MAQUILA INTERNACIONAL DE CONFECCIÓN

SOMOS

FANTASÍA

MAGIA

HISTORIAS

LITTLEMIC • MIC • MOVIES

PILAR OPERACIÓN SERVICIO

MAQUILA INTERNACIONAL DE CONFECCIÓN

Modelo de Servicio

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

MAQUILA INTERNACIONAL DE CONFECCIÓN

Modelo de Servicio

Saludo al Cliente

- Saludar al Cliente

Identificar Necesidades

- Formular preguntas abiertas
- Ubicar al cliente dentro de la tienda
- Mencionar la promoción y medios de pago

Ejecución de la Venta

- Hablar de las características del producto (marca, personajes, beneficios, estampados, etc)
- Ofrecer productos complementarios
- Facilitar la compra

Cierre de la Venta

- Ofrecer productos adicionales
- Procesar la venta
- Mencionar el ahorro en $

Despedida

- Mencionar al cliente un argumento para que nos vuelva a visitar

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

Modelo de Servicio

	Texto Sugerido	Sugerencias
Saludo al Cliente	. Buenos Días Bienvenido(a) a Mic… . ¡Hola!!! Bienvenido(a) a Mic… . Hola buenas tardes, en un momento estoy con usted… . ¡Hola como estás!!! Bienvenido(a) a Mic… . Buenos días, te invitamos a poner la Fantasía… . Hola bienvenido a Little Mic, donde Comienza la Fantasía…	. Saludar de forma natural y espontanea al cliente. . Moderar un tono de voz agradable. . Siempre Sonreír. . Mirar siempre a los ojos. . Siempre debemos parar lo que estamos haciendo y Saludar y Sonreír. . Si el cliente entra hablando por celular, salúdelo por señas y cuando se desocupe abórdelo. . Aunque un cliente ya esté en otra etapa, se debe saludar.

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

Modelo de Servicio

	Texto Sugerido	Sugerencias
Formular Preguntas Abiertas	. ¿Para quién busca? . ¿Cómo te llamas? . ¿Cuál es su personaje favorito? . ¿Conoces a Mic? . ¿Qué personaje buscas? . ¿Buscas para Niño o Niña? . ¿Qué talla necesitas?	. Hacer sentir cómodo al cliente con las preguntas. . Las preguntas deben ser abiertas, RECUERDE: Un cliente siempre tiene la intención de comprar, ¡de lo contrario no hubiera entrado a la tienda!!! . Las preguntas deben dirigirse a entender por qué nos visitan, o que les llamó la atención para entrar. . Escuche con atención las respuestas, no hay peor cosa que preguntar en una etapa posterior lo que ya había preguntado. . Tener empatía con el cliente. . No realizar demasiadas preguntas al mismo tiempo, dele el espacio al cliente. . Pregunta Abierta es la que no tiene como respuesta "SI" o "NO".

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

MAQUILA INTERNACIONAL DE CONFECCIÓN

Modelo de Servicio

	Texto Sugerido	Sugerencias
Ubicar al Cliente dentro de la Tienda	. El vestuario de niñas lo encuentras a mano izquierda y niños a mano derecha…. . En esta área esta toda la parte de baño de niñas… . En este mueble se encuentran los accesorios… . Acá tenemos nuestra licencia de Frozen para que la mires…	. Mostrarle al cliente como está distribuida la tienda (Ubicación del portafolio, accesorios, vestier, etc.) de manera que el cliente pueda mirar sin la ayuda del asesor. . Ubicarlo dentro de la tienda nos ayuda a ganar tiempo para atender otros clientes. En caso de que no haya otros, debemos desvincularnos y dejar hablar y mirar a nuestro cliente.
Mencionar la Promoción y Medios de Pago	. Le informo que por el día de hoy tenemos nuestra Marca Mic con el **30%**. . Recuerde que comprando **1** se lleva la segunda con el **50%** de menor o igual valor en las camisetas icónicas. . En este momento tenemos pague **2** lleve **3** en Camisetas de niños. . Puede pagar sus compras en efectivo o si lo prefiere con tarjeta débito, crédito. . Recuerde que en nuestra tienda también manejamos nuestro crédito personalizado Credifin.	. De acuerdo a la necesidad explique la promoción, esto aumenta la probabilidad de que se haga una compra. . La clave es comunicar el % o los ahorros en $, NO sólo indicar el nombre de la promoción, practique los precios y hable al cliente sobre lo que se va a ahorrar. . El crédito es una herramienta fundamental. Podemos hacerle cuentas de como quedarían las cuotas…

