

Habilidades blandas para la comercialización ganadera

Desarrollo Personal y Competencias Emocionales | Liderazgo Emocional

Descripción del Curso

En esta unidad se abordan prácticas de escucha activa y empatía para diagnosticar necesidades de clientes ganaderos y, a partir de ese diagnóstico, diseñar propuestas de valor efectivas para productos ganaderos. Se contemplan técnicas de entrevistas, identificación de señales y construcción de mensajes de valor dirigidos a diferentes segmentos.

Objetivo: Aplicar prácticas de escucha activa y empatía para diagnosticar las necesidades de clientes y diseñar propuestas de valor para productos ganaderos.

Específicos:

- OE1: Demostrar técnicas de escucha activa en interacciones de ventas y registrar señales verbales y no verbales relevantes.
- OE2: Identificar necesidades del cliente mediante preguntas abiertas y validación empática, y mapearlas a una propuesta de valor inicial.
- OE3: Diseñar propuestas de valor adaptadas a al menos dos segmentos de clientes ganaderos, integrando beneficios diferenciales y servicios añadidos.

Competencias

- Demostrar técnicas de escucha activa y empatía en interacciones de ventas con clientes ganaderos, registrando señales relevantes para comprender sus necesidades.
- Identificar y mapear las necesidades del cliente hacia propuestas de valor inicial que respondan a contextos reales del mercado ganadero.
- Diseñar propuestas de valor adaptadas a al menos dos segmentos de clientes ganaderos, incorporando beneficios diferenciales y servicios añadidos.
- Comunicar de forma clara y persuasiva las propuestas de valor, ajustando el mensaje al canal y al tipo de cliente.
- Analizar señales verbales y no verbales para retroalimentar y refinar las propuestas de valor durante procesos de negociación.
- Aplicar el aprendizaje en situaciones reales o simuladas de ventas, fortaleciendo el liderazgo emocional y la toma de decisiones orientadas al cliente.

Requerimientos

- Participar en actividades de escucha activa y entrevistas con clientes ganaderos simuladas o reales, conforme al calendario de la unidad.

- Acceso a materiales de apoyo sobre técnicas de entrevista, identificación de señales y diseño de propuestas de valor.
- Elaborar y presentar una propuesta de valor adaptada a al menos dos segmentos de clientes ganaderos.
- Participación activa en dinámicas de clase y/o simulaciones para ejercitar el liderazgo emocional en escenarios de venta.
- Realizar reflexiones y registros de aprendizaje sobre las prácticas de escucha, empatía y diseño de valor.

Unidades del Curso

Unidad 1: Unidad 1: Habilidades blandas para la comercialización ganadera y su impacto en ventas y satisfacción del cliente

Objetivos de Aprendizaje

- OE1: Identificar y describir al menos 5 habilidades blandas relevantes para la comercialización ganadera y explicar su impacto en ventas y satisfacción del cliente.
- OE2: Analizar casos prácticos de ventas para reconocer cómo la comunicación y la empatía influyen en los resultados y en la experiencia del cliente.
- OE3: Elaborar un plan personal de mejora de habilidades blandas basado en autoevaluación y retroalimentación de pares.

Contenidos Temáticos

1. Tema 1: Habilidades blandas clave en la comercialización ganadera

Descripción: Identificación de habilidades como comunicación, escucha, empatía, negociación y manejo de objeciones y su relevancia para procesos de ventas y servicio al cliente.

2. Tema 2: Relación entre habilidades blandas y resultados de ventas

Descripción: Cómo estas habilidades se traducen en mayores ventas, fidelización y satisfacción del cliente, con indicadores de desempeño.

3. Tema 3: Prácticas de comunicación ética y manejo de objeciones

Descripción: Principios de comunicación ética, gestión de objeciones y construcción de confianza como base de ventas sostenibles.

Actividades

• Actividad 1: Role-play de ventas con clientes ganaderos

Descripción breve: Simulación de una interacción de ventas centrada en escuchar, preguntar y parafrasear para confirmar necesidades. Puntos clave: escucha activa, preguntas abiertas, reformulación y feedback. Aprendizajes: relación entre habilidades blandas y claridad de propuesta.

