



ESTRATEGIAS DE VENTAS

Presentado por:

Natanael Muñoz

DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE VENTAS

- 1 **Objetivo de ventas**
- 2 **Análisis del público objetivo**
- 3 **Propuesta de valor**
- 4 **Canales y tácticas de venta**

- 5 **Argumento de venta**
- 6 **Materiales promocionales**
- 7 **Incentivos en ventas**
- 8 **Métricas de evaluación**





OBJETIVO DE VENTA

Incrementar el número de préstamos del libro de negocios "Nunca te pares" de Phil Knight en un 40% durante el próximo semestre académico.

ANÁLISIS DEL PÚBLICO OBJETIVO

Demográfico:

- Estudiantes de carreras relacionadas con negocios, administración, economía y emprendimiento.

Psicográfico:

- Interés en temas de negocios, emprendimiento y liderazgo.
- Necesidad de material de apoyo para proyectos académicos y trabajos de investigación.

Conductual:

- Frecuencia de visitas a la biblioteca.
- Participación en clubes de negocios y emprendimiento.

PROPUESTA DE VALOR

Ofrecer un libro que no solo es esencial para el desarrollo académico, sino que también proporciona conocimientos prácticos y herramientas valiosas para el emprendimiento y la gestión empresarial, contribuyendo al crecimiento profesional y personal.

CANALES Y TÁCTICAS DE VENTA



- Página web de la biblioteca
- Redes sociales de la universidad
- Boletines electrónicos.
- Eventos académicos, conferencias y ferias de negocios
- Crear contenido atractivo en redes sociales que destaque las características y beneficios del libro.
- Publicar reseñas y testimonios de profesores, empresarios y estudiantes que ya han leído el libro.
- Organizar charlas, seminarios y talleres relacionados con el contenido del libro.
- Integrar el libro en las listas de lecturas recomendadas por los profesores de negocios y emprendimiento.



ARGUMENTO DE VENTA

Este libro es una guía esencial para cualquier estudiante de negocios.

Proporciona no solo teoría, sino también ejemplos prácticos y estrategias efectivas que te ayudarán a destacar en tus estudios y en tu futura carrera profesional.

MATERIALES PROMOCIONALES

- Carteles y folletos en puntos estratégicos de la universidad, especialmente en las facultades de negocios.
- Vídeos promocionales y entrevistas con el autor o expertos en el tema.
- Posts y artículos en el blog de la biblioteca y redes sociales.
- Marcadores de libros con citas inspiradoras del libro.



INCENTIVOS EN VENTAS

- Sistema de puntos para estudiantes que tomen prestados libros, canjeables por descuentos en la librería universitaria o la cafetería.
- Sorteos y concursos con premios relacionados (como ejemplares del libro, entradas a eventos de negocios, etc.).
- Creación de un club de lectura de negocios con reuniones periódicas para discutir el libro.

MÉTRICAS DE EVALUACIÓN

- Número de préstamos del libro antes y después de la campaña.
- Incremento en la participación de eventos y charlas relacionadas con el libro.
- Número de interacciones (likes, comentarios, compartidos) en redes sociales relacionadas con la promoción del libro.
- Encuestas de satisfacción y retroalimentación de los estudiantes que han tomado prestado el libro.

