

0.0

Comentarios (0)

Daiya Guerrero

Bogotá, Colombia
Conferencista | Capacitador | Coach

País de residencia: Colombia

Nacionalidad: Colombia

Idiomas: Español, Inglés

Áreas de conocimiento

Felicidad como clave del éxito, Servir para vender, Desarrollo de equipos, Ventas consultivas, Manejo de objeciones, Ciclos de ventas, Cierre y monetización, Gestión de ventas, Generación y uso de KPIs, Clínicas de negocios, Trabajo en equipo, Servicio.

Descripción del perfil

Ingeniera, especialista en mercadeo y ventas y magíster en dirección y creación de empresas, bilingüe; con amplia experiencia laboral en el área comercial y de mercadeo; altamente capacitada en el diseño e implementación de planes de mercadeo y ventas, planeación y direccionamiento estratégico de unidades de negocio, entrenamiento de equipos de alto rendimiento, lanzamiento, penetración y posicionamiento de productos, manejo de cuentas claves y de alto valor, administración y cumplimiento de altos presupuestos, dirección de equipos y desarrollo de negocios. Soy una persona orientada al logro, a los resultados y a la búsqueda de soluciones.

Conferencias, Cursos o Talleres

La ciencia de la felicidad

Flexible

Esta charla muestra todos los conceptos y percepciones erróneas que tenemos acerca de la felicidad y como esto afecta nuestra vida personal y laboral. Proporciona herramientas para estar más activo y feliz en el trabajo y a nivel personal.

Evolucionando en el servicio

Flexible

Existen muchos conflictos entre las diferentes áreas de la empresa? Hay muchas quejas de los clientes? Han bajado las ventas? Con esta charla tendrán un enfoque diferente acerca de quién es el cliente y como todos los integrantes de la compañía son en algún grado responsables de la venta, el servicio y la atención al cliente. Se abarcan temas de atención al cliente tanto interno como externo.

La magia de las ventas

Flexible

Con esta charla, descubrirán la magia de las ventas y adquirirán herramientas para ser un excelentes vendedores y prestar un servicio impecable. Se ajusta dependiendo del mercado y el sector en el cual se encuentre la empresa y de las necesidades puntuales del equipo de ventas.

Mentalidad de venta a mentalidad de servicio

Sin especificar

Si sabes que lo tuyo son las ventas pero aún no logras encontrar tú sello personal, cerrar negocios, hacer click con los clientes y potencializar tu carrera en el área comercial; ésta sesión te dará las herramientas para mejorar la comunicación asertiva, manejar clientes difíciles, cerrar negocios, entre otras.

Experiencias

Gerente de Ventas LATAM

PaxeraHealth

2019 - Actual

Gerente Comercial

Essilor

2017 - 2018

Account Lead

Johnson & Johnson

2016 - 2017

Gerente Comercial

J R Equiphos SAS

2014 - 2016

Director Comercial

Kaika SAS

2009 - 2013

Estudios

Máster en Dirección y Creación de Empresas

Universidad EAN

2015

Especialista en Gerencia de Mercadeo

Universidad Jorge Tadeo Lozano

2012

Ingeniera Electrónica

Universidad de Santander

2009

Artículos

¿"Creando" necesidades?

De las frases más escuchadas cuando hablamos de ventas es aquella que dice “hay que crearle la necesidad al cliente” ¿Realmente podemos crear necesidades? En mi opinión y en la de muchos expertos, esta frase está lejos de ser verdad. Las necesidades no se crean, lo que un buen vendedor debe hacer es despertar la necesidad que está intrínseca en el posible cliente, o, mejor dicho, convertir necesidades implícitas, en explicitas. Crear significa “dar realidad a una cosa material a partir de la nada”, lo que quiere decir que, para crear una necesidad, tendríamos que partir de cero, tendríamos que lograr que una persona que no necesita nuestro producto o servicio, lo necesite. ¿Eso es un poco complejo, no creen? Un ejemplo para ilustrar. Supongamos que usted es un vendedor de máquinas de anestesia, ¿iría usted a ofrecer sus maquinas de anestesia a una zapatería? La respuesta es no. Una zapatería no necesita máquinas de anestesia. Probablemente usted iría a las clínicas, hospitales y centros médicos, con áreas de cirugía, que si necesitan máquinas de anestesia. Si pudiésemos crear la necesidad, estaríamos hablando de que pudiésemos lograr que la zapatería nos compre las máquinas de anestesia; cosa que no va a pasar. En conclusión, las necesidades no se pueden crear. Cada uno de nosotros, tiene unas necesidades que están implícitas de acuerdo a nuestra calidad de vida, profesión u oficio. Las empresas deben segmentar su mercado para entender cuales son las necesidades del público objetivo que se pretenden cubrir con el producto o servicio, y la tarea del vendedor, es conocer muy bien su público de tal manera que pueda convertir esas necesidades implícitas en una orden de compra. Los productos y servicios están diseñados para solucionar problemas. Todos los productos o servicios sin excepción, son la solución a una clase de problema. Así que en realidad lo que debe hacer el vendedor, es conocer muy bien los problemas que tiene su posible cliente y saber explicar cómo su producto o servicio, va a ayudarle a solucionar todos esos problemas que puede tener. Así mismo será la comparación con la competencia. El vendedor debe saber como su producto o servicio, es mejor o más eficiente solucionando problemas. Dejemos de pensar que podemos crear necesidades. Las necesidades ya hacen parte de nosotros y lo que tenemos que saber es que necesidad estoy tratando de satisfacer, de esta manera, se puede crear la oferta de valor en torno al producto o servicio, de una forma clara y entendible para nuestro cliente.

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/daiya