



**PROGRAMA DE FORMACIÓN
Y PERFECCIONAMIENTO LABORAL**
PARA EMPLEADOS DE COMERCIO



FAECYS
FEDERACIÓN ARGENTINA
DE EMPLEADOS DE
COMERCIO Y SERVICIOS



Misión

Deseamos llegar a los empleados de comercio de todo el país que deseen mejorar sus resultados profesionales y personales.

Introducción

Vivimos en un mundo con permanentes cambios, locales y globales, (Económicos, Políticos, Culturales, Tecnológicos, etc.) y en muchos casos los trabajadores no estamos preparados para afrontar todo esto.

Para el sistema laboral la formación básica (Escuela Primaria y Secundaria) ya no alcanza para destacarse y cumplir con las necesidades de las empresas de hoy.

La capacitación y el desarrollo de los trabajadores por ahora sigue siendo un privilegio para quienes trabajan en grandes empresas; quienes están en medianas y pequeñas empresas las cosas son muy diferentes.

Es por ello que este programa de Formación y Perfeccionamiento Laboral tiene la intención de abrir un espacio permanente a nivel nacional para la formación de los empleados de comercio. Contamos con profesionales destacados y con amplia trayectoria, programas actualizados y materiales de formación especialmente diseñados en soporte gráfico y multimedia para el desarrollo de nuestros cursos.

Veamos un ejemplo de la vida cotidiana para ilustrar lo que pasa a menudo en el mercado de la capacitación laboral:



Cuando enfrentamos alguna dolencia física, las personas pueden tomar diferentes cursos de acción según sus conocimientos, cultura, experiencia, e inteligencia.

- 1. Realizan su propio diagnóstico automedicándose.*
- 2. Consultan con amigos que pudieron tener alguna dolencia igual o parecida, con el fin de reproducir el mismo tratamiento.*
- 3. Los más inteligentes, porque saben que con la salud no se juega ni se improvisa, consultarán a un médico especializado para establecer el verdadero diagnóstico e iniciar el tratamiento más apropiado y efectivo para el caso.*

¿Con cuál de estas tres opciones cree usted que nos sentimos identificados?

Su respuesta sincera, nos describirá cómo usted resuelve sus problemas en otros ámbitos de su vida tales como el laboral.

Si ha elegido algunos de los primeros dos ejemplos es porque tal vez busca acortar distancias entre su problema y la solución, o bien tomar el camino más directo, incurriendo en determinados riesgos que deberá asumir.

Pero qué pasa con aquella persona que pueda haber elegido el camino 1 o 2, se le debe enseñar el camino correcto. . .

En la actualidad numerosos compañeros empleados de comercio se encuentran trabajando en funciones de venta y servicios de atención al cliente, sin haber recibido un programa de inducción y capacitación del puesto de trabajo que están desempeñando, ya que muchas empresas no invierten en el desarrollo y profesionalización de sus recursos humanos.

“La improvisación” en los puestos de ventas y servicio de atención al

cliente, es la principal causa de “mala praxis” en el ejercicio de la profesión.

En la gestión de estos puestos de trabajo, el diagnóstico es lo que permite establecer las fortalezas para reproducirlas y detectar las debilidades para mejorarlas, nada más y nada menos.

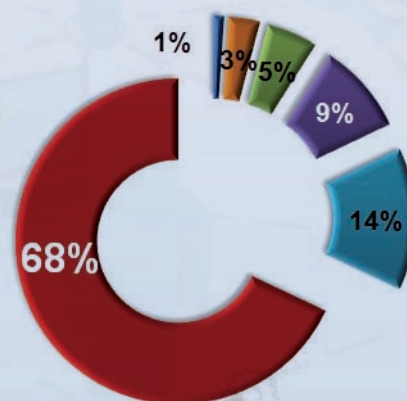
Un ejemplo característico de la falta de diagnóstico es cuando caen las ventas y no se cumplen los objetivos establecidos, o aumenta el nivel de insatisfacción de los clientes y no es contenido eficientemente por parte del personal correspondiente.

