

# “Com sobreviure si tens un comerç en els temps actuals”

Ponent: Mònica Mendoza ([www.monicamendoza.com](http://www.monicamendoza.com))



**COMERÇ** The logo consists of the word 'COMERÇ' in a bold, black, sans-serif font. To its right is a circular graphic made of overlapping, colorful segments (yellow, green, blue, purple, red) that form a clockwise arrow. Inside the center of this arrow is the number '21' in a white, sans-serif font.

# FELICITATS!



**Mónica Mendoza**  
Desarrollo Personal, Motivación y Ventas

**"Si crees que la formación  
es cara, prueba con  
la ignorancia"**

**Derek Bok**

----

[monicamendoza.com](http://monicamendoza.com)



# Educación en Entornos VUCA



# Y ¿qué es el mundo V.U.C.A.?

**V**

**Volátil**

Inestable, inesperado,  
de duración  
indeterminada

**U**

**Incierto**

*Uncertainty* \*

Desconocimiento de las  
causas y consecuencias  
de lo que ocurre

**A**

**Ambiguo**

Distintas causas para  
un mismo efecto,  
relaciones de  
conveniencia

**C**

**Complejo**

Mucha información  
interconectada,  
dificultad para  
abarcarla

\* Del inglés "uncertainty"

MONTANER&A

**ACTUALIDAD** Fidelizando al cliente deportista

🏠 > Coyuntura > Cifras >  
Uno de cada dos locales comerciales españoles ha perdido más del 40% de entradas de clientes

# Uno de cada dos locales comerciales españoles ha perdido más del 40% de entradas de clientes

🕒 23 OCTUBRE, 2020

Las principales ciudades de España encadenan siete meses de descensos de tráfico peatonal en sus calles comerciales. Concretamente, en el tercer trimestre del año se ha producido un **descenso generalizado del tráfico peatonal** en las calles comerciales que se ha traducido en una bajada aún mayor de clientes a las tiendas.

*Un 5% de comercios acusa caídas de visitas del 80%*



**SHOWROOM**

**Guía de Empresas**  
 **Buscar**



## SITUACIÓN ACTUAL: LA CAJA

ESCENARIO ÓPTIMO	ESCENARIO REALISTA	ESCENARIO PÉSIMO



57 días de caja una pyme según el banco privado JP Morgan





## **ESTRATEGIAS DE VENTA EN TIEMPOS DE COVID-19**

### **1.- Propuesta de valor en el mercado:**

- ¿tienes que cambiar tu propuesta de valor en el mercado?
- ¿cómo puedes llegar a tus clientes ahora?



## ESTRATEGIAS DE VENTA EN TIEMPOS DE COVID-19

- ¿tienes que cambiar la segmentación?
- ¿añadir canales de venta?
- ¿los posibles cambios en la demanda te pueden hacer cambiar la estrategia de precios?



- **TRANSFORMACIÓN DIGITAL:** Digitaliza si no puedes tu negocio la parte que puedas, ahora es la única manera.





# PROPUESTA DE VALOR EN EL MERCADO



# OMNICHANALIDAD



# Single Channel



# Multi Channel



# Cross Channel



# Omni Channel





ON-LINE Y OFFLINE tiene que ir todo unido.

Los usuarios:

- 1) miran el producto
- 2) lo contrastan en la red
- 3) preguntan al vendedor
- 4) hacen una foto
- 5) envías un watsapp a alguien que entiende del tema
- 6) cuelgan un storie en Instagram
- 7) si no les gusta lo critican en redes...etc. (si les gusta también pueden hacerlo, claro)

# ¿QUERES OBTENER MEJORES RESULTADOS EN TUS VENTAS?





## **No dejarse llevar por la incertidumbre o el nerviosismo.**

Para pensar e implementar medidas que favorezcan a tu actividad o negocio, debes tener la mente despejada y en calma.







**CAMBIO DE PARADIGMA**  
**DE VENDER A OFRECER VALOR,**  
**DAR TANTO QUE NOS QUIERAN**  
**COMPRAR.**

**SEDUCIR, ATRAER, VENDER, FIDELIZAR...**



Ya no es  
“sólo” abrir la  
persiana...





