I.- Datos Generales

Código	Título
EC0518	Venta especializada de productos y servicios.

Propósito del Estándar de Competencia:

Servir como referente para la evaluación y certificación de las personas que desarrollan funciones relacionadas con ventas, en las que el vendedor realiza actividades especializadas de análisis de mercado meta, detección de necesidades de sus clientes, manejo de objeciones, cierre de la venta y su seguimiento.

Asimismo, puede ser referente para el desarrollo de programas de capacitación y de formación basados en Estándares de Competencia (EC).

El presente EC se refiere únicamente a funciones para cuya realización no se requiere por disposición legal, la posesión de un título profesional. Por lo que para certificarse en este EC no deberá ser requisito el poseer dicho documento académico.

Descripción general del Estándar de Competencia:
El presente documento establece y define las funciones elementales que una persona debe realizar para ser competente en la venta especializada de productos y servicios, en el cual, planea la venta por medio de la prospección y clasificación de empresas en el mercado meta, tiene un acercamiento con el cliente obteniendo sus necesidades y presentándole los productos a vender, presenta la propuesta al cliente manejando sus objeciones, realiza cierre de ventas, y le da al cliente servicio post-venta.

También establece los conocimientos teóricos básicos y prácticos con los que debe contar la persona encargada de esta función, así como las actitudes relevantes en su desempeño.

El presente EC se fundamenta en criterios rectores de legalidad, competitividad, libre acceso, respeto, trabajo digno y responsabilidad social.

Nivel en el Sistema Nacional de Competencias: Tres
Desempeña actividades tanto programadas rutinarias como impredecibles. Recibe orientaciones generales e instrucciones específicas de un superior. Requiere supervisar y orientar a otros trabajadores jerárquicamente subordinados.

Comité de Gestión por Competencias que lo desarrolló:
Universidad de Monterrey.

Fecha de aprobación por el Comité Técnico del CONOCER:	Fecha de publicación en el Diario Oficial de la Federación:
19 de noviembre de 2014	2 de diciembre de 2014

Periodo de revisión/actualización del EC:
3 años

Ocupaciones relacionadas con este EC de acuerdo con el Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones (SINCO):

Grupo unitario:
4211 Empleados de ventas, despachadores y dependientes en comercios
4213 Vendedores por teléfono
4224 Vendedores por catálogo

Ocupaciones asociadas:
Empleado de ventas y dependiente en establecimiento
Vendedor telefónico y de telemercadeo
Vendedor por catálogo

Ocupaciones no contenidas en el Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones y reconocidas en el Sector para este EC:
Agente de operaciones comerciales
Agente de ventas
Agente de ventas de servicios
Promotor de ventas
Vendedor técnico
Ejecutivo de ventas

Clasificación según el sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN):

Sector:
43 Comercio al por mayor

Subsector:
435 Comercio al por mayor de maquinaria, equipo y mobiliario para actividades agropecuarias, industriales, de servicios y comerciales, y de otra maquinaria y equipo de uso general MÉX

Rama:
4353 Comercio al por mayor de maquinaria y equipo para los servicios y para actividades comerciales MÉX

Subrama:
43531 Comercio al por mayor de maquinaria y equipo para los servicios y para actividades comerciales MÉX

Clase:
435311 Comercio al por mayor de equipo de telecomunicaciones, fotografía y cinematografía MÉX
435312 Comercio al por mayor de artículos y accesorios para diseño y pintura artística MÉX
435313 Comercio al por mayor de mobiliario, equipo e instrumental médico y de laboratorio MÉX
435319 Comercio al por mayor de maquinaria y equipo para otros servicios y para actividades Comerciales MÉX

El presente EC, una vez publicado en el Diario Oficial de la Federación, se integrará en el Registro Nacional de Estándares de Competencia que opera el CONOCER a fin de facilitar su uso y consulta gratuita.

