



CLAVES PARA SER
UN VENDEDOR
EXITOSO

CRECE

IMPACTA

CONQUISTA

MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE

2025
EDICIÓN 1.0



ÍNDICE

1 INTRODUCCIÓN AL MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- PROPÓSITO
- MISIÓN
- VISIÓN
- CAPACITACIÓN CONTINUA

PÁGINA

- 01
- 01
- 01
- 02

2 PROCESO DE VENTA EFECTIVA

- 2.1 ACERCAMIENTO Y BIENVENIDA
- 2.2 CALIFICACIÓN Y DETECCIÓN DE NECESIDADES
- 2.3 PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS
Y ARGUMENTACIÓN DE VENTAS
- 2.4 MANEJO DE OBJECIONES
- 2.5 CIERRE DE VENTA

- 02
- 03
- 03 - 04
- 05
- 06

3 TÉCNICAS PARA UNA VENTA EFECTIVA

- 3.1 ESCUCHA ACTIVA Y EMPÁTICA
- 3.2 LENGUAJE CORPORAL POSITIVO

- 07
- 07

4 ÉTICA Y TRANSPARENCIA

- 4.1 ÉTICA Y TRANSPARENCIA

- 08

➡ CONCLUSIÓN

- 09

5 NORMAS DE COMPORTAMIENTO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

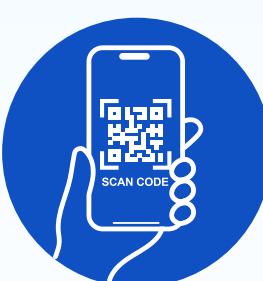
- RESPETO • PROFESIONALISMO • MULETILLAS
- EMPATÍA • RESPONSABILIDAD • ACTITUD CORPORAL

- 10
- 11
- 12

- 13

VIDEOS Y MANUAL EN PDF CÓDIGOS QR

ESCANEA PARA VER
VIDEO EXPLICATIVO
O DESCARGAR
CATÁLOGO DIGITAL



D EMPATÍA

22. Escuchar activamente sin juzgar.
23. Hacer sentir al cliente comprendido. Ejemplo: "Entiendo que está buscando algo para su trabajo, tengo varias opciones que podrían ayudarle."
24. No hablar de forma apresurada ni monótona.
25. Si el cliente está molesto, mantener un tono calmado, sin alterar la voz.
26. Adaptar el lenguaje según el perfil del cliente: si es una persona mayor, hablar más pausado y con mayor explicación; si es joven y experto, ir directo al punto.
27. Evitar discusiones o comentarios mal intencionados con sus compañeros.
28. Nunca interrumpir al cliente cuando habla.
29. Demostrar dominio del producto al cliente sin arrogancia.
30. No presionar ni acosar. Si el cliente dice "sólo estoy mirando", responder con algo amable: "Perfecto, cualquier consulta estaré cerca para servirle."
31. Mantener el contacto visual natural, sin invadir el espacio personal del cliente.

E RESPONSABILIDAD

32. Si el cliente tiene un problema postventa, acompañarlo en la solución en vez de decir "Eso ya no es mi área."
33. Mantener el área de trabajo ordenada y limpia.
34. Tener iniciativa.
35. Asumir la responsabilidad por la experiencia de compra, incluso si el error fue de otro colaborador.
36. Trabajar en equipo.

F PRESENTACIÓN Y ACTITUD CORPORAL

37. Presentación personal impecable, limpia y con uniforme completo
38. Postura erguida, mirada atenta y amable.
39. Evitar cruzar los brazos, mirar el celular o distraerse mientras haya clientes.
40. Prohibido masticar chicle o cualquier alimento en horario laboral.

"El cliente que se va por precio volverá por servicio, mientras que el que se va por el servicio no volverá por ningún precio".

1

INTRODUCCIÓN AL MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Propósito del Manual

Este manual es una herramienta estratégica para estandarizar el proceso de ventas en **NOVISOLUTIONS CIA. LTDA.** Su propósito es asegurar que todos los asesores comerciales hablen un mismo idioma, apliquen las mejores prácticas y trabajen alineados a los objetivos corporativos de cada una de nuestras marcas.

En **NOVISOLUTIONS** operamos múltiples marcas líderes en tecnología como **NOVICOMPU, GANACELL, IMPORTADORA NOVOA, MOVIL TECH y ENV.** Aunque los lineamientos de este documento están ilustrados con la marca **NOVICOMPU**, su estructura puede y debe adaptarse a la marca en la que desempeñe sus funciones.

Misión

Brindar a nuestros clientes acceso a tecnología de vanguardia a precios competitivos, ofreciendo una amplia gama de productos electrónicos y servicios de calidad que mejoren su vida diaria.

Nos comprometemos a mantener altos estándares de servicio al cliente y a fomentar relaciones duraderas basadas en la confianza y la satisfacción.

