

6.-PROCESO DE VENTA O PRESTACIÓN DEL SERVICIO



Abordaremos este apartado dando respuesta a la siguiente batería de preguntas:

6.1 ¿Qué pasos seguirás para vender tu producto o prestar el servicio?

6.2 Proveedores. ¿Quiénes serán tus proveedores? Detalla sus características y su localización.

6.3 ¿Cómo pagarás a tus proveedores?

6.4 Estima el volumen de existencias para iniciar la actividad. Gestión de stocks.

6.5 Necesitas subcontratar algún servicio para el ejercicio de tu actividad.

6.6 Costes. ¿Cuáles con los costes fijos y variables de la prestación del servicio?

6.7 Satisfacción del cliente. ¿Cómo piensas realizar el control de calidad?

6.1 ¿Qué pasos seguirás para vender tu producto o prestar el servicio?

Para definir los **pasos a realizar para prestar un servicio** te proponemos seguir el siguiente sistema:

1. En el bloque de **marketing**, definiste lo que querías hacer, el servicio o servicios que querías prestar o el producto que vas a vender, así como el tipo de clientes que querías tener. **Repasa lo que escribiste** y ponlo en la cabecera de una hoja de papel.
2. Lo normal en el caso de las empresas de servicios es que actúen bajo demanda, es decir, que su actividad empiece cuando un cliente solicita un servicio. Por lo tanto, te proponemos que **definas primero “las puertas” que ofreces** para que el cliente pueda ponerse en contacto con la empresa y solicitar un servicio: atención en la oficina, o visita del cliente al establecimiento comercial, página web, correo electrónico, fax, teléfono, etc. Es importante que pongas todo lo que se te ocurra y que ya has empezado a definir en el área de marketing.
3. Escribe ahora **cuál es la siguiente acción que debes hacer para conseguir prestar el servicio**. Por ejemplo, solicitar los datos del cliente, hacer un presupuesto, visitarle a domicilio, etc. Deja volar tu imaginación para satisfacer al cliente y obtener la información necesaria del mismo para una mejor prestación del servicio.
4. Repite el paso anterior tantas veces como acciones debas realizar para prestar el servicio.
5. Intenta **eliminar** aquellos pasos, aquellas **acciones** que te parezcan **superfluas** o **innecesarias** para la correcta prestación del servicio.
6. Repite estos pasos **con cada uno de los servicios que prestes**, si es necesario.

7. **Compara cada uno de los procesos** para ver qué pasos de distintos procesos de prestación son similares o pueden hacerse conjuntamente.
8. Finalmente, responde a la pregunta: **¿Cómo termino el proceso?** Lo más probable es que la respuesta sea entregarlo al cliente y cobrar.

Para tener una visión integral del proceso, puedes hacer un diagrama de prestación del servicio.

Los pasos a seguir para elaborar un **diagrama de prestación del servicio** son:

1. Escribe las **tareas a realizar en una lista**, desde que el cliente se interesa por el servicio hasta que se le ofrece y paga.
2. Ten en cuenta las **distintas posibilidades prestación del servicio**, por ejemplo, si se presenta un presupuesto al cliente, qué pasa si lo acepta y qué pasa si no lo acepta.
3. Para hacerlo, puedes ayudarte de las siguientes preguntas: ¿qué es lo primero que ocurre?, ¿qué es lo último que sucede?, ¿qué pasa si el cliente dice sí? o ¿qué pasa si el cliente dice no?

Todo esto no es más que un protocolo a la hora de vender un producto o prestar un servicio.

Actividad:

El emprendedor deberá realizar un diagrama de la prestación del servicio o entrega del producto.

TIPOLOGIA DE VENTAS

Se pueden establecer diferentes clases de ventas dependiendo del destinatario, de la forma de pago, de los productos ofertados o de la técnica empleada.

Ventas planificadas: El comprador ha planificado al detalle su compra y el vendedor se limita a satisfacerla, sin ejercer un papel excesivamente activo.

Ventas de sustitución: Se realiza a través de ideas que aporta el vendedor y que pueden satisfacer y coincidir con las apetencias o necesidades del comprador.

Ventas complementarias: Pueden ofrecerse cuando se ha cerrado la venta del artículo solicitado, otro complementario o que enriquezca el acto de compra y la satisfacción del cliente. (bolso y zapatos)

Venta suplementaria: Consiste en ofrecer al cliente un artículo de mejor calidad, prestaciones o precio que el solicitado. El vendedor ha de destacar las ventajas de dicho artículo.