Organizaciones participantes en el desarrollo del Estándar de Competencia:

- Universidad de Monterrey
- Salexperts

- E-Deal

Relación con otros estándares de competencia:

Estándares relacionados:

- EC0353 Venta de pinturas, recubrimientos y complementos en establecimientos al menudeo
- EC0441 Asesoría para la venta de productos en tienda departamental
- EC0094 Venta de productos, mercancías y servicios de manera personalizada en piso
- EC0115 Venta de equipo de electrónica y cómputo de manera personalizada
- EC0104 Ventas consultivas
- EC0254 Venta de productos y servicios vía telefónica

Aspectos relevantes de la evaluación

Detalles de la práctica:	• La evaluación consiste en observar y verificar los productos y los desempeños del candidato en el cumplimiento de los requerimientos desde la planeación hasta el servicio post-venta, tal cual lo establece este Estándar y se puede evaluar, tanto en situaciones reales de trabajo como acciones simuladas; asimismo, para la evaluación en la elaboración de reportes, se deberá contar con una locación para realizar las actividades que correspondan, con toda atención de acuerdo a dichos criterios y así poder determinar objetivamente la competencia de la persona evaluada.
Apoyos/Requerimientos:	• Contar con una locación apropiada para realizar la venta así como personal de apoyo que funjan como cliente/prospecto.

Duración estimada de la evaluación

- 2 horas en gabinete y 2 horas en campo, totalizando 4 horas

II.- Perfil del Estándar de Competencia

Estándar de Competencia
Venta especializada de productos y servicios

Elemento 1 de 4
Planear la venta

Elemento 2 de 4
Realizar primer contacto con el cliente/prospecto

Elemento 3 de 4
Presentar propuesta, manejo de objeciones y cierre de venta

Elemento 4 de 4
Brindar servicio post-venta

III.- Elementos que conforman el Estándar de Competencia

Referencia	Código	Título
1 de 4	E1661	Planear la venta

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Prepara cita de acercamiento:
   - Seleccionando un prospecto de su lista de prospectos del mercado meta elaborada,
   - Realizando una llamada telefónica para validar los datos generales de la empresa,
   - Obteniendo de la misma llamada datos generales del contacto del prospecto,
   - Agendando durante la llamada una cita de acercamiento,
   - Preparando un plan de venta para la visita, y
   - Preparando la lista de materiales de venta de acuerdo al plan de venta preparado.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. La lista de prospectos del mercado meta elaborada:
   - Está elaborada en formato de tablas,
   - Contiene los datos generales de los clientes/prospectos, y
   - Contiene los datos generales de los contactos.

2. La agenda de trabajo elaborada:
   - Contiene la descripción de actividades de venta por días y horas de una semana,
   - Contiene las citas programadas con clientes/prospectos, incluyendo el lugar, fecha y hora,
   - Contiene los datos del cliente/prospecto, y
   - Describe el objetivo de cada cita.

3. El plan de ventas de la visita elaborado:
   - Contiene el nombre del cliente/prospecto,
   - Contiene el objetivo de la visita,
   - Describe el guion de ventas,
   - Contiene al menos dos preguntas para detectar necesidades,
   - Contiene al menos dos preguntas para detectar expectativas,
   - Contiene al menos dos preguntas para detectar implicaciones,
   - Contiene la pregunta para conocer el proceso de toma de decisiones,
   - Contiene la pregunta para identificar a las personas involucradas en la toma de decisiones de compra, y
   - Contiene la pregunta para conocer el presupuesto para la compra.

4. La lista de verificación de materiales para la visita:
   - Incluye el material de venta directa,
   - Incluye los documentos para entregar al cliente,
   - Incluye material de presentación, e
   - Incluye muestrario de venta en caso de aplicar.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS	NIVEL
1. Tipos de segmentación de mercado.	Aplicación
2. Elementos de promoción de venta directa.	Comprensión
3. Ciclo general de venta.	Aplicación
4. Definición y método de prospección en venta directa.	Comprensión

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1.	Limpieza.	La manera en que presenta sin errores ni tachaduras la información en la lista de prospectos del mercado meta, en la agenda de trabajo, en plan de ventas y en la lista de verificación de material de venta.
2.	Orden.	La manera en que integra la información en la lista de prospectos del mercado meta, en la agenda de trabajo, en orden de día y en la lista de material de venta.
3.	Responsabilidad.	La manera en que cumple en tiempo y forma las tareas de acuerdo los estándares de calidad requeridos.