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

Modelo de Servicio

	Texto Sugerido	Sugerencias
Hablar de las Características del Producto	. Esta camiseta es de la última película de Frozen. . Recuerda que nuestras prendas además de tener la aprobación por las casas de licencias, es un producto 100% colombiano. . Los estampados son suaves al tacto y exclusivos. . Esta camiseta es 100% algodón, es fresca y su estampado en plastisol hace que sea una prenda cool. . Contamos con estampados de características novedosas como alto relieve, brillo en la oscuridad, etc…	. Estudiar detenidamente las historias de los personajes, para entablar conversaciones con los clientes. . Repasar los tipos de estampados para explicarlos a los clientes. . Recordar el valor agregado de la marca (Personajes, Diseño, Exclusividad y procedencia). . Hablar con propiedad acerca de las características de las prendas.

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

MAQUILA INTERNACIONAL DE CONFECCIÓN

Modelo de Servicio

	Texto Sugerido	Sugerencias
Ofrecer Productos Complementarios	. Veo que le gustó la camiseta de Batman, acá le traigo el bóxer para que se antoje. . Llevarles un accesorio a los clientes puede servir como excusa para volver a captarlo. . Recuerde complementar la pinta con nuestros exclusivos diseños de Pijamas.	. Mire detenidamente en qué está el cliente interesado, para llevarle un complemento adecuado. . Según la compra del cliente ofrezca productos que complementen su selección, ya sea para armar un look o sigan la línea del mismo personaje.
Facilitar la Compra	. Permítame le voy separando lo que va a llevar para que pueda seguir mirando. . En el puesto de pago están los productos que ya seleccionó. . Se los llevaré a la caja registradora mientras usted sigue mirando.	. A medida que el cliente seleccione los productos que va a llevar, facilite la compra ubicándolos en el punto de venta de manera que el cliente se sienta cómodo para seguir comprando. . Lleve los artículos a la caja registradora y deje que el cliente siga comprando. NO se quede parado detrás de la caja esperando al cliente, RECUERDE LA VENTA LA CIERRA EL CLIENTE NO USTED.

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

MAQUILA INTERNACIONAL DE CONFECCIÓN

Modelo de Servicio

	Texto Sugerido	Sugerencias
Ofrecer Productos Adicionales (Accesorios)	. ¡Veo que lleva todo de DC Comics, también tenemos Baño!!! . ¡Complemente el regalo con este Panty del mismo personaje!!! . Permítame mostrarle las nuevas gorras que nos llegaron. . Contamos con nuestra nueva línea de ropa interior alusiva a tu personaje favorito.	. Según la compra del cliente, sugiera accesorios de forma sugestiva. . Cuando lleve la mercancía al punto de pago, coloque a un lado los accesorios que hacen juego con la mercancía. . Ayudar a complementar la venta con unas buenas opciones en accesorios.
Procesar la Venta	. Tan amable me informa su número de cedula por favor… . ¿Quiere recibir descuentos exclusivos de la marca? . ¿Quieres recibir un regalo de la marca en tu cumpleaños?	. Realizar el proceso de la venta donde se capten los datos personales del cliente (Cédula, Nombres y Apellidos, Celular, Fecha Cumpleaños y Correo Electrónico)
Mencionar Ahorro	. Le informo que el ahorro en esta compra fue de **$55.000.** . Sin descuento son **$99.800** y con la promoción le quedó en **$64.900.**	. Al momento de gestionar la venta mencione precio y valor, donde se indique al cliente el ahorro obtenido.

