

4.9

Comentarios (1457)

Alejandro Betancur Rios

Medellín, Colombia

Conferencista | Capacitador | Coach | Docente | Panelista | Consultor

País de residencia: Colombia

Nacionalidad: Colombia

Idiomas: Español

Áreas de conocimiento

Marketing y ventas para retail, Especialista Formación comercial, Servicio al cliente, Customer Experience, Gestión de puntos de venta.

Descripción del perfil

Consultor en Marketing y Ventas con experiencia en liderazgo comercial, formación de equipos y estrategias de ventas B2C y B2B. Especialista en Customer Journey Map, diseño de herramientas de gestión y capacitación, con más de 7,000 personas entrenadas. Como consultor apoyo en el desarrollo comercial, acompaño a las empresas en innovación y mejora de su modelo de negocio. Docente universitario en mercadeo, administración del punto de venta y servicio al cliente. Apasionado por el liderazgo transformacional y el crecimiento organizacional, con enfoque en resultados. Entre otras metodologías está la implementación, formación y evaluación del Customer Journey Map. Te ofrezco un entrenamiento 100% probado y garantizado en dónde podrás acceder a: Vídeo/conferencias, E-books, Vídeos, talleres prácticos, y acompañamiento a la medida de tus preferencias y todo lo que necesites para alcanzar tus metas. Espero que tomes la mejor decisión y me permitas ser tu tutor en el maravilloso mundo del marketing y las ventas, contáctame para acompañarte en tu lenguaje y a tu medida! Alejandro Betancur "Apasionado por el marketing y retail"

Conferencias, Cursos o Talleres

Entrenamientos en técnicas profesionales de ventas

Sin especificar

Ayudó a fortalecer a las personas en el desarrollo de habilidades de comunicación y relacionamiento con sus clientes, con el fin de convertirlos en asesores profesionales que entreguen una experiencia de servicio memorable. Pasamos de la asesoría transaccional a la relación experiencial.

Marca personal

Sin especificar

Te oriento en los principales aspectos para el correcto desarrollo de la marca personal para fortalecer asesores profesionales y que se sientan capacitados para establecer relaciones "Human 2 Human".

Herramientas de gestión para líderes comerciales

Sin especificar

Te ayudo en la construcción e implementación de herramientas de gestión de equipos comerciales para el logro de los resultados: Algunas de las herramientas pueden ser: Mapa de responsabilidades para el personal, check list para seguimiento y control de puntos de venta, evaluación de resultados en ventas, coaching y reentrenamiento.

Protocolos de atención y servicio al cliente

Flexible

Te ayudo en la construcción de tus protocolos y guiones de venta para atención presencial y virtual.

Administración general de punto de venta

Sin especificar

Trabajamos la administración total del punto de venta dividida en seis módulos: Gestión de: Personal, Clientes, Producto, Tienda, Procesos e Indicadores de venta., bajo la metodología "la tienda ideal" para líderes comerciales, administradores, cajeros y asesores de punto de venta.

Servicio a la mesa (Restaurantes, meseros)

Sin especificar

El mesero de un restaurante es una de las piezas clave en la atención al cliente, se encarga de procesar pedidos y servirlos en la mesa, administrar quejas y cumplidos, en algunos establecimientos procesan pagos y facturación, etc.

Mercaderista, impulsador o promotor de marca y productos en grandes superficies o supermercados.

Sin especificar

Realizan las labores de demostración de bienes y servicios en establecimientos comerciales generalmente de consumo masivo; acopian información en forma directa o utilizando medios informáticos. Están empleados por empresas que proveen servicios de mercadeo, comercializadoras o productoras de bienes de consumo.

Asesor telefónico y vía chat

Sin especificar

Un asesor telefónico es aquella persona que puede ayudarnos con una nueva compra, ya sea un producto o servicio nuevo que vayamos a adquirir. Un Contact Center pueden ayudarnos a mejorar nuestra atención al cliente, es un área que se va a encargar de forma multicanal a responder las solicitudes de tus clientes y mejorar la imagen de tu marca.

Excelencia en el servicio para puntos de venta y canales digitales

Sin especificar

Conocer el valor del servicio al cliente es esencial para mejorar los procesos de tu organización y ofrecer a los consumidores una experiencia única con tu marca, que los motive a regresar continuamente. Aunque suena difícil de creer, muchas empresas suelen pasarse por alto el servicio al cliente porque es complicado medir el valor directo que tiene para la organización ofrecer una atención positiva. Sin embargo, en el mercado actual, con cientos de empresas compitiendo en precios, características de los productos y publicidad, el valor del servicio al cliente ha ido en aumento, gracias a los innumerables beneficios que esto tiene para la industria.

Experiencias

Experto en marketing y ventas

Inexmoda

2025 - Actual

Consultor asociado LATAC

Grupo Macro

2025 - Actual

Director de ventas y marketing

4Azul

2020 - Actual

Docente universitario

Esumer

2021 - Actual

Especialista en formación comercial

Cueros Vélez S.A.S

1997 - 2021

Estudios

Magister en mercadeo

Institución universitaria Esumer

2025

Especialización en gerencia de mercadeo

Esumer

2020

Administración comercial y de mercadeo

Esumer

2019

Tecnólogo en gerencia de mercadeo

Esumer

2017

Bootcamp: Inteligencia artificial

(UdeA, U. de Caldas y Ubicua)

2025

Tutor virtual

Esumer

2022

Cómo hablar bien en público

Universitat Autónoma de Barcelona

2020

Diplomado en Docencia Virtual

Politécnico de Colombia

2020

Diplomado en E-commerce

Esumer

2019

Diplomado en gerencia de mercadeo

Esumer

2017

Gerenciamiento comercial

The Friedman group Mexíco

2007

Artículos

9 palabras clave para usar en las ventas

Cómo determinar la objeción de un cliente

Manejar las objeciones del cliente es un arte que puede llegar a desarrollarse también te?cnicamente. Este es otro peldaño en la profesionalización del vendedor y en la escalera que conduce al éxito en las ventas. Analicemos entonces, las distintas maneras en que el vendedor puede hacer de la objeción una oportunidad para asesorar mejor a su cliente. 8 minutos de lectura..

