

## “CRÍMEN FERPECTO: OTRA FORMA DE EXPLICAR LA VENTA PERSONAL Y EL SERVICIO POSTVENTA”

AUTORÍA <b>JOSÉ JIMÉNEZ CRIADO</b>
TEMÁTICA <b>CINE, TICS</b>
ETAPA <b>FORMACIÓN PROFESIONAL</b>

### Resumen

Ciertos contenidos en el módulo de Gestión Comercial y Servicio de Atención al Cliente como es el caso de la Venta Personal y el Servicio Postventa puede llevar nuestra explicación, sin pretenderlo, a un mero recetario repleto de buenas intenciones sobre lo que es y debe ser esta herramienta del Marketing. El resultado puede resultar lejano de la realidad práctica y, por extensión, aburrida para nuestras alumnas y alumnos.

Os propongo una actividad diferente para hacer significativo el aprendizaje de la Venta Personal.

### Palabras clave

Web 2.0, venta personal, servicio postventa, actividades, cine español, educación del consumidor, coeducación, educación moral y cívica.

### 1. UN PROBLEMA EN NUESTRA PRÁCTICA DOCENTE.

El hecho es que todos los días surgen miles de productos-servicios en todo el mundo que pretenden cubrir las mismas o parecidas necesidades. Esto obliga a las empresas a emplear cada vez más recursos para lograr que los consumidores elijan los suyos y no los de la competencia. A lo que se une la necesidad de conseguir clientes satisfechos dispuestos a repetir.

Ante este panorama parece acertada la decisión de recoger, dentro del Ciclo Superior de Administración y Finanzas, los contenidos pertenecientes a la disciplina comercial. Esto se plasma en el módulo de Gestión Comercial y Servicio de Atención al Cliente concebido para dar la oportunidad de conocer, aprender y valorar:

- Las nociones esenciales de la disciplina comercial que suele conocerse con el término anglosajón de Marketing.
- El servicio de atención al cliente.
- Las tendencias que ya están condicionando esta disciplina y afectará al futuro del trabajo en el departamento comercial.

Como en cualquier contenido dentro del currículo oficial, este módulo de Gestión comercial y el servicio de atención al cliente pretende alcanzar un objetivo general o requerimiento de cualificación profesional. Esto nos viene determinado por la autoridad educativa en la denominada Unidad de Competencia 5. Esta se enuncia como sigue:

*Organizar y realizar la administración y gestión de la información y asesoramiento a clientes y usuarios de acuerdo con los objetivos marcados, las normas internas establecidas y la normativa vigente.*

Aquí ya tenemos un primer indicio de la importancia que tiene tanto la venta personal como del servicio postventa en el módulo al incluirse de forma explícita (...asesoramiento a clientes y usuarios ...) en esta Unidad de Competencia. Pero esto no queda aquí (Ver el diagrama de concreción de objetivos del módulo, elaborado con el programa Draw incluido en el paquete de distribución libre OpenOffice.org v 3.0) sino que vuelve a aparecer en la formulación de las capacidades profesionales que nuestras alumnas y nuestros alumnos tienen que alcanzar con el presente módulo.



Concretamente estoy refiriéndome a:

- Informar y asesorar, a requerimientos del cliente, sobre los productos ofertados, de forma que se refuercen y promuevan las relaciones futuras, estableciendo un sistema de seguimiento personalizado.

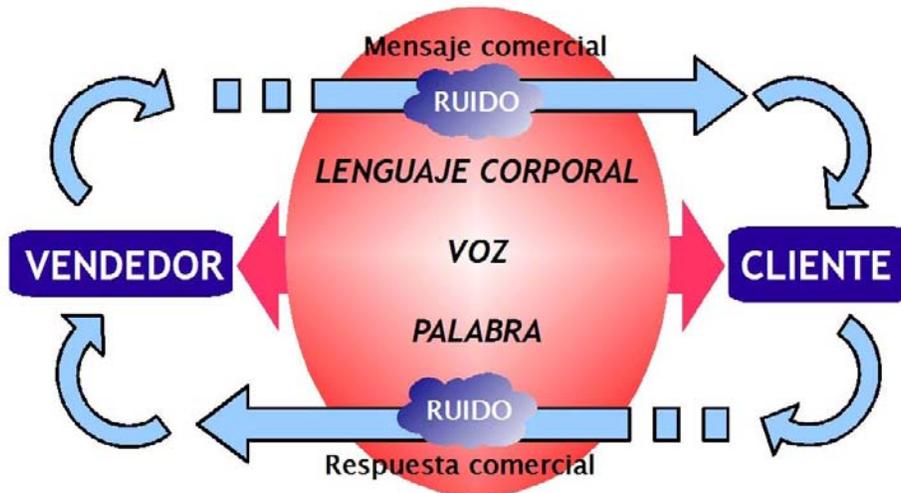
El último nivel de concreción se traduce en unos resultados que se les van exigir y que son las denominadas capacidades terminales y en ellas se vuelve a mencionar expresamente. Es decir:

1. Aplicar técnicas de comunicación y habilidades sociales en situaciones de atención al cliente y operaciones comerciales.
2. Analizar y aplicar métodos adecuados en la negociación de las condiciones de contratación y venta de productos.

La cuestión que se me planteaba era el ¿cómo hacer significativo el aprendizaje de los conceptos relativos a los elementos que contiene el proceso de venta personal y las habilidades requeridas en esta actividad tan importante para las empresas.

El hecho es que me parecía insuficiente el recurso de elaborar, a partir del libro de texto, mapas conceptuales y diagramas que tan buen resultado siempre me dan y que aquí adjunto (también editados con el ya mencionado programa Draw). Qué permite a mis alumnas y alumnos visualizar, por

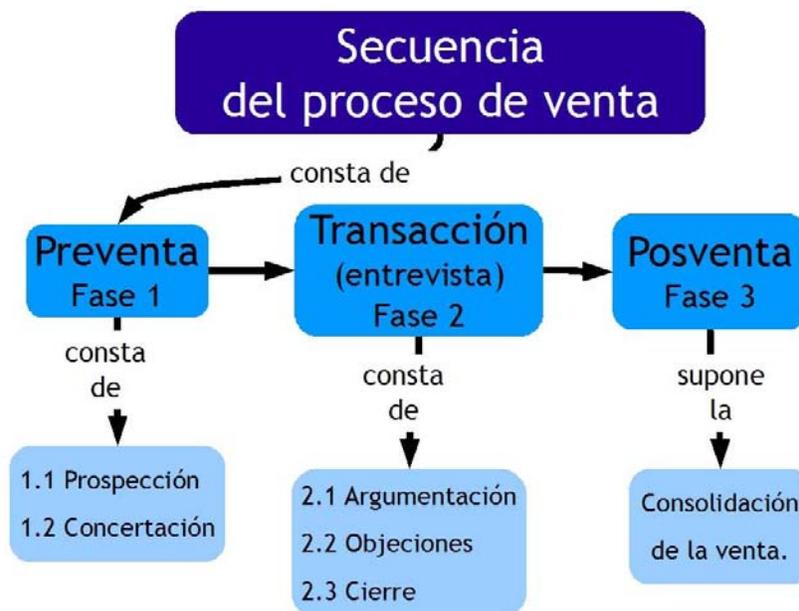
ejemplo, el mecanismo de la comunicación comercial y los principales elementos que lo concretan (lenguaje corporal, voz y palabra):



Así mismo sucede con las competencias requeridas para el desempeño de la venta personal y que es muy interesante vincular, ayudado de lenguaje cercano, con las tres dimensiones del conocimiento (conceptos, procedimientos y actitudes). No sólo para que interioricen esta materia sino para que valoren (aptitudes) la importancia de este trabajo en todas las empresas y un posible futuro profesional. Es decir:



En relación al proceso de la venta personal suelo emplear en la explicación el siguiente mapa:



A pesar de este esfuerzo, siempre he tenido la sensación de que mi alumnado tiende a concluir que esto no deja de ser un “recetario-sermón” de ideas y sugerencias bienintencionadas, demasiado teóricas y, por ello, irreales.

## La comunicación en la venta personal (saber escuchar)

### LO QUE NO HAY QUE OLVIDAR

1. Crear un clima agradable y relajado que favorezca el diálogo.
2. Practicar la empatía.
3. Dejar hablar a nuestro interlocutor y no interrumpir su exposición.
4. Mirar al interlocutor tanto como esté dispuesto a admitir.
5. No rechazar precipitadamente los argumentos de la otra persona.
6. Repetir las ideas principales que va mencionando nuestro interlocutor.