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

Modelo de Servicio

	Texto Sugerido	Sugerencias
Mencionar al cliente un argumento para que nos vuelva a visitar	. Veo que le gusta mucho Frozen, para el próximo mes tenemos nueva colección… . Para este fin de semana tendremos una oferta especial, lo invito para que nos visite. . Muchas gracias por su compra y lo invito a que vuelva este sábado que tendremos Pintacaritas… . Gracias por visitar nuestra tienda y recuerden que en Mic Ponemos la Fantasía…	. Según el tipo de cliente mencione próximas promociones, eventos del mes y lanzamientos de nuevas colecciones. . Agradezca por la compra al cliente. . Sonreírle al cliente, desearle buen día y posicionar la tienda con el recuerdo de un grato servicio.

MAQUILA INTERNACIONAL DE CONFECCIÓN

Rol Líder de Ventas

El líder de ventas es la persona responsable de entregar un servicio de experiencias a nuestros clientes

Responsabilidades

- Garantizar que todos los clientes reciban servicio - acciones fundamentales del trayecto.
- Tener el liderazgo del equipo de la tienda, garantizando que cada una de las tareas operativas y de servicio se estén realizando.
- Comprometerse a cumplir la meta de ventas de la tienda propuesta para sus horas de liderazgo
- Llevar control de la planeación del día

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

Rol Líder de Ventas - Preparación

El Líder de Ventas debe prepararse desde el día anterior.

El presupuesto del día debe dividirse en 3 o 4 turnos, y cada tienda, según su histórico de ventas le asignará el presupuesto al turno.

Una vez se termina el turno debe anotarse si se cumplió el presupuesto o no.

Si el asesor repite el turno, se suma los dos presupuestos de los dos turnos y se define si se cumple.

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

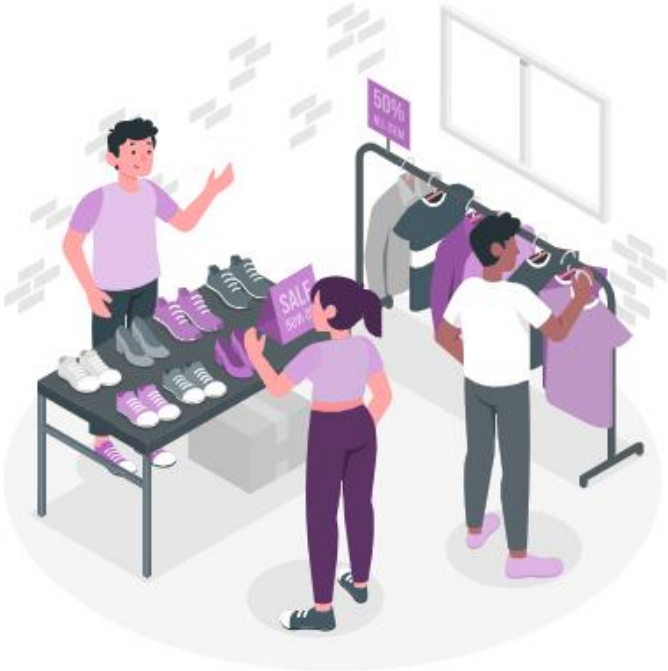
Desvinculación y Volver a Vincularse

DESVINCULACIÓN

La desvinculación se da cuando dejas a un cliente y le permites un espacio para que observe, mientras atiendes a otros clientes o haces una tarea operativa, una manera adecuada de desvincularse es explicarle al cliente como está distribuida la tienda, decirle tu nombre e indicarle donde vas a estar por si tiene preguntas.

VOLVER A VINCULARSE

Se debe volver a captar al cliente del cual se desvinculó, observe lo que está viendo o probando y use una acción fundamental para volver a captar la atención.



SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

Leer y Reaccionar

La capacidad de leer las expresiones verbales y no verbales para reaccionar ante cada cliente nos ayudará a impulsar las Matemáticas Operacionales

¿Cómo Reaccionar?

- Siempre estar bien presentados
- Tener una muy buena actitud
- Una buena postura
- Trasmitir confianza
- Un buen tono de voz

¿Qué Identificar?

