ACTIVIDADES

**Unidad de Trabajo 2: Elaboración de ofertas comerciales de servicios**

Trabajas como comercial en una empresa de telecomunicaciones. La empresa lanza para el mes de junio una campaña de nuevas tarifas que incluyen más servicios a menos precio. La dirección de ventas te marca el objetivo de captar nuevos clientes. **Argumenta por qué es conveniente ofrecer el nuevo servicio a los clientes** de la empresa antes que a nuevos clientes.

Deberás elaborar un argumentario de ventas según el esquema que te propongo para tres servicios, los dos primeros te los propongo yo y el tercero los podrás elegir tú mismo. Los servicios son los siguientes:

* Trabajas en una empresa de catering para comedores escolares y te encargan que elabores el **argumentarlo de ventas.**
* Trabajas como comercial en una empresa de telecomunicaciones. La empresa lanza para el mes de junio una campaña de nuevas tarifas que incluyen más servicios a menos precio. La dirección de ventas te marca el objetivo de captar nuevos clientes. **Argumenta por qué es conveniente ofrecer el nuevo servicio a los clientes** de la empresa antes que a nuevos clientes.
* Elige un servicio tú mismo, pero en este caso tendrás que aportar un folleto informativo para el cliente.
1. Vas a defender ante un cliente el servicio que desees. Establece el **valor añadido** que ofreces con el servicio. La variedad de servicios complementarios que se adjuntan al servicio principal que el cliente solicita.
2. En el servicio es importante el **prestigio de la empresa**. Es un valor añadido que se añade al servicio y que incrementa la confianza. En el servicio elegido contempla defender el prestigio de empresa.
3. En el servicio elegido contempla defender la **calidad de los profesionales que los prestan y la atención al cliente.**
4. En el servicio elegido contempla defender el **cumplimiento de los plazos y de todos los compromisos asumidos**
5. En el servicio elegido contempla el hecho de **poder localizar al profesional en cualquier momento**, ya sea para hacer consultas, sugerencias e incluso quejas o reclamaciones. Se ha de procurar contestar lo más pronto posible los correos, las llamadas telefónicas o cualquier tipo de comunicación.
6. En el servicio elegido contempla la **relación**. El tipo de relación que se establece entre el cliente y la empresa que presta el servicio puede llegar a tener un peso extraordinario dentro de los esquemas valorativos de los clientes.
7. En el servicio elegido contempla la **información**. Informar al cliente de lo que se está haciendo con el servicio que se le presta.
8. En el servicio elegido contempla el **seguimiento**. La empresa debe demostrar su interés por la situación del cliente, para con la información recogida ofrecer un mejor servicio y anticiparse a sus necesidades.
9. En el servicio elegido **contempla el servicio post-venta**. Podríamos incluir todo aquello que viene después de la prestación del servicio propiamente dicha. Por ejemplo, la atención de las quejas y reclamaciones, el envío de las novedades legales que puedan interesar.
10. En el servicio elegido contempla **las condiciones y medios de pago**. Dentro de esta idea se incluye desde los precios hasta las condiciones de pago. No siempre lo mejor es que los precios sean muy bajos. A veces, incluso, puede haber clientes que prefieran un servicio caro, por creer que el precio elevado es para ellos una garantía de buen servicio. Por el contrario, hay quien busca siempre el servicio más económico.