Venta por impulso: Es consecuencia de la buena exposición o presentación del artículo ofertado al comprador. Resulta habitual en el caso de promociones, oferta, ya que están situadas en lugares estratégicos.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



6.2 Proveedores. ¿Quiénes serán tus proveedores? Detalla sus características y su localización.



Son las empresas o profesionales que nos servirán los productos que destinamos a la venta (género, mercadería) o los elementos o medios que necesitamos para la prestación del servicio (materia prima, consumibles). También son proveedores las empresas en las que compramos la maquinaria, mobiliario y otros elementos necesarios para iniciar la actividad (proveedores del inmovilizado material).

Clases de proveedores:

Importadores: Cuando el producto lo compras en un país extranjero, bien porque te interese el precio o bien porque solo lo encuentres allí.

Fabricantes: Cuando a la empresa que le compras el producto, es la misma que lo fabrica. Normalmente se consiguen mucho mejores precios ya que no hay precios de intermediarios.

Distribuidores: Normalmente es cuando existe un intermediario entre el fabricante y el que va a ofrecer el producto a su consumidor final.

Localizar a nuestros principales proveedores será imprescindible para estimar la inversión inicial y para averiguar el coste de nuestro producto o coste de producción.

Es muy importante con respecto a este tema que contemos con varios proveedores para que no dependamos de ellos, e intentar en la medida de lo posible contar siempre con un plan B, es decir, con proveedores con productos similares que estén cercanos para que en

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:

caso de problemas con transportes, huelgas o ventas inesperadas que podamos surtirnos y no dejar al cliente sin el producto necesario.

A la hora de escoger un proveedor u otro tendremos que valorar los siguientes aspectos:

- Precio: Para su evaluación es necesario conocer las diferentes opciones y ofertas del mercado.
- Entrega: Resulta conveniente precisar las condiciones que puntualizan los gastos e transporte, los riesgos derivados del mismo y el lugar de entrega de las mercaderías.
- Plazo de entrega: Entendemos por plazo el período de tiempo transcurrido desde que se realiza el pedido hasta que se recibe la mercancía. Debe valorarse positivamente la agilidad y rapidez de este plazo ya que favorece la gestión del almacén y evita quedarse sin producto para la venta (rotura de stocks).
- Forma de pago: Deben pactarse previamente la fecha y medio, así como descuentos y gastos, ya sea contado o pago aplazado.

Actividad:

Los emprendedores tendrán que identificar de una de sus ideas de negocio que elaboren un listado con sus proveedores, así como las características.

6.3 ¿Cómo pagarás a tus proveedores?

Las posibles formas de pagar a nuestros proveedores serán las mismas que vimos para los clientes, es decir:

Pago al contado:

- En efectivo
- Mediante tarjeta de crédito o débito
- Mediante cheque

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:

Pago aplazado:

- Mediante letra de cambio
- Pagaré
- Recibo bancario

Normalmente es un pacto entre proveedor y cliente, también se puede conseguir:

Descuentos por pronto pago: El descuento por pronto pago es un descuento que nos aplica el proveedor cuando, como su propio nombre indica, efectuamos el pago del importe de la factura que se deriva de una compra en un corto periodo de tiempo. Una vez emitida la factura el proveedor nos comunica que por pronto pago nos va a hacer un descuento del 5% sobre el importe de dicha compra.

Descuentos por rappels: se llama rappel al descuento que se concede a un proveedor por alcanzar un consumo determinado durante un periodo de tiempo establecido. El rappel suele concederse en forma de escalado de consumos o compras a los que corresponde un escalado de descuentos.

El objetivo final de esta técnica es premiar el mayor esfuerzo realizado por el proveedor concediéndole un descuento superior. Podría ser:

1. Por consumos de 0 a 100.000 €: 1%
2. Por consumos de 100.001 a 200.000 €: 2%
3. Por consumos de 10.000.000 a 100.000.000 €: 3%
4. Por consumos superiores a 100.000.000 €: 4%

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:



Ayuntamiento de
Alcalá de Guadaíra
AGENCIA MUNICIPAL DE DESARROLLO



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



6.4 Estima el volumen de existencias para iniciar la actividad. Gestión de stocks.

Término inglés que significa *existencias* y que, como su propio nombre indica, se refiere a lo que existe, **lo que queda en el almacén** de la empresa.