- Que buscan o sostienen en las manos
- El lenguaje corporal
- La expresión del rostro
- La velocidad y sus movimientos
- El contacto visual

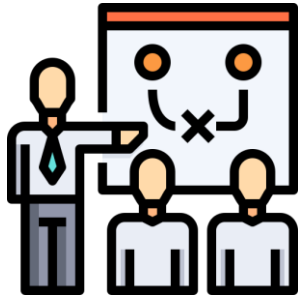
ACT NOW

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

TIPOS DE CLIENTES

El Comprador Impulsivo

- Realiza compras espontáneas sin mucha planificación previa.



Estrategia de Venta:

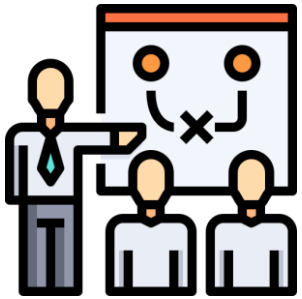
Resaltar las últimas tendencias y ofertas especiales puede ser muy efectivo

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

MAQUILA INTERNACIONAL DE CONFECCIÓN

El Comprador Investigador

- Llega bien informado, habiendo investigado productos, precios y opiniones previamente. Busca productos específicos para satisfacer una necesidad concreta



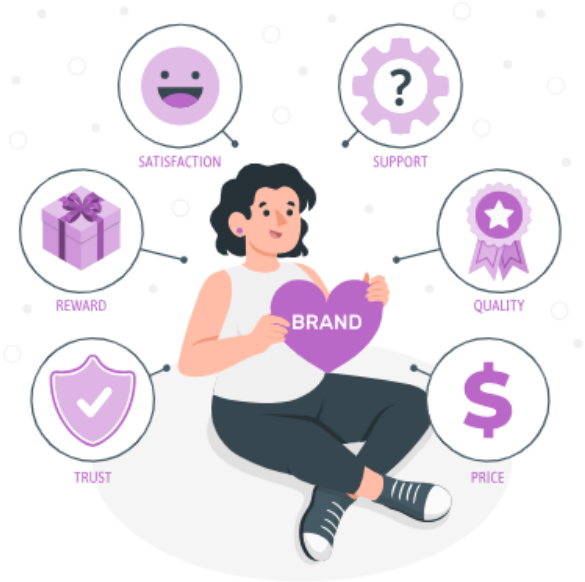
Estrategia de Venta:

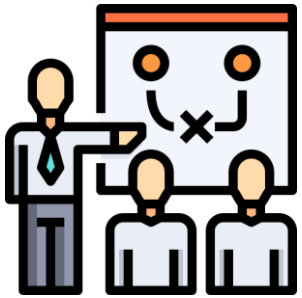
Proporcionar información detallada y comparativa para ayudarles a tomar una decisión

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

El Cliente Fiel

- Prefiere comprar repetidamente en la misma tienda debido a experiencias positivas anteriores





Estrategia de Venta:

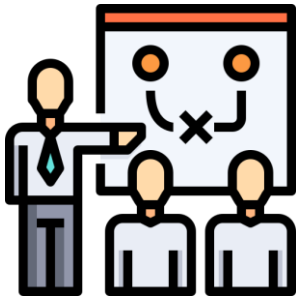
Reconocer su lealtad con atención personalizada e incentivos

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

MAQUILA INTERNACIONAL DE CONFECCIÓN

El Cliente Cazador de Ofertas

- Busca descuentos y promociones



Estrategia de Venta:

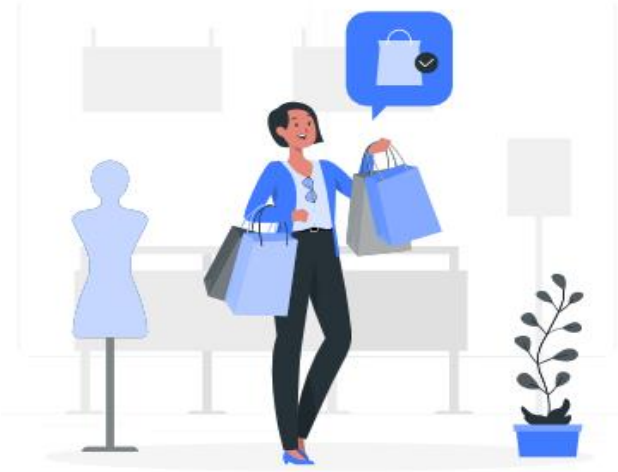
Informarle sobre el ahorro que obtiene aprovechando las promociones actuales.