En medicina, estaríamos jugando con la salud. En el ámbito laboral, estamos arriesgando con los resultados, el desarrollo e imagen de la empresa y el crecimiento personal de los trabajadores.

¿Por qué se pierden los clientes?

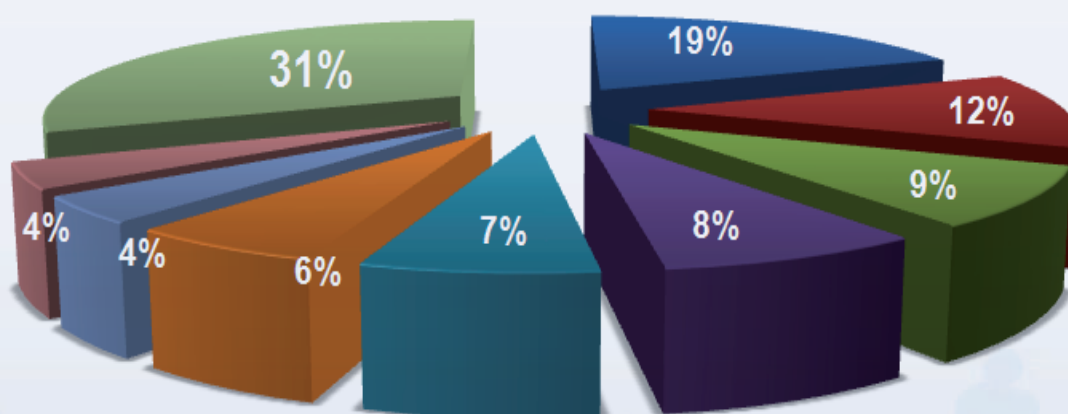
Esta es una pregunta que muy a menudo se hacen vendedores, trabajadores que se desempeñan en el rol de atención a clientes y las empresas. Pero algunos resultados de encuestas, nos muestran de manera alarmante que los verdaderos motivos de pérdida de clientes, tienen que ver con la calidad de atención y no por los precios, etc.

- Se mueren
- Se mudan
- Porque se hacen amigos de otros
- Por los precios
- Por la mala calidad de productos/servicios
- Por la indiferencia y la mala atención



Causas de insatisfacción de los clientes

- El servicio se brinda de manera poco profesional
- El servicio no fue correcto la primera vez
- La situación empeoró con el tiempo
- El servicio no se prestó en el plazo previsto
- Otras causas menores
- No fue bien tratado
- El servicio se prestó con pésimos resultados
- Fue tratado con "mala educación"
- El precio fue mayor a lo pactado al principio





CURSO DE DESARROLLO DE HABILIDADES PARA LA VENTA

El programa propone abrir un espacio para reflexionar lo que estamos haciendo, como lo estamos haciendo e incrementar nuestra capacidad de observación y cambio, dejando atrás temores y paradigmas que en algunos momentos no permiten.

En un mercado de alta competencia, una economía fluctuante y los permanentes cambios sociales, culturales y tecnológicos, hacen que una persona que trabaja como vendedor no puede dejar de invertir una parte de su tiempo en capacitación y entrenamiento de habilidades.

Objetivos

- Renovar la visión de los trabajadores sobre la actividad de ventas
- Actualizar sus conceptos
- Mejorar sus habilidades para la venta y su motivación.
- Dotarlos de nuevas herramientas.

Metodología

La implementación del Curso está basada en la técnica de “acción learning”, de modo que cada contenido sea “practicado”, para asegurar un mayor aprendizaje, privilegiando la aplicación de técnicas participativas que involucren plenamente a los participantes, tanto en el plano individual como grupal.

Se proyectarán fragmentos de películas y/o clips de video que serán inmediatamente interpretadas y analizadas por los participantes con el objetivo de ver en imágenes parte de la teoría aprendida, logrando despertar sensaciones y emociones diferentes.

Evaluación de los participantes

Se realizarán sesiones de Role Play a modo de prueba final, con la intención de comprobar realmente el grado de aprendizaje alcanzado.

Evaluación de la Calidad de la Oferta Formativa.