# Sino ir a buscar clientes...





# Entra ellas se entremezclan Mundo híbrido on y off-line

**EL VENDEDOR HÍBRIDO**

# LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE



ACTUALIDAD Tendencias de la experiencia del cliente 2021

Home > Coyuntura > Tendencias de la experiencia del cliente 2021

# Tendencias de la experiencia del cliente 2021

23 OCTUBRE, 2020



Después del Covid-19, el **59% de los consumidores se preocupa más por la experiencia del cliente** cuando deciden a qué empresa apoyar o comprar. Al 38% le importa lo mismo que antes del Covid (que era mucho). En otras palabras, **la experiencia del cliente dictará las compras en 2021**. En 2021, si a su empresa no le importa la experiencia del cliente, no estará en sintonía. Y los perderá cuando más los necesite.

*La experiencia del cliente sigue siendo un misterio*

Nos acercamos a la experiencia del cliente en 2021 con el mismo mandato que teníamos anteriormente. Necesitamos educar

SHOWROOM

Guía de Empresas

Marca o Empresa



La crisis de la Covid-19 nos ha llevado al **miedo a lo que es foráneo** y esto, sumado a que la percepción de sostenibilidad de Km0.

Se revalorizan los productos/servicios locales.

**km. 0**  
Productos locales



El consumidor cada vez se posiciona socialmente más a través de lo que consume. Consumidor más sostenible.



## OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

17 OBJETIVOS PARA TRANSFORMAR NUESTRO MUNDO





## TIENDAS HÍBRIDAS:

Vivas, dinámicas, en las cuales vivir experiencias, modulables.

Eso implica cambios de legislación.

Según ESCODI (Terrassa), “no puede ser que a la mayoría de pueblos no concedan licencias para poder montar una tienda de moda mezclada con un bar; una panadería con librería o una ferretería donde escuchar un buen concierto.

**Hay que sorprender al cliente, que viva experiencias relevantes en su punto de venta, puesto que si sigue creciendo el comercio electrónico, necesitaremos motivos de peso, más allá de un buen asesoramiento, para entrar a los comercios.”**

**MUCHOS ÁNIMOS!!! Nuestra cultura es una cultura de consumo y de calle.**

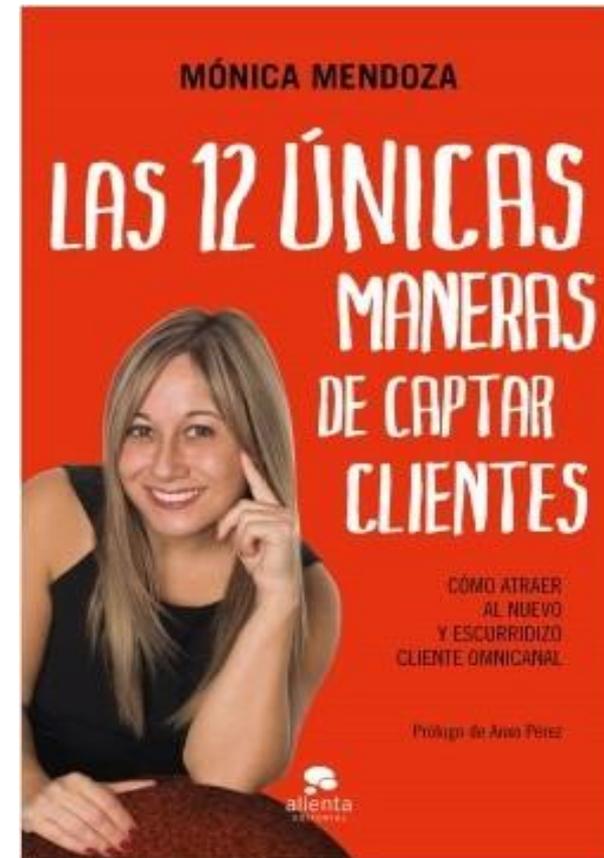
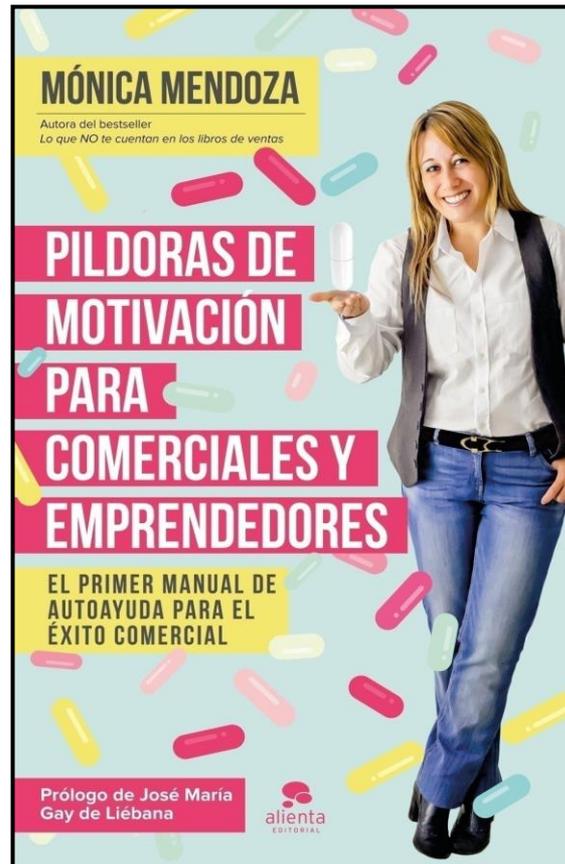
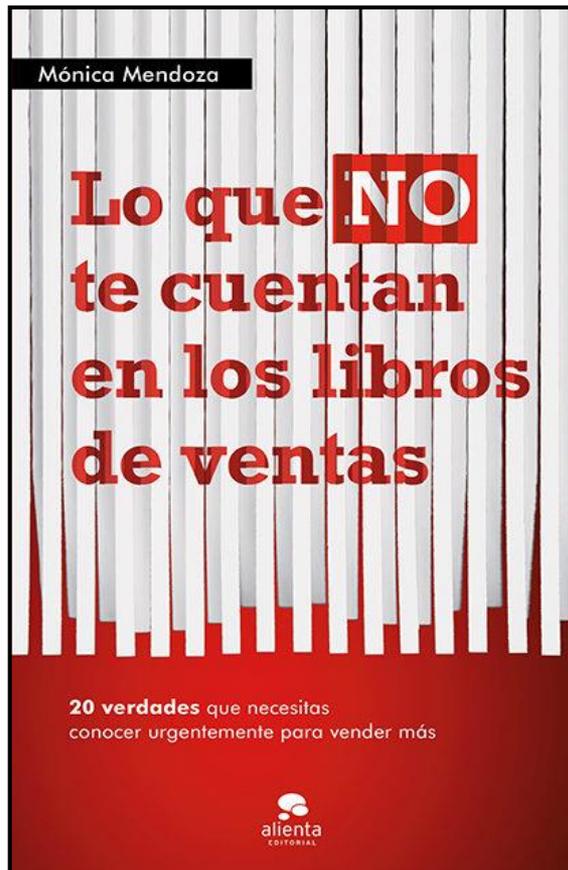
**Cuidad vuestra comunidad más próxima!**