En sentido amplio, esta definición se refiere a todos **aquellos productos elaborados o semielaborados** y productos para la venta y también a las **materias primas que utilizaremos para prestar nuestro servicio**

Muchas veces, en las empresas de servicios no se valoran los costes de almacenaje porque se considera que es un concepto propio de grandes empresas industriales o de comercios que necesitan de producto para la venta. Sin embargo, **en el sector servicios, debe haber un stock de productos** de papelería, consumibles de material informático, etc. que ocupa espacio en la oficina y que es imprescindible para un correcto funcionamiento de la empresa.

Ciertamente, su valor no se corresponde con los stocks de comercios e industrias, pero eso no significa que no sean también muy importantes.

PISTA 3

PASOS A SEGUIR PARA GESTIONAR LOS STOCKS O EXISTENCIAS

Si trabajas con un sistema de prestación del servicio que se inicia con la petición del cliente, posiblemente no necesites demasiados stocks, ya que podrás realizar las compras con relación a lo que el cliente ha pedido. Si este no es el caso o, pese a trabajar con este sistema, deseamos tener un stock mínimo, deberemos:

1. Establecer las **previsiones de ventas** (esto ya lo has hecho en el área de marketing).

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



2. Establecer los **consumos de materias primas y/o productos** necesarios para realizar estas previsiones de ventas.
3. Asignar un stock para **iniciar la actividad** (como mínimo sería el que nos permitiera conseguir las ventas del primer mes).
4. Determinar, a lo largo del primer año, los stocks mensuales que nos permiten asegurar las **previsiones de ventas mensuales**.

Para determinar el momento en el que el comerciante debe realizar su pedido debe hacerse fijado, previamente, un *stock mínimo* (previsiones de ventas para el primer mes) o *stock de seguridad* (cantidad adicional de artículo que se almacenan con el fin de hacer frente a demandas anormalmente altas o a retrasos de entrega de productos por parte de los proveedores)

Para ello se tienen que prever las unidades de venta promedio para un determinado periodo (en días o semanas) y el tiempo que tarde en recibir el pedido desde que se realiza de tal manera que:

Stock mínimo = Ventas x Tiempo de aprovisionamiento

Cantidad pedida Q = Ventas x (Tiempo de aprovisionamiento + plazo pedido entre dos pedidos) – Existencias (E).

$$Q = V \times (T+P) - E$$

Ejemplo: Determinar la cantidad de bolsos (Q) que debe pedir un comercio sabiendo que tarda en recibir el pedido 3 semanas (T), suele repetir pedido cada 10 semanas (P), tiene 30 bolsos entre la tienda y el almacén (E) y vende un promedio de 10 bolsos a la semana (V)

$$Q = 10 \times (3 + 10) - 30$$

$$Q = 130 - 30 = 100 \text{ unidades.}$$

Es muy usual que cuando compremos determinados existencias o productos, primero nos envíen junto con la mercancía un albarán, en el cual se detallarán las unidades de cada producto, y los productos que se entregan en ese acto. Este documento puede contener precios o no.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:

Siempre deberemos de comprobar que la cantidad recibida coincide con el albarán.

6.5 Necesitas subcontratar algún servicio para el ejercicio de tu actividad.

En este punto nos podemos encontrar diferentes servicios que seguramente será mejor subcontratar que contar con empleados que se dediquen a desarrollar estas actividades, ponemos a título de ejemplo los siguientes:

Asesoría: Para el desarrollo de los temas fiscales y laborales. Impresión de nóminas, modelos tributarios, etc.

Prevención de Riesgos Laborales: En determinadas actividades será necesario contar con profesionales que nos ayudarán en todo lo relativo a P.R.L.

Publicidad.

Compañía de seguros: Seguro local o S.R.C.

Otros: Según el abanico de productos o servicios que ofrece la empresa, a lo mejor será conveniente subcontratar determinados servicios, p.e. en caso de Una actividad que quiera introducir el reparto a domicilio, a lo mejor tendrá que subcontratar una agencia de paquetería para que realice esas entregas a domicilio.

Lo ideal en este sentido será que la empresa con el tiempo cuente con personal suficiente para poder acometer todas estas actividades pero que cierto es que en los inicios lo más normal será subcontratar.

