

# El poder de las personas: La energía que impulsa tu tienda

Lynn Switanowski-Barrett  
Presidente del Grupo de Consultores Creativos de Negocios

April 20, 2021



# ¿Por qué escuchar a CBCG?

*¡¡Sabemos Cómo Ayudar a los Floristas a Hacer que Su Negocio Crezca!!*



- Más de 30 años de experiencia en venta
- Experta en el desarrollo de estrategias de ventas, negocios, mercadotecnia y redes sociales.
- Experta en representante de marca y ejecutiva de mercadotecnia
- Contacto: (617) 437 -9191
- Email: [lynn@cbc-group.net](mailto:lynn@cbc-group.net)

“Sólo hay algo peor que  
formar a tu empleados  
y que se vayan.  
No formarlos para que  
se queden.”

Henry Ford.

Perder Empleados es una Propuesta Costosa – El Tiempo Dedicado AHORA a la Contratación y Capacitación te Ayudará a Ahorrar Dinero Más Adelante



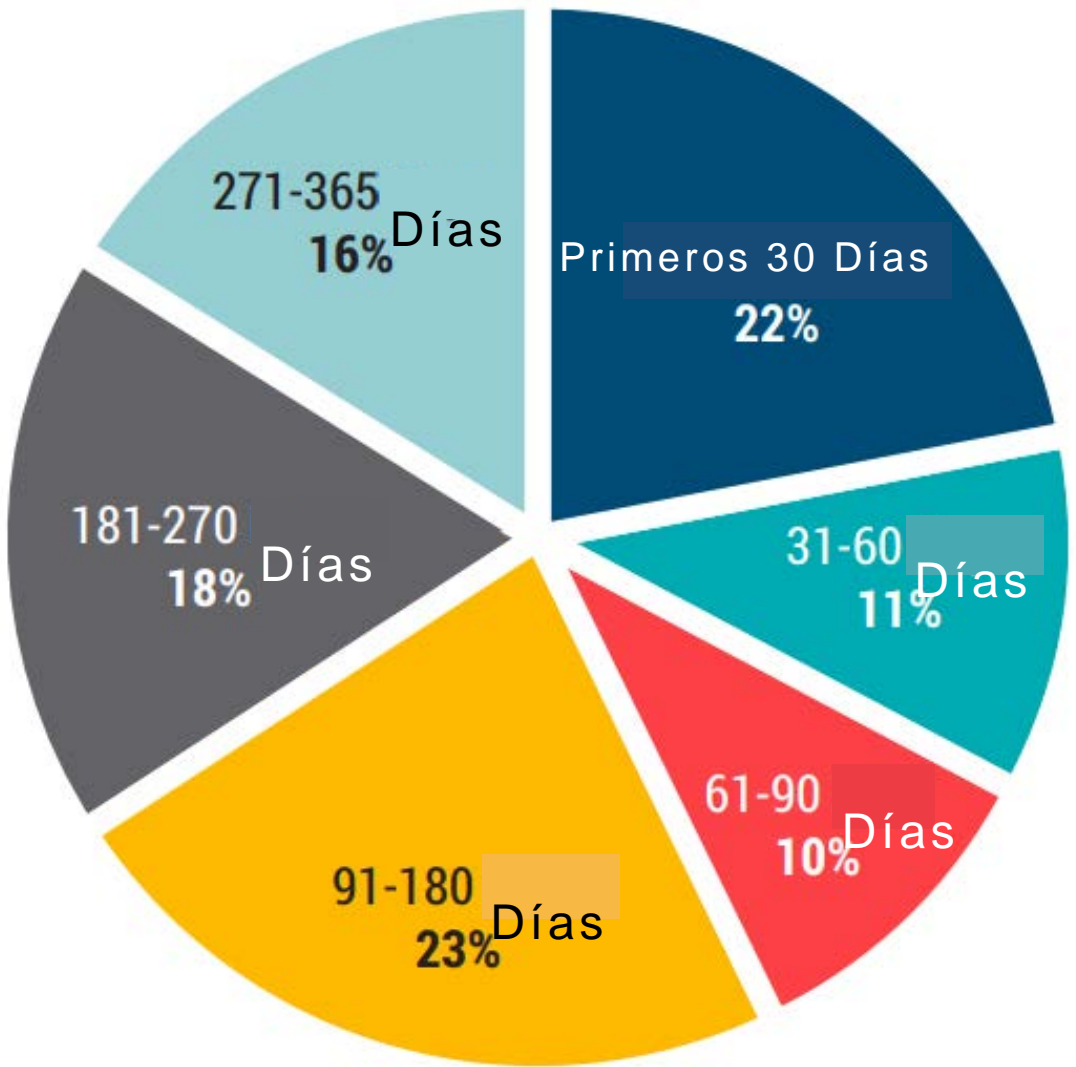
¡El costo promedio para reemplazar a un empleado es