GLOSARIO

1.	Criterio de oportunidad:	Jerarquizar a los prospectos de acuerdo a la probabilidad de cierre y al monto estimado de venta.
2.	Datos generales del cliente/prospecto:	Se refiere a la información básica del cliente/prospecto: nombre, dirección, teléfono, giro comercial, y página de internet.
3.	Datos generales del contacto:	Se refiere a la información básica de la persona con la que el vendedor se debe dirigir: nombre completo, puesto, correo electrónico, teléfono, extensión y número de celular.
4.	Guion de ventas:	Se refiere a los pasos a seguir durante una visita o cita con un cliente/prospecto.
5.	Implicaciones:	Los costos y/o gastos directos e indirectos que conlleva el problema, a resolver por el vendedor, del cliente/prospecto.
6.	Material de venta directa:	Se refiere a trípticos, folletos o cualquier material gráfico que describan los productos y/o servicios.

Referencia	**Código**	**Título**
2 de 4	E1662	Realizar primer contacto con el cliente/prospecto

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Acude a la cita de acercamiento:
   - De manera puntual,
   - Saludando al cliente,

- Mencionando su nombre y a que empresa representa,
- Rompiendo el hielo mediante afirmaciones y/o preguntas no relacionadas con la venta,
- Aplicando el plan de ventas previamente elaborado para la visita,
- Obteniendo del cliente las necesidades y oportunidades mediante las preguntas preparadas en el plan de ventas,
- Detectando mediante preguntas del plan de ventas la implicación a cada problema a solucionar por medio del producto o servicio que se va a ofrecer,
- Detectando mediante las preguntas del plan de ventas el proceso de toma de decisiones del cliente/prospecto y quién(es) están involucrados,
- Seleccionando dentro de las opciones de productos y servicios a ofrecer la adecuada para el cliente,
- Mencionando las ventajas del producto o servicio a ofrecer,
- Mencionando las fortalezas y ventajas de la empresa que representa,
- Haciendo las preguntas para detectar el presupuesto disponible para la comprar del producto o servicio,
- Haciendo preguntas sobre las condiciones comerciales requeridas por el cliente/prospecto,
- Pactando la fecha y hora para la cita de la entrega de la propuesta, y
- Despidiéndose del cliente.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. El informe del diagnóstico de necesidades, oportunidades e implicaciones detectadas:
   - Incluye listado de problemas detectados,
   - Incluye las áreas de oportunidad detectadas,
   - Describe la implicación de cada problema, e
   - Incluye el beneficio esperado por el producto/servicio.

La persona es competente cuando posee los siguientes:

CONOCIMIENTOS	NIVEL
1. Contenido básico de un plan de ventas.	Conocimiento
2. Metodología de las ventas consultivas.	Conocimiento

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1.	Amabilidad.	La manera en que da un trato cordial al cliente/prospecto.
2.	Empatía.	La manera en que comprende y es sensible ante las situaciones, necesidades y opiniones del cliente.
3.	Orden.	La manera en que sigue la secuencia de actividades establecida en el plan de ventas, utilizando los recursos de forma óptima.
4.	Respeto.	La manera en que manifiesta consideración y atención hacia otras personas.
5.	Tolerancia.	La manera en que demuestra disposición para comprender y atender las diferencias entre el cliente y él mismo.

GLOSARIO

1.	Condiciones comerciales:	Se refiere a la información básica de la persona con la que el vendedor se debe dirigir: nombre completo, puesto, correo electrónico, teléfono, extensión y número de celular.
2.	Conocimiento del cliente/prospecto:	Datos del cliente/prospecto, obtenidos en la investigación que se realiza previa a la visita y que debe usar para demostrar al contacto interés sobre su empresa, romper el hielo, etc.
3.	Implicación de cada problema:	Costos directos o indirectos, explícitos u ocultos, ocasionados por el problema que generó la necesidad a la cuál vamos a solucionar con nuestro producto o servicio.
4.	Problema de fondo/ necesidad oculta:	Se refiere a la información básica del cliente/prospecto: nombre, dirección, teléfono, giro comercial, Registro Federal de Contribuyentes (RFC) y página de internet.

Referencia	Código	Título
3 de 4	E1663	Presentar propuesta, manejo de objeciones y cierre de venta

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Realiza la función estratégica de las ventas:
   - Asistiendo a la cita de manera puntual,
   - Saludando al cliente,
   - Mencionando el objetivo de la reunión,
   - Describiendo el contenido de la propuesta,
   - Transformando las ventajas del producto en beneficios para el cliente,
   - Manejando las objeciones en caso de que se presenten por el cliente,
   - Confirmando que no queden objeciones o dudas por resolver, y
   - Haciendo un resumen de los beneficios del producto o servicio.

