



Ulisse
Soft Skills for Employability

*EJERCICIOS PARA MEJORAR
"ENFOQUE EN LAS
NECESIDADES DEL CLIENTE"*



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ULISSE is a Strategic Partnership for Higher Education project (2018-1-IT02-KA203-048286). The European Commission support for the production of this website does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

INTRODUCCIÓN

Centrarse en las necesidades de los clientes significa: prestar atención a los demás; comprender correctamente el mensaje del otro; actuar de acuerdo con las necesidades de los demás.

Ejemplos:

- Identificar y analizar las necesidades del cliente.
- Escucha empática activa
- Comprender las expectativas del cliente
- Manténgase enfocado en las tareas asignadas
- Presta atención a los detalles
- Trabaja con gran precisión
- Sentido de responsabilidad

Vamos a trabajar los siguientes ejercicios:

- 1) Nuestras suposiciones
- 2) ¿Qué compra el cliente?
- 3) Taller “Aprendizaje basado en simulación”

1. Ejercicio_1_ Nuestras Suposiciones

El objetivo del ejercicio es mostrar qué diferentes suposiciones tenemos sobre otras personas; pensar que mi experiencia cultural o personal es la misma que la de los demás, puede ser peligroso.

Puede ser reconfortante para las personas imaginar que otros piensan y se comportan como nos imaginamos: nos hace a “encajar” y pensar que somos “normales”. El problema es que la “normalidad” es una construcción social y que la creencia que nuestra experiencia es la experiencia de los demás, es completamente falsa.

Los estudiantes responden sobre varias afirmaciones, escribiendo respuestas en la plataforma Mural.

El ejercicio dura: 5 minutos

Discusión posterior: 10 minutos

1.1. Pasos del ejercicio

Los estudiantes (uno por uno) en la plataforma Mural deben responder a las siguientes preguntas:

«¡ Hoy me desperté temprano !»

¿A qué hora se despertó?

«Fuma demasiados cigarrillos al día»

¿Cuántos cigarrillos fuma al día?

«Actualmente tengo sobrepeso»

¿Cuántos kilogramos pesa?

«Tiene muy buen sueldo»

¿A cuánto asciende su salario?

1.2. Herramientas y recursos

Recurso digital: <https://www.mural.co/>

Antes de usar el Mural, el formador debe preparar la plantilla.

1.3. Sugerencias para los formadores

Los formadores deben esperar de los estudiantes respuestas lo más diferentes posible, en una amplia gama de números ; qué cantidad le parece a alguien - mínima y qué cantidad - máxima.

Luego, el formador debe resaltar las amplitudes más grandes para mostrar cómo "normal" puede ser diferente.

1.4. Referencias

No disponible

2. Ejercicio_2_ ¿Qué compra el cliente?

El objetivo es mostrar nuestras suposiciones sobre lo que pensamos, lo que compran los clientes y cuál es la meta real del proceso de compra, detrás de nuestras suposiciones.

El ejercicio dura: 10 minutos

Discusión posterior: 10 minutos

2.1. Pasos del ejercicio

Los estudiantes hacen una "lluvia de ideas en línea": de forma gratuita, deben escribir 1 por 1 palabra, qué piensan, qué compran los clientes.

Después, el formador organiza la discusión y muestra en la presentación las respuestas correctas:

WHAT DOES CUSTOMER BUY?

- People don't buy products.
- They buy a **SOLUTION** to their PROBLEM.
- They buy the **OUTCOME** they really desire.
- They are ultimately buying a **TRANSFORMATION** they want in their lives.

SOLUTION

The slide features a hand-drawn graphic of the word 'SOLUTION' in blue capital letters, with a horizontal blue line underneath it. A hand is shown on the right side, holding a blue marker and pointing at the line.

2.2. Herramientas y recursos

Herramienta digital: <https://www.mural.co/>

El formador ha de preparar la plantilla antes de usar Mural.

2.3. Sugerencias para los formadores

El formador debe permitir que los estudiantes escriban las respuestas sin ninguna interrupción, con la mayor variedad de ideas posible, sin dar ninguna dirección.

Después del ejercicio, el formador debe decir las respuestas correctas y explicar cómo están conectadas, con lo que han escrito los estudiantes. Por lo general, la mayoría de las respuestas de los estudiantes también son correctas, pero detrás de ellas se mencionan "respuestas básicas": solución, resultado, transformación.

2.4 Referencias

“Southwestern Advantage” Materiales sobre ventas;

<https://medium.com/pitch-perfect/sell-the-solution-df62981ec51d>

<https://wpwolfepress.com/people-buy-solutions-to-their-problems/>

3. Ejercicio_3 Taller “Aprendizaje basado en simulacion”

El objetivo es trabajar con diferentes tipos de personalidad y mostrar las diferentes necesidades que tienen y cómo hablar con ellos. En la conversación los estudiantes aprenderán, cómo averiguar, de qué tipo de personalidad es la persona que tienen en frente de ellos y poner de relieve los más importantes beneficios del producto para los clientes.

El ejercicio dura: 20 minutos

Discusión posterior: 20 minutos.

3.1. Pasos del ejercicio

Los estudiantes se dividen en 4 grupos (4-5 personas en cada grupo).

El formador le da a cada grupo un tipo de personalidad.

Cada grupo tiene que modular la conversación: vender el teléfono móvil (se puede elegir también otro bien) a su cliente (tipo de personalidad específico).

Durante la conversación, deben hacer preguntas al cliente para conocer sus necesidades y, posteriormente, resaltar los requisitos técnicos del bien a vender, que son importantes para el tipo de cliente específico.

Después del ejercicio, cada grupo presenta una conversación modelada a otros grupos participantes.

Después de cada presentación hay una discusión (aspectos positivos y negativos o información adicional) para modelar la conversación.

3.2. Herramientas y recursos

No se necesitan herramientas para este ejercicio.

3.3. Suggestions for the trainers

Después de cada discusión el formador debe añadir información útil, lo que no se ha mencionado en la conversación y poner de relieve aspectos positivos de la conversación modelada. Si algo no fue correcto, el formador debe corregirlo y proporcionar la información o sugerencia correcta en su lugar.

3.4. Referencias

Rajiv Kumar and Vidyanand Jha (2017), Traits of Leaders and Active Listening: A Theory; ig-global.com;

<https://medium.com/pitch-perfect/sell-the-solution-df62981ec51d>

<https://wpwolfepress.com/people-buy-solutions-to-their-problems/>