**1.5 – 2X**

SU SALARIO ANUAL!



# Las Primeras Impresiones IMPORTAN; Los Nuevos Empleados del 2021 Tienen que Tener Claro el Camino Sobre Tu Negocio y Su Futuro



Source: leftronic.com 2020

# Incorporación de Nuevos Empleados en tu Tienda – La Clave Para el Éxito en el Futuro – Para Ambos

## ¿Por qué Desarrollar un Programa de “Incorporación”?

- Mejora la Retención de Empleados
- Mejora el Tiempo de Productividad
- Mejora la Satisfacción General del Cliente
- Mejora la Marca de la Empresa
- Elimina el Tiempo Perdido y Costos

La Incorporación Debe de Ser Más que Solo Un Programa de Orientación Para el Nuevo Empleado y Capacitación Sobre Productos. Es un Área para Centrarse en las Tres A´s Para el Empleado Incorporado.

- Asimilación, Alojamiento y Aceleración.

## LA INCORPORACIÓN DE HOY NO ES SUFICIENTE



**49%** DE LOS MILLENNIALS QUIEREN UN MEJOR PROCESO DE INCORPORACIÓN

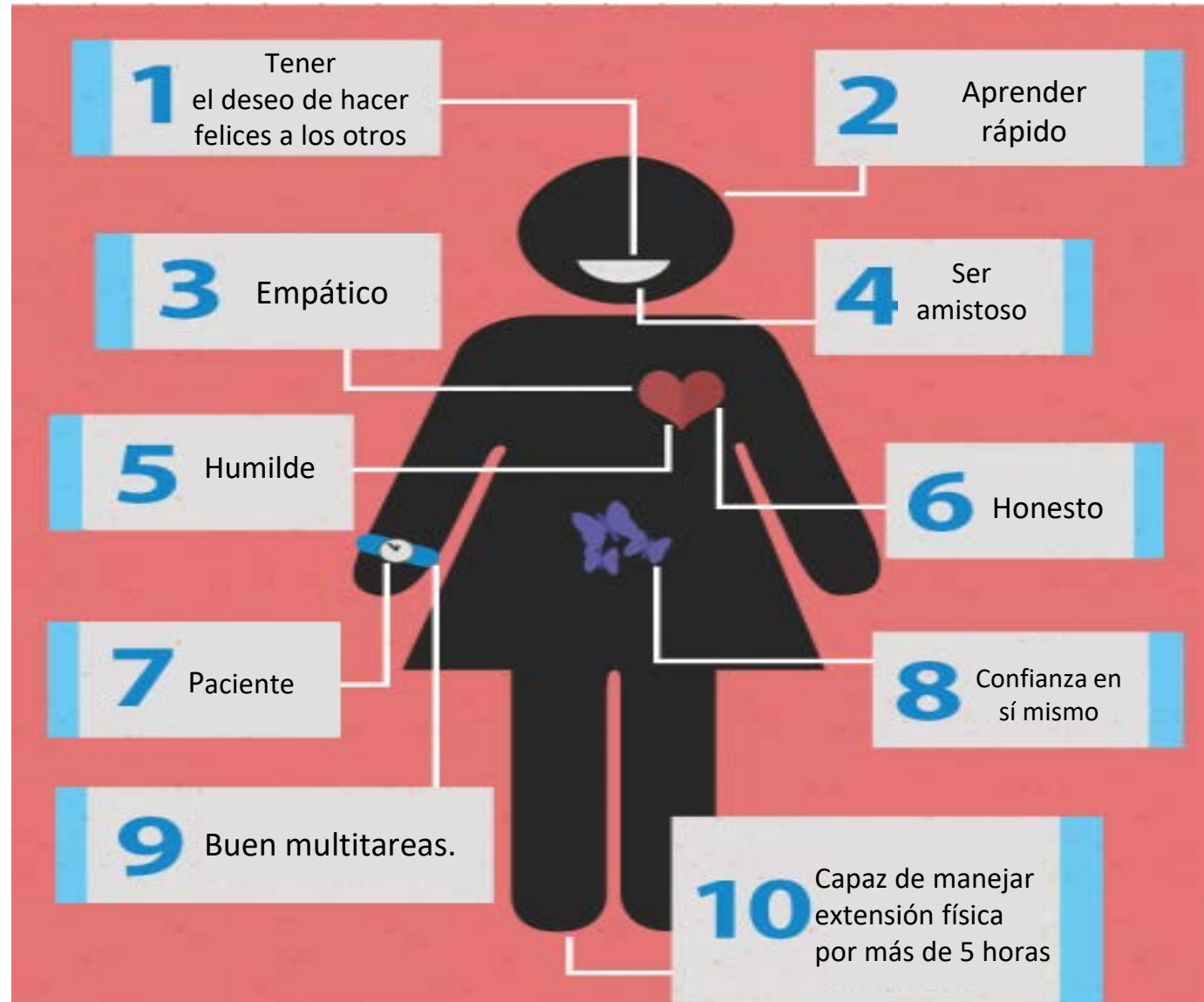


**32%** DE EJECUTIVOS GLOBALES DICEN HABER EXPERIMENTADO UN ESCASO PROCESO DE INCORPORACIÓN

Source: Tinypulse.com

**Descargue GRATIS una lista de verificación de incorporación de empleados minoristas <https://www.process.st/checklist/retail-employee-onboarding-checklist/>**

# Anatomía de los Exitosos Asociados de Ventas Minoristas en 2021: ¿La Tuya Encaja en el modelo?



# El Pensamiento Crítico es una Herramienta Necesaria para tus Asociados

– ¿Estás Construyendo Hacia el Futuro o te Estás Quedando en El Pasado?





¿Cómo quieren comprar tus clientes?

## Hagamos una encuesta rápida:

¿Qué porcentaje de clientes continuará comprando en línea en los mismos niveles (o más) 2021 vs. 2020?

