

“La Pirámide” In- Store Generador Relacional Progresivo

(Punto de vista Neuromarketing)

LA NUEVA REVOLUCIONARIA METODOLOGÍA DE VENTA Y SERVICIO AL SHOPPER EN UN ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.

Observación, Intervención y Entrenamiento en vivo en horario de venta público.

Corrección, ajuste y calibración en la práctica real sobre lo aprendido.

Control y seguimiento hasta adquisición del nuevo hábito.

Análisis de resultados a través de objetivos cuantificables de ticket medio,
número de unidades por ticket y venta activa.

“La Pirámide” In - Store: Cómo trabajar el shopper desde la neurociencia mediante la inspiración del Personal de ventas.

Background:

Después de la realización y análisis de numerosos Mysterys Shopping centrados en la **actitud del personal**, observamos una clara necesidad de entrenamiento emocional en habilidades de comunicación relacionadas con la puesta en marcha de un **Programa de Protocolo y Excelencia Comercial** que facilite el camino hacia el bienestar del cliente en su experiencia de compra. **Sabemos que las personas contribuyen directamente al placer o displacer del shopper.** De ahí, la importancia de tener bien dimensionado el staffing de la tienda.

Fruto de ello, es la creación de la metodología del “**La Pirámide**”, **que trabaja el shopper desde la neurociencia mediante la inspiración del Personal de ventas**, como una de las variables más importantes del Retail Mix y uno de los principales valores diferenciales que pueden aportar hoy los establecimientos o superficies comerciales.

Entendemos las competencias del personal de ventas, como un complicado equilibrio de la figura del Assistant en el que ante todo prima un exquisito servicio con la mínima intromisión **donde el cliente nunca pierde su entorno de libertad.**

Su aplicación consiste en un **Entrenamiento directo en tiendas** con un análisis de resultados a través de **Indicadores Clave**, tales como la Conversión, el Tiquet Medio, ítems por tiquet (Venta Adicional) por franjas horarias y repetición.

Un posterior **Seguimiento** con **Enfoque Coaching** por parte de los Directores de Tienda de los comportamientos del vendedor, hasta la sustitución de los hábitos, mediante la formación de nuevas sinapsis, consolidará el proceso que será supervisado a través de posteriores **Voice of the consumer** y con **Mysterys periódicos** con un cuestionario hecho a medida.



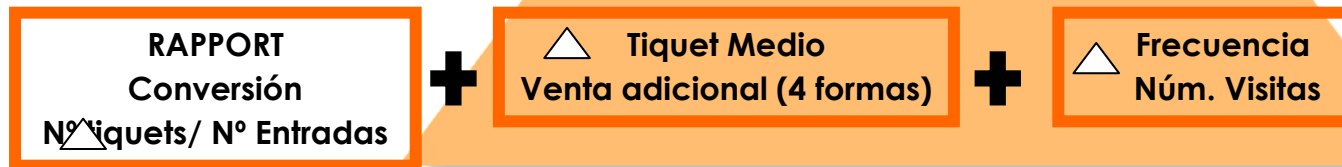
Qué:

LA "PIRÁMIDE" IN- STORE: PUESTA EN MARCHA DEL PROGRAMA DE PROTOCOLO Y EXCELENCIA comunicacional: LA NUEVA REVOLUCIONARIA METODOLOGÍA DE VENTA Y SERVICIO AL SHOPPER EN UN ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.

Cómo trabajar la conversión desde la inspiración del personal de ventas y la satisfacción del cliente en la experiencia de compra.

Plan de trabajo acordado con el Store Manager. Observación, Intervención y Entrenamiento en vivo en horario de venta público. Vivencia en directo con los vendedores. Corrección, ajuste y calibración en la práctica real sobre lo aprendido. Control y seguimiento hasta adquisición de la nueva rutina.

Análisis de resultados a través de objetivos cuantificables de:

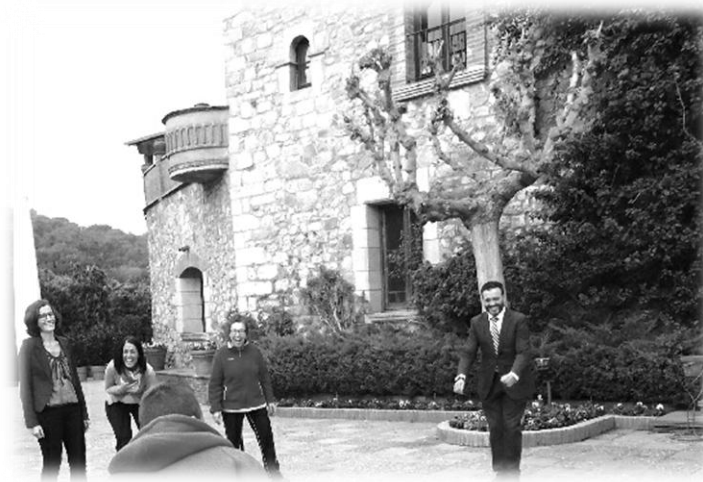


Actualmente trabajando Sectores Moda, Farmacia, Muebles, Cadenas Supermercados, Cosmética y Perfumería ... Y en Calles y Centros Comerciales como por ejemplo Portal de l'Àngel, Passeig de Gràcia, Rambla Catalunya, Born en Barcelona o Granvia 2 (L'Hospitalet) y Illa Carlemany en Andorra. También entrenamientos en Showrooms de marcas líderes mundiales de moda y Store Concept + Pop Up Retail. Desarrollo de Estrategias de Emotional Branding en marcas de alimentación de ámbito internacional.

Dónde :



In Company – Aula altavisibilitat - Punto de Venta – La "Pirámide" entre Viñedos (Outdoor con cata vino + estancia Masía Rural Penedès) + Implementación en tienda.



Aplicaciones:



Actualmente trabajando **La Pirámide** para diferentes retailers de los Sectores: Moda, Cosmética, Muebles, Ocio, Alimentación etc y Tamaño y / o Formato: Grandes Sup, Cadenas, Franquicias, Tiendas independientes etc).

Actualmente trabajando **La Pirámide** en establecimientos de Calles y Centros Comerciales como por ejemplo Portal de l'Àngel, Passeig de Gràcia, Rambla Catalunya, Born en Barcelona o Granvia 2 (L'Hospitalet) y Illa Carlemany en Andorra.

La Pirámide para diferentes Campañas (Navidad, Festividades Comerciales...)

La Pirámide para promotores / as de Grandes Sup..

La Pirámide para empresas de turismo, restauración y servicios.

Sesiones de trabajo en el Área de Turismo de la Diputación de Barcelona y de la Cámara de Barcelona, Cámara de Andorra, Cámara de Manresa, Consejo General de, Aran, Exporetail, Popai etc y entrenamiento a diferentes importantes retailers y empresas de restauración y servicios.



Proceso:

100 % al cliente sin molestar.

El nivel de compromiso, detalles y atención se va incrementando conforme el cliente va avanzando en el proceso. El triángulo se va abriendo hasta la **DESPEDIDA CORDIAL ABIERTA FINAL**.

Deberemos establecer:

- Los objetivos cuantificables en relación a los Indicadores Claves de éxito.
- El análisis de los resultados de los Mystery fundamentados en Actitudes y Aplicación del Protocolo.
- La definición de los momentos de verdad y los obstáculos al cliente.
- La importancia del espacio de conexión en forma de pirámide.
- La definición del Espacio de Venta como aquel que no molesta + invade la libertad del cliente y que no se excede en seducción.

Hacer los pasos. No avanzar etapas antes de tiempo.

Proceso de compromiso del vendedor



Espacio de invisibilidad
del cliente.

ESPACIO DE VENTA

No ignorar.
No molestar ni invadir
la libertad.
No excederte de
seducción.



Espacio de seducción
excesiva al cliente.

El cliente entra: UN BUEN PRINCIPIO.

- First Moment of Truth.
- Cuestión clave. Saludo cordial apertura. (SCO) Complicidad inicial. La evitación del síndrome de la invisibilidad.
- Descompresión.
- Beneficios de este primer contacto.



El cliente en la Sala de Ventas.

- La influencia del cerebro primitivo en el mundo del shopping.
- El cliente va libre. 3 opciones.
- El lenguaje corporal del shopper.
- Dejar margen de tiempo y de espacio.
- Listar las situaciones en las que el cliente viene a mí.
- La Pregunta Cordial Abierta. (PCO).
- La venta adicional más allá de la venta directa. El plus del vendedor.
- La Pregunta Filtro.
- El Punto C.
- Detección de la Motivación.
- Un argumento para proceso.
- La Alternativa de Venta.
- Más preguntas abiertas.
- Nuestra mirada con un sentimiento de afecto y complicidad.
- La provocación de respuestas neurológicas positivas.
- La comunicación facial del vendedor que genera resultados positivos.
- Cómo conseguir una activación el sistema de recompensa del shopper a través de la comunicación.
- Cómo evitar el rechazo de acercamiento del cliente.
- Especialización + Polivalencia Genérica.



El cliente en la Sala de Ventas.