Al finalizar cada curso se entregará a los participantes un formulario para la evaluación de las actividades desarrolladas en el programa. El mismo será “Anónimo” y servirá para evaluar la actividad en general (Contenidos, Materiales, Instructores, Duración, etc.)

Informe Final

Con el propósito de lograr una mejora constante en la calidad de nuestro servicio, la Coordinación del Proyecto elaborará un informe final de las actividades realizadas en los cursos, a fin de reforzar, cambiar y/u optimizar recursos pedagógicos y estrategias de formación en las siguientes acciones que se realizarán en otros lugares del país.

De esta manera tanto la entidad organizadora como la que financia el programa contarán con el informe detallado a fin de lograr un programa de excelencia formativa.

Duración

Ocho (8) horas de duración. El curso se llevará a cabo en dos (2) jornadas presenciales de cuatro (4) horas cada una.

Cantidad de alumnos por curso: 20 Alumnos.

Temario

- ¿Qué es la venta?
- Test de perfil comercial
- Características de un vendedor
- Introducción de la Inteligencia Emocional
- Elementos de la comunicación comercial aplicada
- Habilidades sociales y protocolo comercial
- La comunicación verbal
- Comunicación no verbal
- Escucha Activa
- Técnicas de venta
- Vender satisfaciendo necesidades
- Etapas de la venta o comercialización
- Tratamiento de objeciones
- El cierre
- Técnicas y procesos de negociación
- Características y Beneficios
- Manejo de la Motivación

Materiales para los participantes

Los contenidos completos del curso se entregarán a cada participante en formato de papel (Carpeta) y en DVD donde, además, se incluirá el material multimedia utilizado en el curso.

Seguimiento

Los participantes tendrán la oportunidad de seguir en contacto con el instructor con el objetivo de evacuar todas las dudas, preguntas, etc. que se presenten después del curso. Esta se realizará por mail o chat en una plataforma de e-learning que pondrá a disposición la Secretaria de Cultura y Capacitación de la FAECYS, hasta 30 días después de finalizado el curso.



CURSO DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

El éxito de una empresa, organización o institución depende fundamentalmente de la demanda de sus "clientes".

El programa propone desarrollar habilidades fundamentales para prestar un servicio, sacar de cada persona su vocación de servicio, descubrir la importancia del buen trato y el manejo de la comunicación.

Ayudar a comprender la categoría del puesto, y brindar una visión renovada sobre la atención al público/cliente.

Objetivos

- Que el trabajador comprenda la importancia y los secretos del puesto
- Desarrolle habilidades de buen trato y comunicación
- Ponga en práctica su vocación de servicio
- Resuelva el reclamo o la queja de los usuarios, manejando diversos estados de ánimo del cliente.

Metodología

Al igual que en los cursos de Desarrollo de habilidades para la Venta o Técnicas de Ventas en idioma inglés, la implementación está basada en la técnica de "acción learning", de modo que los contenidos del curso

sean “practicados”, para asegurar un mayor aprendizaje, privilegiando la aplicación de técnicas participativas que involucren plenamente a los participantes, tanto en el plano individual como grupal.

Se proyectarán fragmentos de películas y/o clips de video que serán inmediatamente interpretadas y analizadas por los participantes con el objetivo de ver en imágenes parte de la teoría aprendida, logrando despertar sensaciones y emociones diferentes.

Evaluación de los participantes

Se realizarán sesiones de Role Play a modo de prueba final, con la intención de comprobar realmente el grado de aprendizaje alcanzado.

Evaluación de la Calidad de la Oferta Formativa.

Al finalizar cada curso se entregará a los participantes un formulario para la evaluación de las actividades desarrolladas en el programa. El mismo será “Anónimo” y servirá para evaluar la actividad en general (Contenidos, Materiales, Instructores, Duración, etc.)

Informe Final

Con el propósito de lograr una mejora constante en la calidad de nuestro servicio, la Coordinación del Proyecto elaborará un informe final de las actividades realizadas en los cursos, a fin de reforzar, cambiar y/u optimizar recursos pedagógicos y estrategias de formación en las siguientes acciones que se realizarán en otros lugares del país.