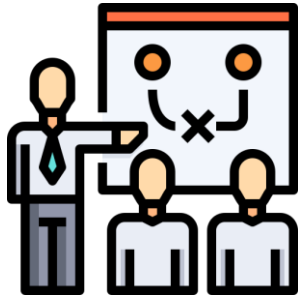
SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

MAQUILA INTERNACIONAL DE CONFECCIÓN

El Cliente Solitario

- Sabe lo que quiere, pero quiere comprarlo solo, es frío y distante, huye del vendedor





Estrategia de Venta:

Suministrar información precisa, no insistir. Hablarle sobre el producto

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

MAQUILA INTERNACIONAL DE CONFECCIÓN

Tipos de Comprador por Generaciones

TIPOS DE COMPRADOR POR GENERACIONES

	GENERACIÓN Z (1997-2012)	MILLENNIALS (1981-1996)	GENERACIÓN X (1965-1980)	BABY BOOMERS (1949- 1968)
COMPORTAMIENTOS DE COMPRA	• Generan mayor consumo • Sus gastos son menores • Buscan productos sostenibles • Son activos y exigentes • Compran presencial como experiencia social	• Los que más consumen • Mayor conocimiento sobre contenidos de internet • Aprovechan los descuentos • Les gustan las compras rápidas	• Cautelosos en sus hábitos de compra • Compras conscientes • Se enfocan en las necesidades y objetivos reales	• Se sienten seguros comprando en tienda física • Les gusta la atención personalizada • Prefieren el canal telefónico y no el digital
TIPS DE SERVICIO	• Ofrece productos que puedan personalizar • Comunica como tu marca se alinea con valores sostenibles y sociales	• Genera una experiencia única y memorable en la compra • Ofrece opciones de compra omnicanal	• Proporciona información completa sobre los productos • Ofrece productos de alta calidad • Potencia programas de fidelización	• Se claro y sencillo en la comunicación • Responde detalladamente a sus preguntas

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

MAQUILA INTERNACIONAL DE CONFECCIÓN

Modelo de Servicio

Saludo al Cliente
- Saludar al Cliente

Identificar Necesidades
- Formular preguntas abiertas
- Ubicar al cliente dentro de la tienda
- Mencionar la promoción y medios de pago

Ejecución de la Venta
- Hablar de las características del producto (marca, personajes, beneficios, estampados, etc)
- Ofrecer productos complementarios
- Facilitar la compra

Cierre de la Venta
- Ofrecer productos adicionales
- Procesar la venta
- Mencionar el ahorro en $

Despedida
- Mencionar al cliente un argumento para que nos vuelva a visitar

1 **Saludo inicial** Genera una buena primera impresión, usando gestos y palabras clave.

2 **Evaluación de las necesidades** Aborda al cliente con preguntas abiertas para hacer una lectura correcta de sus necesidades.

3 **Presentación del producto** Informa al cliente con los beneficios y características que hacen atractivo el producto.

4 **Demostración del producto** Invita a los visitantes del punto de venta a probar el producto para generar una experiencia.

5 **Manejo de objeciones** Responder adecuadamente a preguntas y observaciones que puedan ser un punto de fricción

6 **Cierre de venta** Convierte tu visitante en un cliente, trabaja en la agresividad comercial

7 **Despedida** Logra que la parte final de la experiencia resulte agradable y genere recurencia

Saludo inicial

El saludo inicial con el cliente es importante porque es la **primera oportunidad** para causar una buena impresión y establecer confianza. Para tener un primer contacto exitoso te sugerimos:

- **Dar la bienvenida una vez ha ingresado**
- **Establecer contacto visual con el cliente**
- **Saludar con una sonrisa**
- **Usar un tono de voz amable**
- **Trasmitir tu mejor energía**

Ejemplo:

¡Bienvenido a [nombre del comercio]**!**

Recuerda que los primeros 10 segundos de la visita del cliente son claves para engancharlo