A. Menos de 30%

B. 31%- 50%

C. 51% - 70%

D. 71% - 90%

E. 91% - 100%



Las compras en línea seguirán floreciendo

72% de los compradores planean continuar comprando en línea igual o más, en 2021



Seguir la prácticas de higiene, jugará un papel muy importante en las tiendas

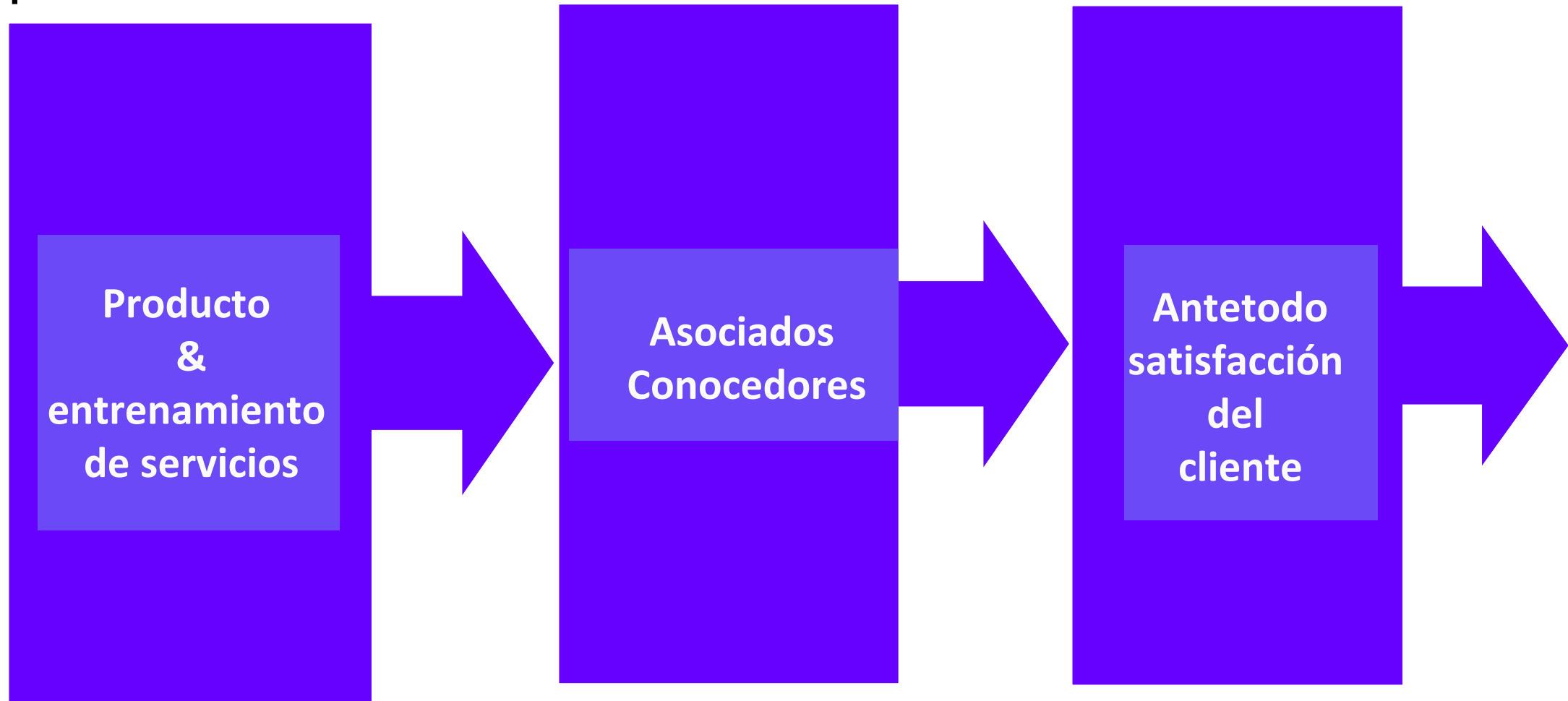
3 de cada 4 compradores considera que los tapabocas obligatorios son un factor importante dentro de las tiendas



Las compras a través de las plataformas de redes sociales comenzarán a ganar impulso

32% de consumidores son entre 18 - 24 años y 39% entre 25 - 34 años planean comprar via redes sociales el próximo año