**Mónica Mendoza**  
Desarrollo Personal, Motivación y Ventas

## LIBROS DE LA PONENTE





## FORMADORA

### MÓNICA MENDOZA



Mónica es una de las **conferenciantes** más solicitadas en temas de estrategia comercial y ventas. **Speaker internacional** (imparte conferencias en Argentina, Uruguay, México y da clases al Banco Nacional de Costa Rica) y Directora General de la Consultoría de Ventas **Energivity Consulting S.L.** (Mónica cree en la “energía” de la gente). Incluida dentro del libro **TOP 100 Speakers España** según Thinking Heads.

**Licenciada en Psicología** por la Universidad Autónoma de Barcelona, Máster en **Dirección de Ventas por EADA** y un **Programa de Crecimiento de Empresas por IESE. Sales Training por Dale Carnegie.**

Actualmente docente en la escuela de negocios **ESADE**, y profesora oficial del **Colegio de Agentes Comerciales de Barcelona (COACB).**

Fue profesora de la asignatura Dirección Comercial en la **Universidad Autónoma de Barcelona (Facultad de Económicas)**, en **EAE Business School**, y asesora de ventas de la **patronal Cecot.**

Forma parte de la **Asociación Española de Formación On-line** y es miembro del **Círculo de Mujeres de Negocios.** Autora de los libros: “**Lo que NO te cuentan en los libros de ventas**” (10ª.Edición) ,**Píldoras de Motivación para Comerciales y Emprendedores**” (5ª.Edición) y “**Las 12 únicas maneras de captar clientes**” (Editorial Planeta)



**Mónica Mendoza**  
Desarrollo Personal, Motivación y Ventas

**Mónica Mendoza**

**[www.monicamendoza.com](http://www.monicamendoza.com)**



facebook.com/monicaconsultoria



twitter.com/monicaventas



youtube.com/monicaconsultoria



linkedin.com/in/monicaconsultoria

**Barcelona, Girona, Madrid, Valencia, Málaga**