- **Actividad 2: Análisis de casos de satisfacción de clientes**

Descripción breve: Análisis de casos reales o simulados donde se evalúan respuestas del vendedor y el impacto en satisfacción. Puntos clave: identificación de señales de satisfacción/insatisfacción, vinculación con habilidades blandas. Aprendizajes: cómo adaptar la comunicación para mejorar experiencia.

- **Actividad 3: Taller de manejo de objeciones y negociación ética**

Descripción breve: Taller práctico para practicar respuestas a objeciones comunes con énfasis en ética y valor. Puntos clave: técnicas de escucha, reformulación, propuesta de valor y cierre responsable. Aprendizajes: confianza, claridad y soluciones centradas en el cliente.

Evaluación

La evaluación se alinea con los objetivos de la unidad y utiliza múltiples instrumentos:

- Rúbrica de desempeño en role-plays (Objetivo General 1): 0-4 puntos en comunicación, 0-4 en escucha y empatía, 0-2 en capacidad de relacionar habilidades con resultados de ventas.
- Análisis de casos (Objetivo General 1): 0-4 puntos por identificación de habilidades y su relación con satisfacción y ventas.
- Portafolio de autoevaluación y plan de mejora (Objetivo General 1): 0-3 puntos por reflexión y plan de mejora.

Unidad 2: Unidad 2: Escucha activa, empatía y diseño de propuestas de valor en la comercialización ganadera

Objetivos de Aprendizaje

- OE1: Demostrar técnicas de escucha activa en interacciones de ventas y registrar señales verbales y no verbales relevantes.
- OE2: Identificar necesidades del cliente mediante preguntas abiertas y validación empática, y mapearlas a una propuesta de valor inicial.
- OE3: Diseñar propuestas de valor adaptadas a al menos dos segmentos de clientes ganaderos, integrando beneficios diferenciales y servicios añadidos.

Contenidos Temáticos

1. Tema 1: Escucha activa y preguntas efectivas

Descripción: Técnicas de escucha, señales verbales/no verbales, y uso de preguntas abiertas para obtener información relevante del cliente.

2. Tema 2: Empatía y diagnóstico de necesidades

Descripción: Cómo aplicar empatía para validar necesidades, construir rapport y evitar sesgos en la interpretación de requerimientos.

3. Tema 3: Propuesta de valor para productos ganaderos

Descripción: Estructura de una propuesta de valor, selección de beneficios clave y mensajes adaptados a segmentos de clientes.

Actividades

- **Actividad 1: Observación y registro de señales en una interacción de ventas**

Descripción breve: Sesión de observación de una simulación de venta para identificar señales verbales y no verbales. Puntos clave: escucha activa, interpretación de necesidades y registro de hallazgos. Aprendizajes: precisión en la lectura de señales y su relación con la propuesta de valor.

- **Actividad 2: Juego de roles para diagnosticar necesidades y validar con empatía**

Descripción breve: Rol de vendedor que realiza preguntas abiertas, valida con empatía y parafrasea para confirmar necesidades. Puntos clave: formulación de preguntas, validación emocional y construcción de confianza.

Aprendizajes: precisión en el diagnóstico y capacidad de escucha.

- **Actividad 3: Diseño de propuestas de valor para dos segmentos de clientes**

Descripción breve: Trabajo en equipos para generar propuestas de valor dirigidas a dos segmentos (por ejemplo, ganadería de carne vs. leche) e incluir beneficios y servicios diferenciadores. Puntos clave: segmentación, beneficios primarios y pruebas de aceptación. Aprendizajes: claridad del mensaje y capacidad de adaptar valor a necesidades específicas.

Evaluación

La evaluación de la unidad se realiza mediante la observación de técnicas de escucha, demostraciones de empatía y la calidad de las propuestas de valor:

- Demostración de escucha activa y registro de señales (Objetivo General 2): evaluación por rúbrica de atención, preguntas efectivas y identificación de necesidades.
- Ejercicio de diagnóstico y validación empática (Objetivo General 2): puntuación por precisión del diagnóstico y calidad de la validación emocional.
- Presentación de propuestas de valor para dos segmentos (Objetivo General 2): puntuación por relevancia, claridad del mensaje y viabilidad de la propuesta.