Evaluación de las necesidades

Comprender lo que el cliente busca es fundamental para proporcionar un servicio útil y personalizado. Para eso puedes seguir los siguientes pasos:

1 **Realiza preguntas abiertas para entender mejor las necesidades y preferencias del cliente**

2 **Ofrece ayuda sin ser intrusivo y muestra disposición para responder preguntas sobre los productos.**

3 **Demuestra que tienes interés genuino en ayudarle al cliente a encontrar lo que está buscando.**

Presentación del producto

Una vez que entiendes lo que el cliente busca, presentarle productos relevantes puede ayudar a facilitar su decisión de compra. Además, conectar las necesidades del cliente con los beneficios del producto mejorará su nivel de satisfacción y aumentará las ventas.

Estas son algunos tips clave:

- **Entiende y comunica las características y beneficios del producto.**
- **Escucha activamente la retroalimentación del cliente.**
- **Enfatiza en los beneficios y cómo el producto satisface las necesidades del cliente.**
- **Sugiérele al cliente que pruebe el producto.**
- **Cuando no haya disponibilidad del producto que el cliente busca, ofrece sustitutos .**

Demostración del producto

Invitar al cliente a que pruebe el producto es una estrategia clave en el proceso de venta. La demostración / prueba del producto le permite:

Tener una experiencia sensorial: Puede ser muy convincente, ya que el cliente puede visualizarse usando el producto en su vida diaria o para un evento específico

Eliminar las incertidumbres: El cliente puede despejar dudas sobre si el producto cumple con sus expectativas, esto le ayudará a reducir la indecisión.

Crear conexión emocional: La acción de probarse una prenda puede crear una conexión emocional con el producto. El cliente puede empezar a imaginarse con el producto en diferentes situaciones, lo cual puede fortalecer su deseo de compra.

Entregar feedback directo: La reacción del cliente al probarse el producto proporciona información muy valiosa al vendedor. Si el cliente tiene reservas, el vendedor puede abordarlas inmediatamente, ofrecer alternativas o ajustar su enfoque de venta según las necesidades específicas del cliente.

Acelerar la decisión de compra: La experiencia de probarse el producto puede ser el factor decisivo para la compra.

Manejo de objeciones

Manejar las objeciones del cliente es una habilidad crucial en ventas, especialmente en el retail donde las preferencias personales juegan un papel importante. Estas son algunos tips clave hacerlo de manera efectiva.

1 **Escucha activamente:** Entiende la objeción completamente

2 **Clarifica:** Aclara dudas con preguntas abiertas

3 **Empatiza y valida:** Reconoce y valida las preocupaciones del cliente

4 **Presenta alternativas:** Sugiere otras opciones que satisfagan las necesidades

5 **Confirma:** Verifica si la objeción ha sido resuelta

Cierre de ventas

1 **Cierre directo:**
Una vez realizado el proceso previo de manera correcta se debe tener determinación una vez identificadas las señales de compra para llevar al cliente al cierre.
Ejemplo: "¿Te gustaría llevar este producto hoy?"

2 **Cierre con oferta limitada:**
Resalta la urgencia de la compra basada en la escasez o una promoción o edición limitada.
Ejemplo: "Esta oferta solo es válida hasta el final del día de hoy. ¿Te gustaría aprovecharla ahora?"

3 **Cierre de venta con productos adicionales:**
Presenta al cliente productos complementarios.
Ejemplo: "Ese producto saldría perfecto con este otro"

Despedida

La despedida a un cliente después de una compra es una oportunidad crucial para dejar una impresión duradera, enamorarlo de la marca y fomentar su retorno. Aquí algunas estrategias efectivas:

1 **Agradece genuinamente por la compra**

2 **Cuéntale acerca de próximas llegadas de inventario, ofertas o promociones**

3 **Ofrecer soporte posventa asegurandote de entregar información acerca de devoluciones o cambios**

SOMOS FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

MAQUILA

INTERNACIONAL DE CONFECCIÓN

SOMO FANTASÍA MAGIA HISTORIAS

• LITTLEMIC • MIC • MOVIES