2. Aplica el cierre de ventas:
   - Utilizando una técnica de cierre de ventas,
   - Acordando con el cliente las condiciones comerciales,
   - Solicitando por escrito la confirmación de aceptación de venta,
   - Acordando los siguientes pasos del servicio post-venta, y
   - Despidiéndose del cliente.

3. Aplica un segundo cierre de ventas ante la negativa del cliente:
   - Indagando si existe alguna otra objeción oculta,
   - Preguntando el motivo de no compra,
   - Presentando beneficios, ventajas o soluciones a las objeciones del cliente/prospecto,
   - Utilizando una técnica de cierre para lograr la venta ya sea en el momento o en un futuro, y
   - Despidiéndose del cliente.

4. Verifica la entrega del producto o servicio:
   - Realizando una llamada al cliente para confirmar la entrega del producto o servicio,

- De acuerdo a las condiciones comerciales pactadas,
- Comunicando al cliente los datos del contacto para la gestión de facturación y cobranza,
- Confirmando con el cliente los datos generales del contacto para atención al cliente, y
- Despidiéndose del cliente.

La persona es competente cuando obtiene los siguientes:

PRODUCTOS

1. La propuesta elaborada:
- Contiene datos generales del cliente/prospecto a quien va dirigida,
- Contiene datos del contacto a quien se presenta la propuesta,
- Contiene la fecha,
- Contiene descripción del producto/servicio,
- Contiene el precio unitario y total para cada producto/servicio,
- Contiene el precio total de todos los productos/servicios,
- Contiene condiciones comerciales pactados, e
- Indica la vigencia de la propuesta.

2. La confirmación escrita de aceptación de la propuesta:
- Contiene los productos/servicios aceptados,
- Desglose de condiciones comerciales,
- Contiene el precio unitario y total por cada producto/servicio,
- Contiene aceptación de la propuesta firmada por parte del cliente, e
- Indica la fecha de aceptación.

CONOCIMIENTOS	NIVEL
1. Técnicas de cierre de ventas.	Aplicación
2. Pasos para el manejo de objeciones.	Aplicación
3. Contenido básico de una propuesta de ventas.	Aplicación

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1. Empatía.	La manera en que comprende y es sensible ante las situaciones, necesidades y opiniones del cliente.
2. Honestidad.	La manera en que es veraz y congruente entre lo que el cliente necesita y lo que está ofreciendo.
3. Inteligencia Emocional.	La manera equilibrada en que maneja sus estados emocionales independientemente de los resultados del proceso de venta.
4. Tolerancia.	La manera en que demuestra disposición para comprender y atender las diferencias entre el cliente y él mismo.

GLOSARIO

1. Confirmación escrita:	Escrito por medio del cual el prospecto/cliente confirma su decisión de compra. De acuerdo a las políticas de cada empresa el escrito puede ser: un correo electrónico, orden de compra, contrato, convenio, etc.

Referencia	Código	Título
4 de 4	E1664	Brindar servicio post-venta

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La persona es competente cuando demuestra los siguientes:

DESEMPEÑOS

1. Realiza el seguimiento post-venta y preparación para nuevo ciclo de ventas:
   - Realizando contacto de seguimiento con el cliente para detectar satisfacción con respecto al producto o servicio recibido,
   - Identificando otra necesidad u oportunidad que pueda ser resuelta por otro producto o servicio que la empresa vendedora ofrezca,
   - Comunicando al cliente la oportunidad o necesidad detectada ofreciendo algún producto o servicio para la solución de ésta, y
   - Proponiendo agendar una nueva cita para el acercamiento del cliente de este nuevo ciclo de venta.

ACTITUDES/HÁBITOS/VALORES

1.	Actitud de servicio.	Es la manera en que demuestra la disposición a atender cualquier necesidad del cliente-prospecto.
2.	Manejo adecuado del lenguaje.	Es la manera en que utiliza los términos de venta adecuadamente y de forma respetuosa.
3.	Tolerancia.	La manera en que demuestra disposición para comprender y atender las diferencias entre el cliente y él mismo.