6.6 Costes. ¿Cuáles con los costes fijos y variables para la venta de mi producto o para la prestación del servicio?

COSTE FIJOS.- Son aquellos gastos que tendremos de forma independiente al volumen de venta. Aunque no vendiésemos una sola unidad de nuestro producto, tendríamos que hacer frente a estos gastos. Para estimar los costes fijos tendremos que referirnos a un

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:

periodo de tiempo determinado (mes, trimestre, año). Pueden ser ejemplo de gastos fijos:

- Alquiler del local.
- Suministros (luz, agua, teléfono, etc).
- Gastos de personal (sueldo y seguridad social autónomo + sueldo y seguridad social del personal contratado).
- Gastos por servicios externos de asesoría (presentación impuestos, seguros sociales, elaboración de nóminas, etc.)
- Seguros privados (responsabilidad civil, incendio, robo, etc).
- Gastos de publicidad.
- Gastos financieros (intereses de préstamos, descuentos, comisiones, etc.)
- Cuota de préstamo
- Amortizaciones de los bienes de inversión. Depreciación efectiva que experimentan los bienes de inversión o activo fijo (maquinarias, instalaciones, propiedades, etc.) por razón de su uso, obsolescencia o transcurso del tiempo.

COSTES VARIABLES.- Estos costes van en función de las ventas, se incrementan cuando lo hacen éstas y se reducen cuando las ventas bajan. El principal componente del coste variable es el precio de compra del producto o coste de prestación del servicio. Otros costes variables son: comisiones de empleados.

Actividad:

Cada emprendedor hará una lista detallada de los costes fijos y variables para iniciar su actividad.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:

6.7 Satisfacción del cliente. ¿Cómo piensas realizar el control de calidad?

En este apartado vas a definir de qué manera realizarás el **control de la calidad de los servicios** que comercializarás.

Para ello tendrás que tener en cuenta que la calidad de un servicio es la **capacidad que tiene para satisfacer las exigencias para las cuales ha sido creada**, y que el valor de esta calidad se mide por el **grado de satisfacción de las personas** que lo adquieren, usan o contratan.

Para obtener información sobre estas cuestiones, realizarás **encuestas** entre tus clientes, establecerás **comparaciones** permanentes con tu competencia y pedirás **opinión** a tus empleados o colaboradores.

¡Suerte en la definición del control de calidad!

Calidad

- Control de calidad. ¿Cómo piensas realizar el control de calidad?

PISTA 4

Como instrumento que puedes utilizar para realizar el control de calidad de tu producto podrás realizar encuestas periódicas entre tus clientes, mediante las cuales podrás saber:

1. El grado de **satisfacción, inconvenientes y sugerencias** de mejora del servicio.
2. Establecer **comparaciones** permanentes con la **competencia**: calidad, precios, tiempos de entrega, utilidades adicionales, etc.
3. Efectuar **encuestas periódicas** entre tus **trabajadores**, con el fin de incluir sus aportaciones de mejora en la producción del servicio.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:

HERRAMIENTA SERQUAL:

Esta técnica pretende medir la calidad a través de cinco dimensiones distintas que son:

Tangibilidad: apariencia de las instalaciones física, equipos, personal y materiales de comunicación.

Fiabilidad: habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

Capacidad de respuesta: disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.

Seguridad: cortesía, competencia o profesionalidad y seguridad y credibilidad.

Empatía: accesibilidad, comprensión y comunicación.

INDICADORES DE CALIDAD:

1.- Cortesía:

-Definición de una pautas de comportamiento para dirigirse al comprador, para agradecer su compra, para su despedida o para atender sus llamadas telefónicas. Esta pauta deben ser conocida y utilizadas por todo el personal.

-El personal del establecimiento debe ofrecer en todo momento un trato adecuado con independencia de la edad, la apariencia, el importe de la compra, la solicitud de una devolución...

-El tono de voz empleado por el personal del establecimiento en su trato con el cliente ha de ser tranquilo y afable, ni muy alto ni muy bajo. Además, el personal debe mantener postura y actitudes correctas y respetuosas con el cliente.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:

-El personal del establecimiento no debe realizar ningún comentario de tipo personal, político, religioso, que pueda resultar ofensivo o pueda provocar situaciones incómodas para los clientes.

2.-Credibilidad.

-Garantías de que la publicidad y las campañas promocionales no induzcan a error o engaño respecto a los productos y servicios anunciados ni respecto al propio establecimiento comercial.

-El personal del establecimiento debe ofrecer información veraz sobre las características de los productos y de los servicios ofertados.

-El personal del establecimiento comprobará el funcionamiento de los productos tantas veces como el cliente necesite.

-Los compromisos fijados por el establecimiento deben ser cumplidos por todo el personal.

