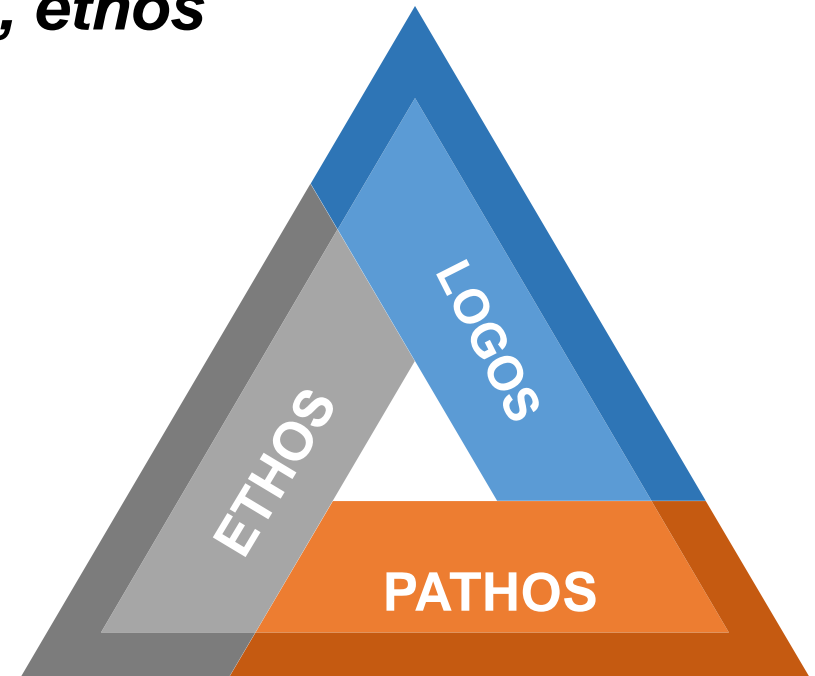
PATHOS

Está centrado en el auditorio. Se trata de la parte de una argumentación que apela a las emociones del interlocutor.

03

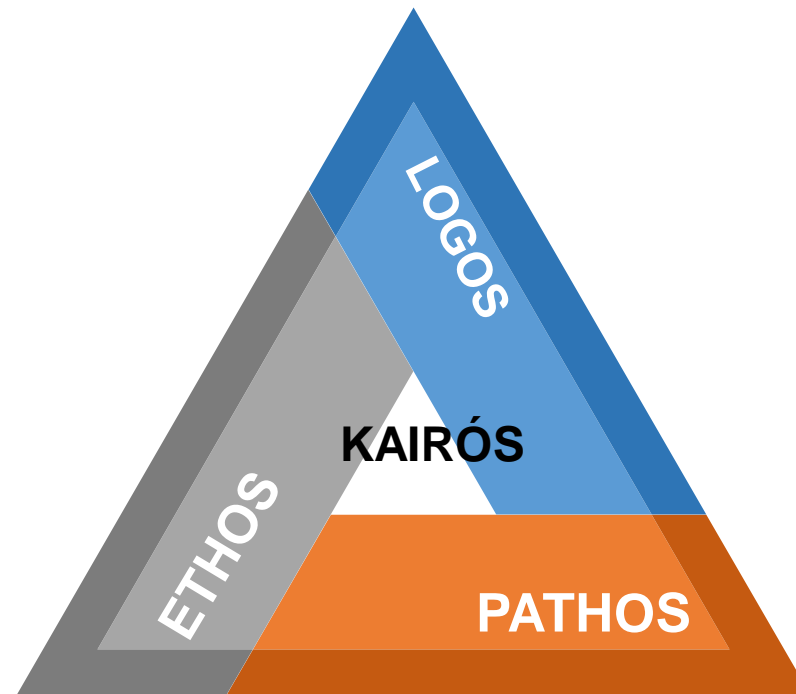
ETHOS

Se basa en el orador que presenta su discurso y está destinado a producir una impresión positiva en función de su status percibido.



La persuasión y sus principales características

El *kairós*



Coincidencia de la acción humana y del tiempo, que hace que el tiempo sea propicio y la acción, buena