10 palabras clave para aplicar en las ventas

A la hora de realizar procesos de asesoría comercial es necesario que entre asesor y cliente exista una adecuada comunicación bidireccional, tanto para ajustar el producto o servicio a la medida de los gustos, deseos y necesidades del cliente, tanto para facilitar un proceso de cierre profesional por parte del asesor. Al implementar estas palabras clave, se pueden obtener diferentes beneficios como: • Generar interés • Obtener información precisa • Establecer relación de persona a persona • Fomentar conversación Al implementar estas palabras clave en preguntas abiertas, lograras que se fomente la conversación de un buen proceso de venta. ¡Como dice el refrán! “es mejor escuchar que locamente hablar”

6 TIPOS DE CLIENTES

Cuando se habla de tipos de clientes nos encontramos con todo tipo de personas, en parte, es gracias a que somos diferentes, tenemos unas y otras motivaciones, formas de pensar y de actuar, precisamente a la hora de tomar decisiones en nuestra manera de comprar, más allá de conocer nuestros clientes por: · Edad · Género · Localización geográfica · Intereses generales (música, deportes, tecnología) · Intereses de consumo · Dispositivos y sistemas de acceso · Momentos de la vida (graduado, casado, trabajando) · Entre otros… La lealtad va más allá de la razón, un cliente leal se logra no solo con un buen producto o servicio, se logra ganando su corazón. Todos los clientes son diferentes y debes saber cómo tratarlos de forma que ofrezcas una experiencia de servicio memorable, es una de las claves para conseguir que muchas más personas lleguen a la permanencia con tu marca. ¡Aprovecha estos consejos y notarás los resultados! Accede al link y entiende como debes acompañar a cada tipo de cliente.

https://www.linkedin.com/posts/alejandro-betancur-rios_ventas-marketing-tipsdeventa-activity-6771223307325964289-x-C7

¿Sabes cuál es la diferencia entre servicio y experiencia para el cliente?

¿Sabes cuál es la diferencia entre servicio y experiencia para el cliente? Con frecuencia se aprecian empresas y personas que no lo tienen claro en sus proceso comercial. ¡Vamos a ver sus enfoques para tenerlo más claro! Servicio a Clientes: Es el servicio o atención que tu empresa o negocio brinda para satisfacer los requerimientos de los clientes. Por lo general el servicio es básico y obedece a normativas de ley. Experiencia a Clientes: Es el conjunto de emociones o sentimientos que se producen en el cliente al haber vivido o presenciado algún acontecimiento producido por tu empresa. Es novedosa y creativa, solo es por voluntad y su implementación viene cobrando mucha fuerza en el mercado actual. Accede al link para que puedas conocer la diferencia. ¿Y tú empresa, qué tipo de servicio ofrece?

https://www.linkedin.com/posts/activity-6770506703659249665-rdDu

Etapas del proceso en la decisión de compra.

Uno de los aspectos que debe dominar un asesor profesional, es que existen etapas para un proceso de compra, tiene mucho que ver con el tipo de consumidor, el tipo de producto o servicio, y dominarlo le permitirá entender cómo brindar una experiencia de compra memorable. De forma simplificada: 1. Atracción: · Publicidad. · Merchandising. · Facilidad de acceso. 2. Consideración: · Conciencia de la necesidad. · Evaluación de opciones. · Búsqueda de información. · Asesoría profesional. Nota: en este caso podemos ampliar a muchas más situaciones que inciden en esas decisiones de compra, la reputación de tu marca, la recomendación, la opinión del acompañante entre otros aspectos. 3. Decisión: · Beneficios del producto. · Valor presente y agregado. · Aprobación. 4. Reacción · Confirmación de compra. · Satisfacción de usuario. ¡Si requieres conocer estructuras de

compra y servicio, te ayudo con gusto!.

https://www.linkedin.com/posts/alejandro-betancur-rios_ventasonline-ventas-experienciadecompra-activity-6770500792765026304-vQak

Las 7 C´S de la comunicación:

Muchos hemos escuchado la frase que dice “dime cómo hablas y te diré quién eres” considero que tiene mucho sentido, la comunicación ha sido vital para la existencia humana, desde los jeroglíficos, los gemidos, hasta ahora, la forma en la que nos comunicamos es esencial para lograr establecer relaciones con nuestro entorno, ya sea familiar, con amigos, y precisamente en los negocios. ¡El buen uso de los elementos de la comunicación nos ayudará a dejar en alto nuestra marca personal! Por eso, hoy te quiero compartir algunos conceptos que con seguridad enriquecerán la forma en la que te vas a comunicar. Nombraremos las 7 C´S: clara, concisa,

concreta, correcta, coherente, completa y cortés. ¡Si te gustó!, guarda, comparte y comenta.

https://www.linkedin.com/posts/alejandro-betancur-rios_ventas-marketing-tipsdeventa-activity-6773386852109045760-wR-f

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/alejandro-betancur