Ya no es suficiente que tus asociados sólo sepan sobre el producto y el precio

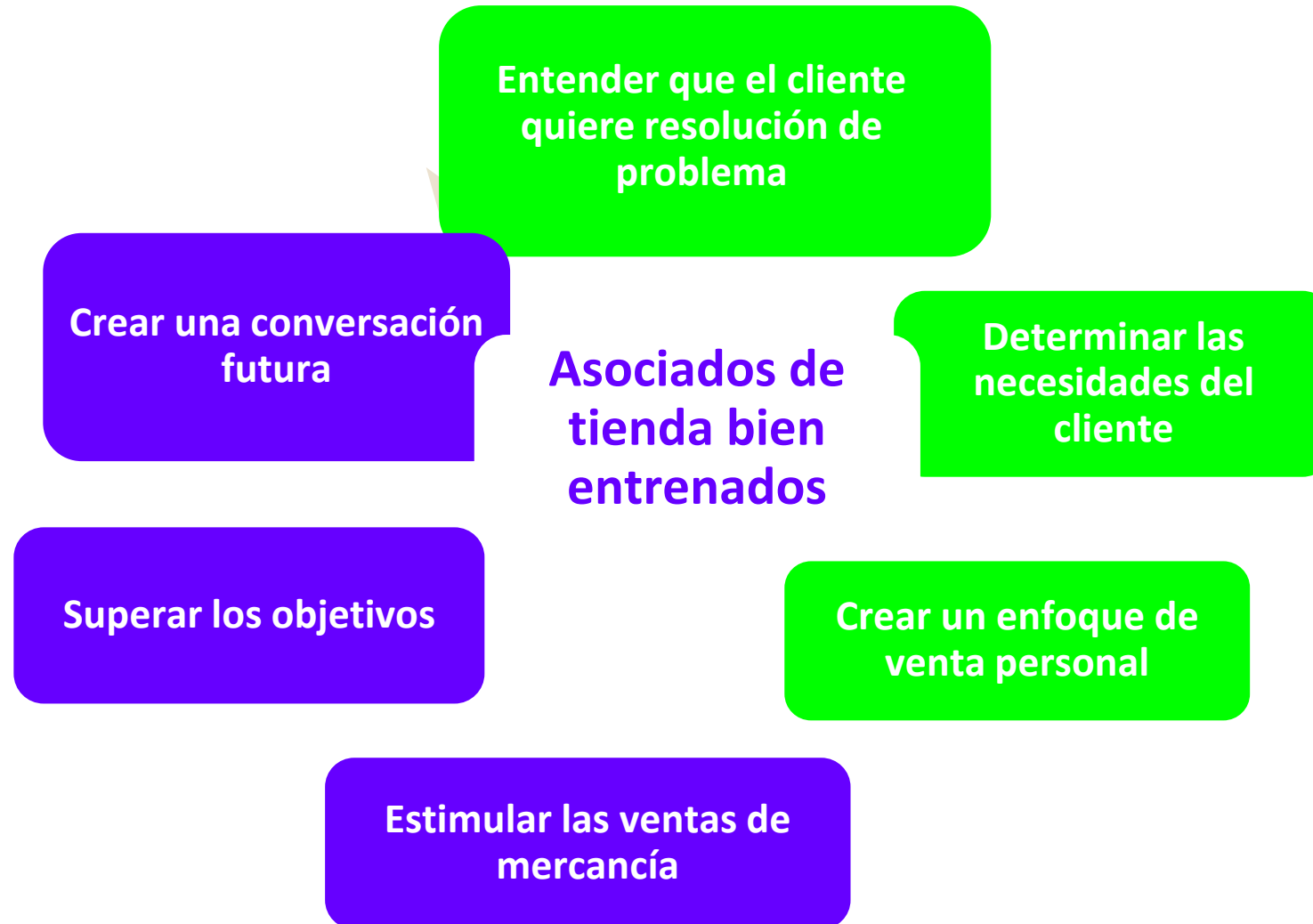


El éxito en 2021 y a futuro requiere que los minoristas florales cambien su enfoque de ventas de transaccional a transformacional



¿Cómo deberían tus empleados “Vender” para conectar con los clientes de hoy?