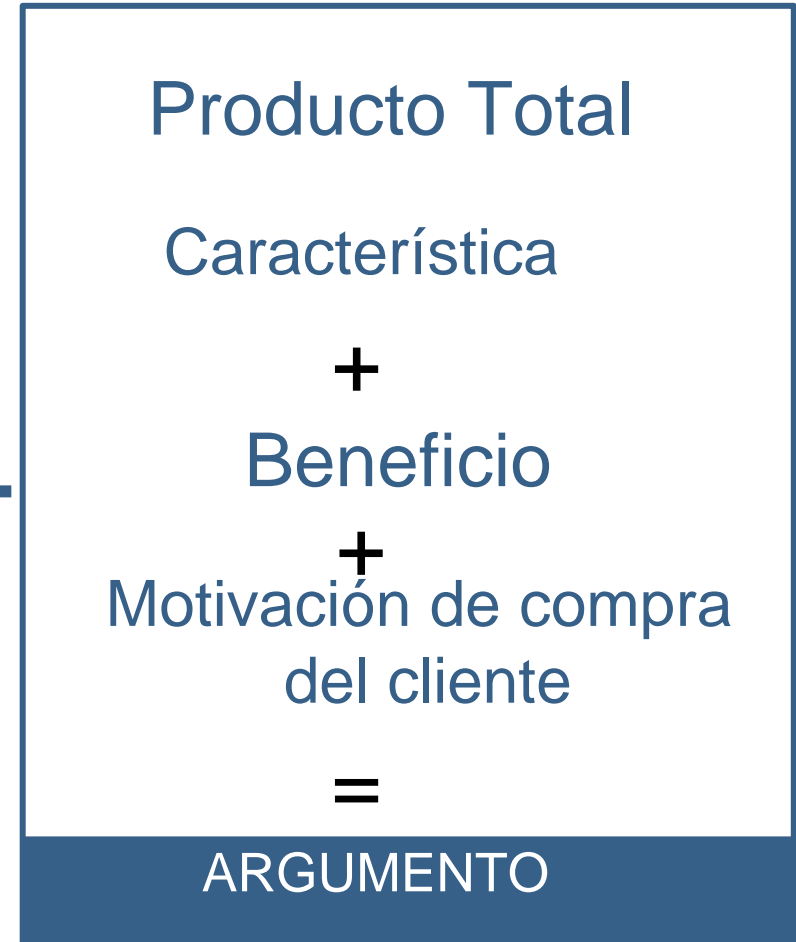
Necesidades y deseos

**El cliente no compra un productos/servicios
...compra lo que hará por él**

**¿QUE ESPERA QUE HAGA
TUS PRODUCTOS/SERVICIOS POR EL?**



Necesidades y deseos



Negociación y cierre

- 1.- Controla el tiempo que dispondrá en la videoconferencia.
- 2.- Realiza cierres parciales y/o acuerdos de mínimos y guárdalos para el resumen de la reunión.
- 3.- Lo que no hayas podido cerrar, invita al cliente a una comunicación asíncrona, para poder trabajarla mejor.
- 4.- Busca el cierre.
 - Si, por descontado.
 - Decisión mínima.
 - Demostración..
 - Balanza.
- 5.- Resumen de acuerdos , implementación y dudas.
- 6.- Emplaza al cliente al envío del contrato en tiempo y forma.



Firma
Electrónica

<https://www.signaturit.com/es>

Herramientas de la comunicación no verbal: los elementos principales

"Es imposible no comunicarse"

Sistema de
representación



Visualización

Calibración

Sistema de representación

- "En toda comunicación expresamos nuestro modelo de mundo"
- "Estamos en contacto con nuestro mundo a través de nuestros sentidos y es a través de ellos como lo representamos"



Visualización

- Tenemos que tener en cuenta :
 - La cara
 - La postura del cuerpo
 - Los gestos de las manos
 - El volumen, tono, timbre, velocidad, inflexión, ritmo y la evolución del discurso



Visualización

- Tenemos que tener en cuenta :
 - Mantener la fluidez en la conversación
 - Evita coletillas
 - Evita silencios largos.
 - Utiliza el botón de sonido si vas a comentar algo privado
 - Respeta los tiempos de participación.
 - Utiliza el chat para preguntas y observaciones y no interrumpas el discurso, para contestar.



Calibración

LOS MOVIMIENTOS DE LOS OJOS

**VISUAL
CONSTRUIDO**

**AUDITIVO
CONSTRUIDO**

**EMOCIONES
SENTIMIENTOS**



**MEMORIA
VISUAL**

**MEMORIA
AUDITIVA**

**DIALOGO
INTERNO**



Sincronización

- La sincronización es establecer relación con la persona en su modelo de mundo
- Sincronización no verbal
- Sincronización verbal



Consejos finales

- Prepara toda la logística para la video conferencia.
- Cuando mandes el enlace, manda los puntos que se van a trabajar.
- Trabaja de forma asíncrona y síncrona.
- Prepara Link y documentos en pantalla para ser más ágil en las argumentaciones.
- Convence y persuade llegando a la razón y a la emoción.
- Domina el tiempo disponible y ve cerrando acuerdos parciales, si no puedes los totales.
- Emplaza al cliente a tener más contacto con el de forma asíncrona y trabaja con herramientas compartidas.
- Mantén la simpatía y la compostura hasta apagar la cámara.

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Gracias



Financiado por:



Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Coraboran:



CEA
Confederación de
Empresarios de Andalucía

Financiado por:



Junta de Andalucía
Consejería de Economía, Conocimiento,
Empresas y Universidad



CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE ALMERÍA



CONFEDERACIÓN
EMPRESARIOS
PROVINCIA DE CÁDIZ



CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE CÓRDOBA
CENTRO DE FORMACIÓN,
INICIATIVA Y APOYO A LA
ACTIVIDAD EMPRESARIAL



CONFEDERACIÓN GRANADINA
DE EMPRESARIOS



Federación
Onubense de Empresarios



CONFEDERACIÓN DE
EMPRESARIOS DE JAÉN



CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA



CONFEDERACIÓN DE
EMPRESARIOS
DE SEVILLA