De esta manera tanto la entidad organizadora como la que financia el programa contarán con el informe detallado a fin de lograr un programa de excelencia formativa.

Duración

Ocho (8) horas de duración. El curso se llevará a cabo en dos (2) jornadas presenciales de cuatro (4) horas cada una.

Cantidad de alumnos por curso: 20 Alumnos.

Temario

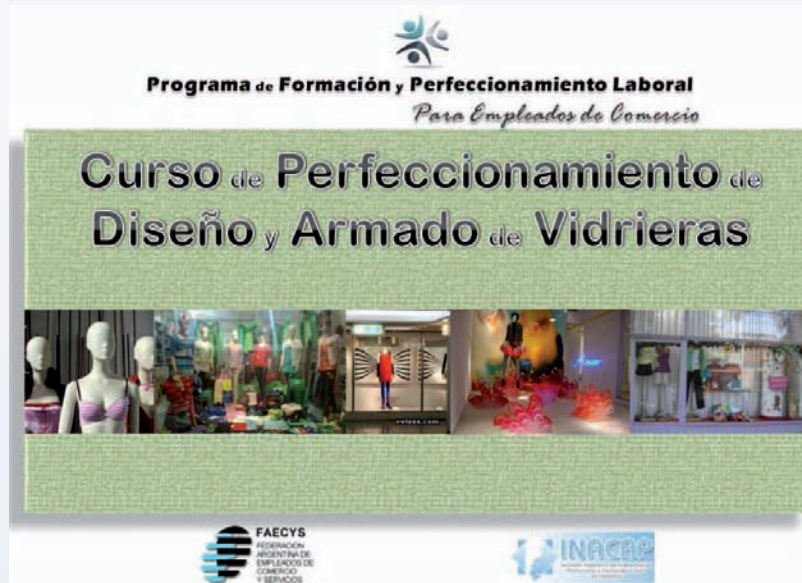
- ¿Qué es la atención al cliente?
- Características personales
- Introducción a la Inteligencia Emocional
- El cliente
- Tipología de clientes
- La comunicación efectiva
- La habilidad de escuchar
- El uso del teléfono
- Como hacer preguntas
- El trato con el cliente
- La proactividad
- El cuidado personal
- Manejo de la motivación

Materiales para los participantes

Los contenidos completos del curso se entregarán a cada participante en formato de papel (Carpeta) y en DVD donde, además, se incluirá el material multimedia utilizado en el curso.

Seguimiento

Los participantes tendrán la oportunidad de seguir en contacto con el instructor con el objetivo de evacuar todas las dudas, preguntas, etc. que se presenten después del curso. Esta se realizará por mail o chat en una plataforma de e-learning que pondrá a disposición la Secretaria de Cultura



PERFECCIONAMIENTO EN DISEÑO Y ARMADO DE VIDRIERAS

La gran ciudad existe en virtud de su equilibrio. En la representación de un tema central como son las vidrieras y su multiplicidad de locales que la comparten, nos lleva a intervenir y cuestionar este espacio de consumo, frecuentados por diferentes tipos de consumidores.

Las vidrieras son el vehículo fundamental de comunicación entre el comercio y el cliente potenciales, sintetizando y reflejando el estilo de la tienda, lo que es y lo que vende.

Es un arma clave de atracción de los clientes, aunque su importancia varía en función del tipo de compra que se vaya a realizar.

Habitualmente y casi sin darnos cuenta desarrollamos varios análisis interpretativos en la lectura de una vidriera; ello refuerza la mirada del consumidor y una aproximación a la verdad del objeto inmerso en situaciones en el que todos los lugares pasan a ser posibles. El diseñador tiene que intentar buscar ese equilibrio.

En tal sentido, y con el afán de contribuir, por un lado, a la mayor captación



de clientes y por el otro a dotar herramientas a los trabajadores que en su trabajo realizan el armado de las vidrieras para la exhibición de productos, proponemos esta jornada de perfeccionamiento.

Objetivos

- Desarrollar capacidades cruciales para el buen desempeño en el diseño, armado y presentación de los productos.