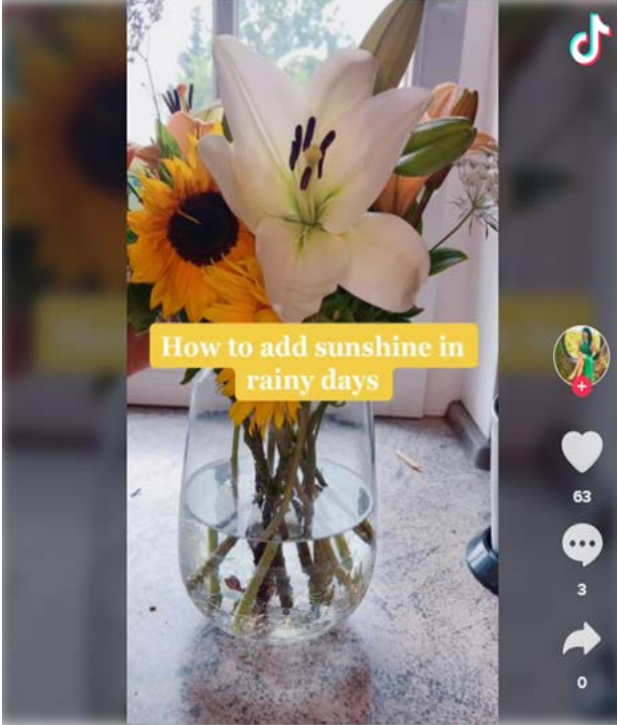
Hoy los asociados de ventas deben entender al cliente racionalmente y crear vínculos emocionales para impulsar las ventas



... Y utilizar tácticas modernas para acercarnos al cliente Dónde - Y  
CÓMO - QUIERAN ser abordados



# Diviértete con las Redes Sociales: Enseña a los asociados a utilizar las plataformas de redes sociales como una forma para interactuar diariamente con los clientes



Billions of videos and counting - only on TikTok Watch now

@merriamzine  
How to add sunshine ☀️ in rainy days #germanweatf  
#flowerarranging #bouquet #learntoknow #learntok  
🎵 How You Like That - Black



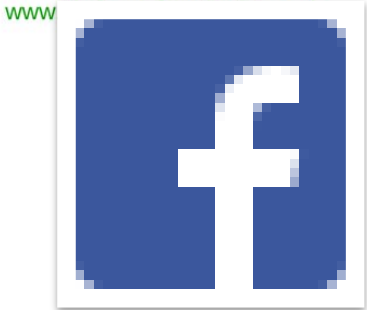
THE FLOWER FARM  
FLORIST

## Mother's Day Facebook Competiton

Like, share and comment on this post for your chance to win one of our beautiful bouquets for Mother's Day



THE WINNER WILL BE ANNOUNCED ON OUR FACEBOOK PAGE ON THURSDAY 5TH MARCH. THE WINNER MUST BE AVAILABLE TO COLLECT THEIR PRIZE FROM OUR FARM IN BURSCOUGH BY ARRANGEMENT.





Integra la Tecnología en el proceso de tus ventas; Proporcionando Óptimo servicio al cliente, en 2021 se requiere compromiso digital

Crea programas para que los asociados apoyen mejorando las conexiones digitales

- Comparte fotos de entregas
- Que los asociados ofrezcan FB/IG sesiones en vivo enfocadas a como hacer arreglos/cuidados
- Crea compras únicas para tus clientes a través de Redes Sociales
  - Instagram
  - Publicaciones/Historias
  - Tienda Facebook