- Aversión a la pérdida
- La gestión del detalle sutil.
- La utilización de palabras hipnóticas, el lenguaje con superlativos y adjetivos y el lenguaje temporal
- El cliente que mira mucho un producto no lo compra.
- Un fuerte contraste precipita decisiones.
- La importancia del "Efecto Guru" en el vendedor.
- El contagio del afecto.
- El vendedor puede influir en generar una atmósfera más relajada, potenciando que el cliente vea los productos como más deseables.
- La recomendación como facilitador.
- La liberación de oxitocina cuando aprendemos y somos ayudados.
- El vendedor facilita el acceso a la experiencia multisensorial.
- Las conductas de debilidad del cliente que compra a última hora.

El cliente en la Caja: UN BUEN FINAL.

- 100% al cliente. Máxima atención,
- Cómo generar emoción pura en el final del proceso. El nivel de presencia total.
- Detalles cálidos + Venta Activa.
- El fricciónamiento en la caja.
- Atenuar el "Efecto Ambulancia".
- Creación de equilibrio con el mix de detalles cálidos + venta activa.
- El sistema límbico es impaciente: "La ansiedad de la caducidad".
- Lo último que compras lo quieres consumir inmediatamente.
- La evitación del dolor post compra. Atenuar el "efecto caja". La necesidad de ser reasegurado (La Filosofía Nudge).
- Preguntas Cerradas.
- El MAI (Momento Agradable Inesperado): Info inesperada + Sorprender
- La importancia de un buen final: la frase de cortesía y la despedida abierto. Como generar tareas inacabadas.



Valoraciones y Testimonios



1. Valoraciones

- Media de 9,60 sobre 10,00 como formador i+ grado de satisfacción en general en los entrenamientos efectuados durante el 2011, 2012 ,2013 y 2014.

2. Testimonios

“ Xavier, donar-te les gràcies per compartir el teu saber i el "bien hacer". Em vas transmetre molt d'optimisme, alegria, rapidesa,... Em vas despertar moltes preguntes, i per una altra banda, vas reafirmar algun punt del meu dia a dia. No vaig tenir temps d'apuntar totes les frases que ens vas "recitar".... que eren un món. Simplement “ Gracias.” Fins aviat.

“Hola Xavier, el teu entrenament, va ser molt instructiu. Enhorabona, i estem en contacte. Salutacions”.

“ 30 % más en caja que la media para un jueves de febrero. Nos has dado un gran ejemplo de entrega al cliente. Gracias”

“ Me ha gustado mucho tu intervención y me siento muy identificada con todo lo que explicabas. Para mí es muy importante valorar el trabajo que se hace bien y no quería perder la oportunidad de felicitarte aunque sea vía email. Quería darte las gracias por el trabajo tan bueno que estás haciendo Me encantaría poder coincidir contigo en otra ocasión, poder compartir experiencias y dejar abierta la puerta a futuras colaboraciones “.

“ Tan sols agrair-te les sessions que has impartit aquests dies. Hem quedat al.lucinats amb la teva capacitat de sintetitzar la gran informació que ens has donat. Moltes gràcies de nou. Ha estat un autèntic plaer.”

3. Empresas

Más de 50 empresas del sector retail y más de 1.000 personas han sido entrenadas por nosotros.

Programa

❑ Entrenamiento Equipos

a) Entrenamiento en Aula

8 horas x grupo.

Número recomendable de personas por grupo: + - 10 personas.

b) Reunión previa con Gerencia

c) Entrenamiento e Intervención en Tienda

8 horas tienda.

d) Resumen visitas y primeras conclusiones

e) Informe de Resultados

❑ Entrenamiento Habilidades de Comunicación Efectiva + Gestión

a) Liderazgo + Coaching a Directores de Tienda.

1 grupo x 8 horas.



Nuestra Formación es bonificable por la Fundación Tripartita por lo que la inversión de su empresa puede ser mínima. - Después del entrenamiento altavisibilitat emitirá un Diploma de asistencia y aprovechamiento con el total horas. - Si nuestro cliente lo decide, podemos acreditar el punto de venta conforme su equipo de ventas aplica nuestra metodología. Para tal acreditación, será necesario un Plan de Revisión periódico.

Xavier Borràs Llebaria

Postgraduat en Executive & Personal Coaching Universitat Pompeu Fabra

**The Science of Shopping = Neuromarketer + Retail Coaching + Practitioner of
Neurolinguistic Programming + Storytelling + Emotional Personal Branding**

Ronda de Mar 53

08720 Vilafranca del Penedès

0034 936391957

0034 607084873

Més info a:

www.altavisibilitat.com

www.personal-cross.com

www.linkedin.com/in/xavierborrasll

www.slideshare.net/xbll

