

---

**Conferencia:**

**“Como vender tu producto o servicio”**

**Muchas personas piensan lograr una independencia económica llevando adelante sus proyectos de negocio, pero muy pocas logran el objetivo.**

**Expositor:**

**Victor Hugo Benítez**

**Conferencista Internacional**

**Director General de la Consultora Estudio VBZ**

**Jueves 31 de Mayo - Buenos Aires**

**Organiza:**



[www.guiadelemprendedor.com.ar](http://www.guiadelemprendedor.com.ar)

**Auspicia:**



Consultoría y Desarrollo  
de Negocios en Internet



# ¿Estamos preparados?

“La generalidad indica que los emprendedores son muy buenos en su especialidad, pero carecen de bases para llevar adelante un negocio”

## Factores de Fracaso

- Desconocimiento del mercado.
- Producto o servicio inadecuado.
- Errores de comercialización.
- Desconocimiento de gestión.
- Falta de Planificación.

# Factores de Éxito

- Claridad en los objetivos.
- Conocimiento del negocio.
- Diferenciación.
- Orientación al mercado.
- Planificación.

## Y usted... ¿a que se dedica?

- hago software para empresas.
- vendo ropa.
- soy diseñador.

Respuestas relacionadas al producto o servicio que vende.

# El Mercado

- Los clientes no compran **su** producto o contratan **su** servicio porque sean buenos.
- Los clientes compran su producto o contratan su servicio porque satisfacen una necesidad que **ellos** tienen.

## ¿Cómo tener éxito?

“el futuro de su empresa depende de la habilidad para satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes, y además, de hacerlo de forma rentable”

# ¿Cómo lograrlo?

- Definir el mercado y sus necesidades.
- Analizar la competencia.
- Segmentar el mercado.
- Adaptar el producto o servicio a las características analizadas.

## En Resumen

En lugar de desarrollar un producto o servicio y luego buscar un mercado que lo compre, es más práctico y da más resultado, dado un mercado con ciertas características, elaborar un producto o servicio diseñado a satisfacer una necesidad o un deseo”

## ¿a qué se dedica?

- hago software de gestión para empresas financieras del exterior.
- vendo ropa para mujeres ejecutivas que busquen exclusividad.
- diseño envases reciclables para la industria farmaceutica.

## Pero... ¿cómo vendo?

- ¿Cuanto quiere ganar por mes?
- ¿Cuál es la rentabilidad de su producto o servicio?
- ¿Cuántas ventas necesita realizar para llegar a lo que quiere ganar?

# Metas de Ventas

## GASTOS FIJOS

- Alquiler
- Luz
- Teléfono
- Sueldos
- Seguros

## GASTOS VARIABLES

- Accesorios
- Papelería
- Publicidad
- Capacitación
- Transporte

**GASTOS FIJOS + GASTOS VARIABLES = \$ 5.100**

(PV) Precio de Venta: \$ 100

(CD) Costo Directo: \$ 40

$$\begin{aligned} \text{Utilidad} &= \text{PV} - \text{CD} = \\ &100 - 40 = \$ 60 \end{aligned}$$

Punto de Equilibrio =  $\text{Gastos} / \text{Utilidad}$

$$5.100 / 60 = 85$$

# Como conseguir clientes

- Elaborar una base de datos.
- Fijar una estrategia de promoción para captar clientes.
- Decirles qué le ofrece.
- Decirles por qué y cómo, su producto o servicio los beneficiará o mejorará su trabajo o calidad de vida.
- Decirles cómo pueden obtenerlo.

## Cómo seguir

- Buen servicio al cliente.
- Atención de posventa
- Seguimiento.
- Lograr la fidelidad del cliente.
- Repetir la venta.

# Como fidelizar a los clientes

- Debe de estar satisfecho con su compra.
- Mostrar lealtad hacia el usuario brindándole valor agregado.
- Cumplir lo que se promete.
- No perder contacto con él.
- Dar mas que su competencia.

## Nuevas herramientas para lograr nuestro objetivo.

- Las TIC`s, han cambiado el escenario de los negocios actuales.
- Es nuestro deber conocerlas y adaptarlas a nuestro negocio para poder competir.

# Internet en la Empresa

- no es para hacerse rico de la noche a la mañana.
- es una herramienta fundamental para el desarrollo de cualquier negocio.
- agiliza los procesos (ventas, compras, atención al cliente)
- reduce costos.

## La buena noticia es que...

- puedo competir con un grande.
- en Internet todos nos vemos igual..., **la pantalla del monitor.**

## e-mail

- La herramienta mas usada.
- Económico.
- Envío instantáneo.
- Sabemos si no llega a destino.
- Se puede enviar cualquier día a cualquier hora.
- Enviar 1, 10, 100 o 1000, es lo mismo.

## Sitio Web

- Definir el mercado
- Vender, informar, promocionar.
- Contenido
- Estética
- Navegación

# Puntos basicos

Arquitectura de la Información  
Accesibilidad  
Usabilidad

## Marketing para Internet

Internet es un medio frío.

Tener siempre presente el concepto AIDA

**A** - atención  
**I** - interés  
**D** - deseo  
**A** - acción

# Nuevas herramientas

- posicionamiento en buscadores
- e-mail marketing.
- boletines electrónicos.
- chat.
- telefonía IP
- webconference.
- blogs.

# MUCHAS GRACIAS

**Víctor Hugo Benítez**

*Director General*

**Estudio VBZ**

Consultoría y Desarrollo  
de Negocios Electrónicos

[www.estudiovbz.net](http://www.estudiovbz.net)

[info@estudiovbz.net](mailto:info@estudiovbz.net)

AGRADECEMOS EL APOYO DE:



Club de Programadores