## La comunicación en la venta personal (saber hablar)

### LO QUE NO HAY QUE OLVIDAR

1. Planificar nuestras palabras.
2. Adaptar el mensaje al nivel del interlocutor.
3. Seguir un orden lógico en la argumentación.
4. Preguntar, preguntar y preguntar.

Esto me llevó a recordar una comedia que vi hace unos años y que me dio la idea. ¿Porqué no hacer una actividad con una simulación de venta apoyada en el recurso que ofrecía dicha película?. A continuación os la propongo.

## 2. CRIMEN FERPECTO, OTRA MANERA DE HACER SIGNIFICATIVO EL APRENDIZAJE DE LA VENTA PERSONAL Y EL SERVICIO POSTVENTA.

Efectivamente estoy hablando de la comedia dirigida por el director de cine español Alex de la Iglesia (ver la ficha de la película en el Anexo) en el año 2004. ¿De qué se trata?. De plantear una actividad para que nuestros/as alumnos/as apliquen los contenidos expuestos al caso simulado que se plantea al comienzo de esta película, elaboren un informe que se puede complementar con el consiguiente debate.

¿Qué ventajas supone?

- El perfil de los personajes (¡no olvidemos que se trata de una comedia!) que ayuda atraer la atención sobre el tema y serán un vehículo insólitamente eficaz para reconstruir los elementos y estructura del proceso de venta personal, así como, de su posterior valoración.
- Su duración, sólo seis minutos, permite adaptarla con facilidad a nuestra programación de aula.
- La economía de recursos. Sólo hace falta el vídeo en cualquiera de los soportes con que podemos contar y la plantilla para la elaboración del informe que, al mismo tiempo, puede apoyar el consiguiente debate.
- Su flexibilidad en cuanto al soporte que nos permita ponerla en práctica. Esto se debe a que se puede optar por:
  - El soporte convencional a través de reproductor de DVDs y el correspondiente monitor.
  - Utilizando un ordenador con conexión a internet y empleando el siguiente enlace:  
<http://www.youtube.com/watch?v=Y-YT9lhNu-I&feature=related>
  - En caso de contar con un blog de aula, esta actividad se puede trasladar perfectamente ya que el video de soporte se puede insertar (embed) empleando el código que encontramos en la mencionada página.
- La flexibilidad en su ejecución. Se puede plantear su realización en clase o bien introducirla, dar las correspondientes instrucciones para su elaboración ayudándonos de las TICs para facilitarles su elaboración (pueden encontrar el material en nuestro blog de aula, o bien, enviándoles el enlace del vídeo y la plantilla de informe por correo electrónico). Podéis encontrar esta actividad en mi blog (<http://apuntesempresa.blogspot.com/>) para que veais como quedaría.
- La posibilidad de tratar temas transversales, concretamente:

- Educación del consumidor. Valoración del comportamiento del vendedor, desde la perspectiva de los objetivos de la empresa y los derechos del consumidor.
- Coeducación. Tratamiento en el debate sobre la imagen se sigue teniendo de la mujer como consumidora

¿Qué inconvenientes supone?

- La ventaja que suponía el perfil de los personajes de esta comedia puede al mismo tiempo ser un peligro de vanalización de la realidad que la escena describe.
- La dificultad de que la actividad no alcance sus objetivos si no conseguimos que nuestras/os alumnas/os opinen y valoren el contenido propuesto.
- La necesidad de que todas y todos tengan un mínimo de familiaridad con las herramientas de ofimática y web que se proponen.

### 3. CONCLUSIONES.

Poco me queda mas que decir, tras haberos planteado que “pros” y “contras” he encontrado en el diseño y ejecución de esta actividad. Para mi ha sido una constante preocupación conseguir que:

- La idea inicial se pudiese materializar en una actividad sencilla en su ejecución.
- Las competencias digitales que exigiese al docente no superase el nivel de un usuario sin conocimientos sofisticados, como es mi caso, pero mucha, mucha curiosidad.
- No desaprovechase el potencial de atracción y motivación hacia los contenidos que tenía que transmitirles (venta personal) que el recurso cinematográfico me ofrecía.