-Cualquier queja, reclamación o devolución que los clientes presenten, deben ser analizada y ha de comunicarse al cliente una respuesta adecuada.

3.- Capacidad de respuesta.

-Se llevarán a cabo previsiones periódicas de las necesidades de compra de productos y servicios adicionales (Temporalidad, festividades, capacidad de los almacenes, ...)

-Deben identificarse las épocas de mayor afluencia de clientes con antelación suficiente realizando una previsión de las necesidades de personal para atender al público en cada momento.

-Ante la petición de productos no disponibles, los dependientes deben hacer las gestiones necesarias para satisfacer dicha demanda, en la medida de lo posible.

-Cuando la información requerida por los clientes sobre los productos sea muy técnica, el dependiente debe hacer las gestiones necesarias para suministrar esta información en el menor plazo posible.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:

4.-Comprensión del cliente

-El personal del establecimiento debe anticiparse a las necesidades de los clientes y les ofrecerán los servicios adicionales relacionadas con el producto adquirido.

-Se han de indicar las diferentes formas de pago.

-El establecimiento debe adaptar, en la medida de lo posible, sus horarios de apertura a las necesidades de sus clientes.

5.-Fiabilidad.

-Se comprobarán que la publicidad y las campañas promocionales no contengan errores respecto a los productos y servicios anunciados.

-Los productos están dispuestos en la sala de ventas en correspondencia con los carteles identificativos.

-Comprobar que los precios marcados en los productos se correspondan con los precios emitidos por los terminales.

-Durante la facturación y el cobro, se tendrá especial cuidado de no cometer errores y revisaremos el cambio entregado al cliente.

6.-Comunicación

-El establecimiento comercial debe exhibir el horario adoptado en un lugar visible desde el interior desde el exterior. También se comunicará los días festivos, así como las fechas de rebajas, promociones, etc.

-Deben anunciarse los precios de los productos tanto en los escaparates, como dentro.

7.- Seguridad.

-Deben de cumplirse los requisitos legales aplicables para prevenir riesgos y accidentes durante la actividad de venta.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



-Todos los elementos del establecimiento tales como escalones, escaleras, rampas, estarán debidamente señalizados para prevenir al cliente de su existencia y eliminar los riesgos de caídas o golpes.

-Los cobros con tarjeta de pago se realizarán a la vista del cliente, el personal del establecimiento pedirá el DNI y comprobará la identidad del cliente.

8.- Accesibilidad.

-Cumplimiento con la normativa referente al horario y a los días de apertura.

-El personal del establecimiento estará atento a las necesidades del cliente con una actitud cercana.

Actividad:

Los emprendedores tendrán que confeccionar una ficha de cliente para realizar un control de calidad.

NORMA DE CALIDAD PARA EL PEQUEÑO COMERCIO.

UNE-EN ISO 9001: 2000 Sistemas de gestión de la calidad. Los objetivos que se pretenden conseguir con la implantación de estas normas de certificación de calidad son los siguientes:

- Mejorar la calidad del servicio prestado a los clientes.
- Avanzar en la gestión en los establecimientos comerciales.
- Mejorar la imagen de los establecimientos ante sus clientes.
- Profesionalizar la gestión de los establecimientos comerciales y potenciar el desarrollo de los recursos humanos.
- Proporcionar a los clientes una garantía de calidad del servicio que van a percibir.
- Diferenciar a los establecimientos comerciales que adopten esta norma por medio de la calidad del servicio.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:

RECUERDA QUE:

- Aplicar las técnicas de ventas de toda la vida
- Hacer las pequeñas que cosas con las que se consiguen GRANDES resultados
- Innovar dentro de nuestros campos de trabajo
- Dos ideas para los pequeños comerciantes: Fidelizar y copiar a los grandes
- Establecer relaciones de confianza
- Mantener una imagen positiva
- Planificar
- Interés genuino
- Aprenda de sus errores
- Innovar, innovar, innovar
- Establecer una relación no efectuar una venta
- Su manera de vendas: AMABLE o AGRESIVA
- Sea la solución.
- Afronte los cambios.
- No hable mal de la competencia
- No prejuzgue a nadie
- Siempre pregunte.

Unidad de Emprendedores

Complejo IDEAL. Parque Empresarial Alcalá X.
Autovía Sevilla-Málaga PK 6,3. 41500 Alcalá de Guadaíra.

 95 493 66 50  www.complejoideal.com/atenea

Proyecto financiado por:



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO

