

CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD · 1.º · LPS · UNIDAD 5

Presentar el producto a la red de ventas

Programar la presentación, preparar el material de apoyo, demostrar, formar a la red y motivar con una medida calculada

5

PARA EMPEZAR

En esta unidad aprenderás a...

- Programar la presentación de un producto a la red de ventas propia y ajena, con fechas y duración.
- Preparar la documentación y el material de apoyo: ficha técnica, hoja de precios y condiciones, muestra y guion.
- Organizar una presentación y una demostración con técnicas de comunicación adaptadas a cada público.
- Diseñar un plan de formación de la red y calcular su coste.
- Elegir y calcular una medida de motivación para los distribuidores.

SITUACIÓN DE PARTIDA · CASO FICTICIO

Una situación de partida



Martes 2 de marzo de 2027. Hay que presentar «Primera Hora» a la red de ventas: el equipo propio (Nora, Olvido, Itxaso, Unai, Efrén y Adrián) y tres comercios del barrio que la revenderán: la dietética de Neus, la cafetería de la plaza de Nazario y el gimnasio de Maximino. El lanzamiento será el lunes 19/04/2027.

❓ ¿Qué necesita saber una persona de tu equipo antes de ofrecer un producto nuevo a un cliente?

❓ ¿Por qué no se presenta igual a un comercio que revende que a quien atiende en la propia tienda?

❓ Si el material de apoyo se improvisa el día de la presentación, ¿qué puede fallar?

MAPA DE LA UNIDAD

Lo que vamos a ver

- **5.1** Programar la presentación
- **5.2** Documentación y material de apoyo
- **5.3** Técnicas de presentación y demostración
- **5.4** Plan de formación de la red
- **5.5** Motivación de la red de ventas

Programa de presentaciones

SESIÓN	FECHA	PÚBLICO	CONTENIDO
1	Viernes 09/04/2027	Equipo propio	Producto y argumentario
2	Lunes 12/04/2027	Equipo propio	Práctica de objeciones
3	Jueves 15/04/2027	Tres comercios	Producto, precios y condiciones

CLAVE

Una sesión, un objetivo: algo que se pueda comprobar.

El material de apoyo

Ficha técnica

Una página, igual que la etiqueta

Hoja de precios

Con IVA, mínimo, entrega y validez

Muestra

Con aviso previo de alérgenos

Cartel y guion

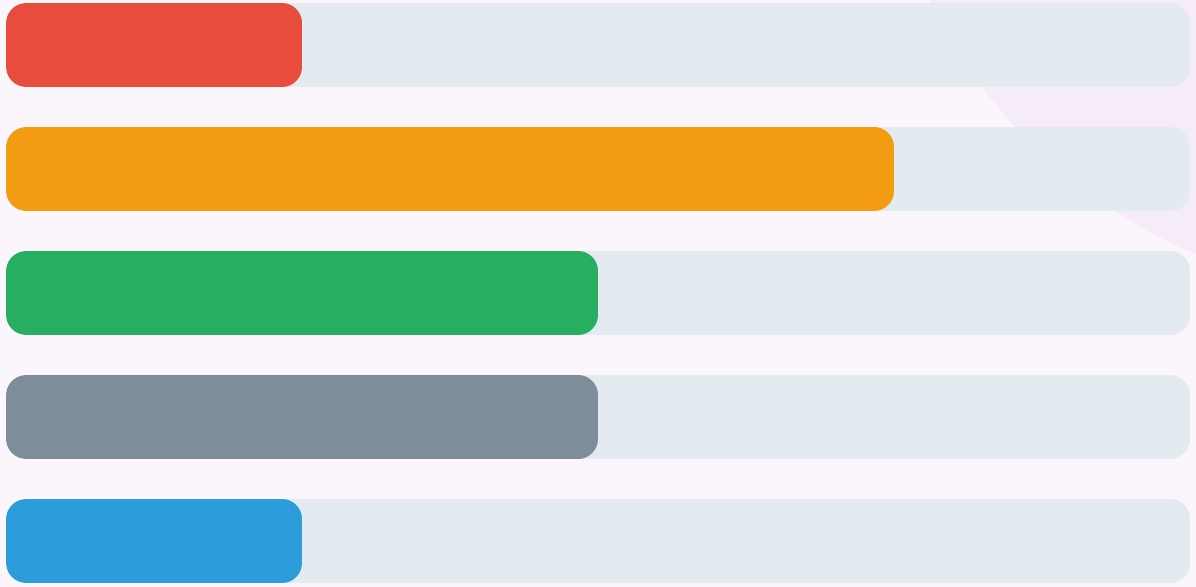
Precio por kilo y demostración

CLAVE

Todo el material dice lo mismo: si no, el cliente cree al cartel.