Metodología

El curso está basado en la técnica de “acción learning”, de modo que cada contenido sea “practicado”, para asegurar una mayor comprensión, privilegiando la aplicación de técnicas participativas que involucren plenamente a los participantes, tanto en el plano individual como grupal.

Evaluación de los participantes

Se propondrá a los participantes que diseñen una vidriera temática incorporando y explicando, en forma oral, los conocimientos adquiridos en el curso. El ejercicio servirá de evaluación para comprobar realmente el grado de aprendizaje alcanzado.

Evaluación de la Calidad de la Oferta Formativa.

Al finalizar cada curso se entregará a los participantes un formulario para la evaluación de las actividades desarrolladas en el programa. El mismo será “Anónimo” y servirá para evaluar la actividad en general (Contenidos, Materiales, Instructores, Duración, etc.)

Informe Final

Con el propósito de lograr una mejora constante en la calidad de nuestro servicio, la Coordinación del Proyecto elaborará un informe final de las actividades realizadas en los cursos, a fin de reforzar, cambiar y/u optimizar recursos pedagógicos y estrategias de formación en las siguientes acciones que se realizarán en otros lugares del país.



De esta manera tanto la entidad organizadora como la que financia el programa contarán con el informe detallado a fin de lograr un programa de excelencia formativa.

Duración

Doce (8) horas. El curso se desarrolla en dos (2) jornadas presenciales de cuatro (4) horas cada una.

Cantidad de alumnos por curso: 20 Alumnos.

Temario

- Concepto de exhibidor o vidriera
- Requisitos de una buena vidriera
- Los diferentes tipos de vidrieras
- Funciones y objetivos que debe tener una vidriera
- La vidriera como elemento comunicador
- Técnicas para aplicar en el diseño de la vidriera
- Efectos psicológicos en el consumidor
- Criterios de selección de materiales a utilizar en el armado de la vidriera
- Como conseguir la promoción visual.

Materiales para los participantes

Los contenidos completos del curso se entregarán a cada participante en formato de papel (Carpeta) y en DVD donde, además, se incluirá el material multimedia utilizado en el curso.

Seguimiento

Los participantes tendrán la oportunidad de seguir en contacto con el instructor con el objetivo de evacuar todas las dudas, preguntas, etc. que se presenten después del curso. Esta se realizará por mail o chat en una plataforma de e-learning que pondrá a disposición la Secretaria de Cultura y Capacitación de la FAECYS, hasta 30 días después de finalizado el curso.



La Propuesta que presentamos desde la FAECYS, tiene por objeto ofrecer una metodología de trabajo que ya hemos testeado en tres oportunidades en el interior del país.

En tal sentido, queremos hacerla extensiva a varias ciudades de la Argentina en el marco de un trabajo de Cooperación técnico-financiera entre la FAECYS y el INACAP.

Por ello, proponemos para la **Primera Etapa** una erogación inicial, por única vez, que contemple los Diseños de los Cursos (Programas, Contenidos, Materiales para el Alumno y el los Docentes), la adquisición de dos equipamientos móviles básicos para los equipos de capacitación y el material audiovisual específico de formación con sus guías didácticas y acuerdo ilimitado de utilización de los mismos.

Una vez finalizada la etapa anterior, con los productos obtenidos, daremos comienzo a la **Segunda Etapa** en la que se seleccionarán en forma conjunta veinte lugares del país donde se implementarán los cursos. Así con las localidades designadas, nos pondremos en contacto para ofrecer los cursos que hemos elaborado. Cada localidad elegirá lo que las necesidades locales de capacitación le demanden.

De esta manera la Coordinación del Proyecto elaborará un mapa de necesidades específicas de formación donde se implementarán los cursos y un calendario de ejecución. Asimismo, la Secretaría del Proyecto comenzará con las tareas de cotización y armado de presupuestos para los traslados, alojamientos y la logística necesaria para el inicio de actividades.

La **Tercera Etapa** es la de implementación de las acciones de capacitación en las veinte ciudades elegidas en este proyecto.

Por último, finalizaremos esta propuesta en el mes de Diciembre de 2012, con un informe final de cada una de las acciones desarrolladas como así también con la rendición de gastos correspondientes.