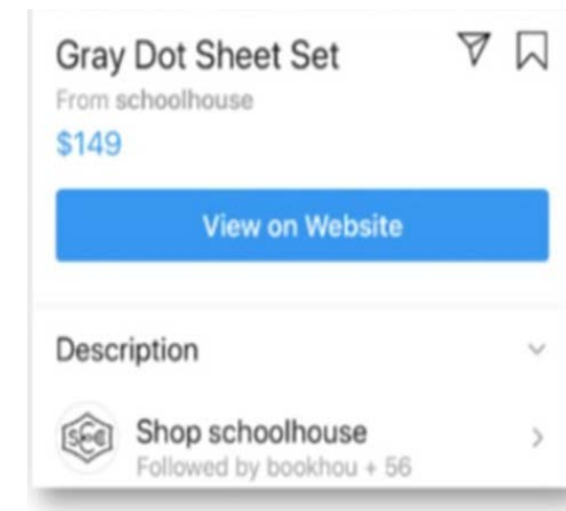


# Crear un mentalidad de Ventas Digitales – Haga que los empleados dediquen tiempo y Vendan por medio de Redes Sociales

- Las ventas en Instagram brindan a las empresas un “Escaparate atractivo”
- Los Floristas pueden compartir Productos en Publicaciones o historias orgánicas, o logra que las personas encuentren tu productos en búsqueda o explorando

## Qué puede hacer las etiquetas de un producto:

- Mostrar imagen de producto
- Descripción del producto
- Costo del producto
- Proveer link directo del sitio web or herramienta de compras en la plataforma



# Crear herramientas para que los asociados puedan utilizarlas inmediatamente para superar objeciones en piso de ventas

- **Enseñe a los asociados como desviar “Showrooming” (A través de búsquedas en línea)**

- Asegúrate que los clientes sepan las diferencias entre productos que estén buscando
- Beneficios de entrega inmediata
- Beneficios de relación a largo plazo



- **Crea programas que permita a los asociados de coincidir con los precios de la competencia**

- Tener un proceso definido para coincidir con los asociados y se puedan comunicar

- **Crear ofertas para enganchar y retener clientes digitalmente**

- Ofrecer inscripción en el sitio web de la tienda
- Perspectiva de ventas futuras (Preventa)

“Isn’t this cheaper online?”

**Solution:**

Address the hidden cost of internet purchases.

Mention that buying in-store means:

- They don’t have to pay or wait for shipping.
- They know exactly what they’re getting
- They can avoid the hassle of returning an item because it doesn’t meet their expectations.



vend

Source: vend.com

# El comercio en tienda está en transición - Emplear Tecnología (capacite a sus asociados de ventas) Para Utilizar Nuevas Herramientas

## Transición a Fisgital Experiencia en Tienda

- Crear opciones de compras con manos libres
- Utilice la información de sus productos para mostrar en forma digital
- Ofrezca opciones para pagar con el celular
- Empleé escáners portátiles para una verificación más rápida (o Celular)

- Crear Opción de Textos para enganchar con el Cliente
- Asignar clientes clave a personal específico
  - El objetivo es enganchar con los clientes más frecuente con atención personal
  - Utilice quioscos para ventas en la tienda

El cambio requiere de compromiso para tener éxito – de tu parte – y de tus asociados también

## SE REQUIERE UN ENTRENAMIENTO ADECUADO

LOS ENCUESTADOS NOTARON LA IMPORTANCIA DE UN CONOCEDOR Y BIEN CAPACITADO MIENTRAS



1 EN CADA 3 COMPRADORES CONSIDERAN ALTAMENTE QUE LO MÁS IMPORTANTE ES UN ASOCIADO CONOCEDOR Y BIEN ENTRANDO AL COMPRAR UN PRODUCTO LUJOSO

# Para obtener más información

- ¿Tienes preguntas?

Email: [lynn@CBC-Group.Net](mailto:lynn@CBC-Group.Net)

- ¿Quieres una copia de la presentación?

[FTDi.com/FTDUniversity/WebinarMaterials](http://FTDi.com/FTDUniversity/WebinarMaterials)

- ¿Quieres volver a ver el Webinar?

[YouTube.com/FTDMercuryNetwork](http://YouTube.com/FTDMercuryNetwork)

Aumente sus ventas y gane más dinero en su negocio floral

Obtén un 15% de descuento en cualquier proyecto de

CBCG:

- Planificación Empresarial
- Márketing
- Planificación de Inventario

*¡Gracias!*