Una sesión de 45 minutos

Unas siete ideas y una demostración.



Guion de la sesión 3 con los comercios.

CLAVE

Con más ideas se retiene peor.

Plan de formación del equipo

CONCEPTO	CÁLCULO	IMPORTE
Personal	6 × 1,5 h × 12,00 €	108,00 €
Material	Supuesto	72,00 €
Total	108,00 + 72,00	180,00 €

CLAVE

Cuenta también el tiempo de quien aprende.

El 12 + 1 paso a paso

1

Se paga

12 × 4,50 € = 54,00 €.

→

2

Se recibe

13 tarros.

→

3

Precio efectivo

54,00 ÷ 13 = 4,15 €.

→

4

Descuento

1 ÷ 13 = 7,69 %.

→

5

Margen

De 1,50 € a 1,85 € por tarro.

CLAVE

La base del descuento es lo que se recibe, no lo que se paga.

Red propia y red ajena

Red propia

- Se exige asistencia
- Se corrige en el momento
- Se insiste en cómo atender

VS

Red ajena

- Hay que convencerla
- Importan margen y reposición
- Se insiste en qué gana y qué necesita

CLAVE

Los mensajes son los mismos; cambian el tono y el orden.

CASO RESUELTO · PASO A PASO

Caso · La hoja sin fecha



Nora

La hoja de precios sale mañana para los tres comercios.

1. **Neus** Compara condiciones con otros proveedores.
2. **Falta** Fecha de validez y tipo de IVA.
3. **Error** 12 + 1 no es 8,33 %: es 7,69 %.
4. **Corrección** Hoja con versión y fecha.

✔ **Sin fecha de validez no se sabe hasta cuándo vale la oferta.**

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

Por 12 tarros pagados a 4,50 € el comercio recibe 13. ¿Cuánto paga por tarro?

A 4,50 €

B 4,15 €

C 3,60 €

✔️ 54,00 ÷ 13 = 4,15 € por tarro.

REPASO

Ideas clave

- **Programar la presentación.** Una sesión, un objetivo. Cada sesión termina con algo que se puede comprobar: «todas las personas saben contestar a “es cara”», «los tres comercios conocen el precio y las condiciones». Si no hay comprobación, no hay objetivo.
- **Técnicas de presentación y demostración.** Estructura. Una presentación eficaz sigue cuatro momentos: apertura (quién soy y qué voy a contar), desarrollo (las ideas principales), demostración (el producto en acción) y cierre (qué se acuerda y qué se hace después).
- **Motivación de la red de ventas.** Qué motiva. La motivación de la red depende de lo que cada persona o comercio espera: un buen margen, material útil, trato claro, reconocimiento y una relación estable.
- **Documentación y material de apoyo.** Qué se prepara. Para presentar «Primera Hora» a la red hace falta: una ficha técnica de una página, una hoja de precios y condiciones, una muestra del tarro, un cartel para el mostrador y un guion de demostración.
- **Plan de formación de la red.** Para qué se forma. La formación da a la red los conocimientos y la práctica para ofrecer el producto igual y sin errores.

PARA TERMINAR

Para pensar

1. ¿Qué debe saber hacer cada persona del equipo al terminar tu sesión de formación?
2. ¿Qué pasaría si la hoja de precios no tuviera fecha de validez?
3. ¿Qué medida de motivación elegirías para un comercio y cuánto te costaría?



¡Ahora te toca a ti!

Repasa, practica y comprueba lo que has aprendido.

📝 **Resumen**	✅ **Test**	👆 **Interactivos**

Libro, presentaciones, resúmenes y tests gratis en **josesande.com**