### 4. ANEXO DOCUMENTAL.

#### CRIMEN FERPECTO (FICHA TÉCNICA)

##### Sinópsis<sup>1</sup>:

Rafael es un tipo seductor y ambicioso. Le gustan las mujeres guapas, la ropa elegante y el ambiente selecto. Trabaja en unos grandes almacenes. Ha convertido la Sección de Señoras en su feudo particular. Nació para vender. Lo lleva en la sangre. Rafael aspira a convertirse en el nuevo Jefe de Planta. Su principal rival para ocupar el puesto es Don Antonio, el veterano encargado de la Sección de Caballeros. Por fatalidades del destino, Don Antonio muere accidentalmente tras una discusión

---

1 La ficha técnica de la película está elaborada a partir de la información obtenida de la productora del film Sogepaq y Clubcultura.com

acalorada. El único testigo del crimen es Lourdes, una dependienta horrorosa, naïf y obsesiva, que no duda en chantajear a Rafael para que se convierta en su amante, su marido y su esclavo. Rafael se desespera viendo como su mundo sofisticado degenera poco a poco en un infierno de vulgaridad. Preso de la locura, idea un plan infalible para librarse de Lourdes. Esta vez no puede permitirse ni un error. Todo tiene que ser 'ferpecto'.

Reparto:

Guillermo Toledo interpreta a Rafael. Mónica Cervera interpreta a Lourdes. Luis Varela interpreta a D. Antonio. Enrique Villén interpreta al inspector Campoy. Fernando Tejero interpreta a Alonso. Kira Miró interpreta a Roxanne.

Director: Alex de la Iglesia. Guión: Jorge Guerricaechevarría y Alex de la Iglesia. Dirección artística: Jose Arrizabalaga "Arri" y Arturo García Otaduy "Biaffra". Director de fotografía: José L. Moreno "Moti". Música: Roque Baños. Vestuario: Paco Delgado

Otros datos de la producción. Fecha del estreno 2004. Localizaciones: Madrid, Sevilla. Distribución: Sogepaq. Una producción de Pánico Films, Sogecine y Planet Pictures. Con la participación de Televisión Española, Euskal Irrati Telebista y Digital +. Desarrollado con el apoyo del programa MEDIA de la Comunidad Europea y la colaboración del ICAA.

Modelo de plantilla de informe para la actividad



1 ¿Cuál de los seis puntos del “saber escuchar” cumple el vendedor?. Justifícalo

a) Crear un clima agradable y relajado que favorezca el diálogo.

Si No

Motivos

b) Practicar la empatía.

Si No

Motivos

c) Dejar hablar a nuestro interlocutor y no interrumpir su exposición.

Si No

Motivos

d) Mirar al interlocutor tanto como esté dispuesto a admitir.

Si No

Motivos

e) No rechazar precipitadamente los argumentos de la otra persona.

Si No

Motivos

f) Repetir las ideas principales que va mencionando nuestro interlocutor.

Si No

Motivos

2 ¿El vendedor sigue las pautas indicadas del “saber hablar”? Justifícalo.

a) Planificar nuestras palabras.

Si No

C/ Recogidas N° 45 - 6ªA 18005 Granada [csifrevistad@gmail.com](mailto:csifrevistad@gmail.com)

Motivos

b) Adaptar el mensaje al nivel del interlocutor.

Si No

Motivos

c) Seguir un orden lógico en la argumentación.

Si No

Motivos

d) Preguntar, preguntar y preguntar.

Si No

Motivos

3 ¿Cuáles de las fases del proceso de venta sigue el vendedor y cuáles no?. Justifícalo.

## 6. BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES.

- Martínez Pérez, Ricardo J., Pérez Barandalla, Jesús. (2006) Gestión Comercial y Servicio de Atención al Cliente. Edita Mc Graw-Hill/Interamericana de España, S.A.U..
- CNICE. El Cine, un recurso didáctico. Curso descargable (<http://www.isftic.mepsyd.es/formacion/enred/ofrecemos/cine.php>).
- <http://apuntesempresa.blogspot.com/>

Autoría

---

- Nombre y Apellidos: José Jiménez Criado
- Centro, localidad, provincia: Granada, Granada
- E-mail: [pepejimenezcriado@gmail.com](mailto:pepejimenezcriado@gmail.com)