Visión

Ser la empresa líder en la comercialización de productos tecnológicos en Ecuador y expandir nuestra presencia en América Latina, destacándonos por nuestra innovación, compromiso con la calidad y excelencia en el servicio al cliente.

Capacitación Continua

La capacitación continua es fundamental para el crecimiento profesional y para mantenernos a la vanguardia del mercado tecnológico.

- Leer reseñas y comparativas de productos.
- Explorar y probar los dispositivos en exhibición.
- Participar activamente en las capacitaciones internas sobre lanzamientos, promociones y políticas comerciales.



2

EL PROCESO DE VENTA EFECTIVA

Un proceso estructurado le ayudará a guiar al cliente y cerrar la venta.

2.1

ACERCAMIENTO Y BIENVENIDA

SALUDAR DE FORMA AMABLE Y PROACTIVA:

"Saludar de forma amable y proactiva:
"¡Hola Buenos días Bienvenid@ a:
NOVICOMPU – IMP NOVOA - GANACELL,
¿En qué le puedo servir?"

CREAR UN AMBIENTE DE CONFIANZA:

Muestre una actitud abierta y dispuesta a ayudar. Evite preguntas incomodas al iniciar la conversación.



A RESPETO

1. Dar la bienvenida al cliente con una sonrisa y de manera proactiva.
2. Tratar a todos los clientes con amabilidad, sin importar su edad, apariencia, o nivel de conocimiento sobre tecnología.
3. No ingerir alimentos en horas laborables.
4. No tener exceso de confianza con el cliente.
5. No atender a los clientes con las manos en los bolsillos.
6. Acerarse con seguridad y cortesía. No esperar a que el cliente pida ayuda.
7. Siempre tratar al cliente de "usted", a menos que sea evidente o el cliente pida un trato más informal.
8. Nunca interrumpir al cliente cuando habla.
9. Iniciar y terminar cada conversación con una frase amable: "Buenos días, ¿En qué le puedo servir?", y "Muchas gracias por su visita, ¡que tenga un excelente día!"
10. No presionar ni acosar. Si el cliente dice "sólo estoy mirando", responder con algo amable: "Perfecto, cualquier consulta estaré cerca para servirle."
11. Mantener el contacto visual natural, sin invadir el espacio personal del cliente.

B PROFESIONALISMO

12. Tener conocimiento de todos los productos y constantemente aprender más.
13. No improvisar, y peor engañar o inventar características.
14. No criticar los productos de la competencia.
15. Usar el tecnicismo con los clientes adecuados.
16. Mantener una actitud positiva y de servicio.
17. Dar respuestas que muestran disposición: No decir "Eso no se puede.", "No sé", o "Eso no depende de mí.", sino "Déjeme ver cómo podemos ayudarlo con eso." o "Permíteme confirmarlo para darle la mejor respuesta."
18. Prohibido vender sin factura.
19. Validar que los equipos que entreguen estén completos.

C EVITAR MULETILLAS O LENGUAJE DESIADO INFORMAL

20. Frases como "amigo o amiga", "estimado o estimada", "ya le ayudo", "hermano", "pana", "bro", "niña", "bacán", "obviamente", etc., deben evitarse completamente.
21. OJO: El cliente no viene para que le ayudes, sino para que le demos un servicio, por lo tanto, se debe decir: "En qué le puedo servir?", y no se debe decir: "ya le ayudo".

5

NS NOVISOLUTIONS

NORMAS DE COMPORTAMIENTO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Normas de cumplimiento obligatorio para todos los funcionarios que trabajan en tiendas:



2.2

CALIFICACIÓN Y DETECCIÓN DE NECESIDADES

Este es el paso más crítico.
¡Escuche más de lo que habla!

HAGA PREGUNTAS ABIERTAS Y DE SONDEO:

"¿Cuál es el uso principal o para qué necesita el equipo?" (Trabajo, estudio, gaming, redes sociales, fotografía, etc.)

"¿Qué tipo de actividades realiza en el día a día con su equipo actual?"

"¿Hay alguna característica específica que esté buscando?" (Portabilidad, potencia, duración de batería, calidad de cámara).

"¿Usted ha tenido alguna marca o modelo que le haya gustado o disgustado en el pasado?"



PRESTAR ATENCIÓN A LAS SEÑALES NO VERBALES:

El lenguaje corporal del cliente puede dar pistas. (hay clientes que se expresan con las manos y hay que saber descifrar esas señales)

CLASIFICAR AL CLIENTE:

¿Es un usuario básico, un estudiante, un profesional, un gamer, un creador de contenido?
(el tecnicismo no se puede usar con todos los clientes)

2.3

PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS Y ARGUMENTACIÓN DE VENTAS

Basándose en las necesidades detectadas:

NO SATURAR AL CLIENTE:

Presente 2-3 opciones que realmente se ajusten a lo que busca.

ENFOCARSE EN LOS BENEFICIOS, NO SOLO EN LAS CARACTERÍSTICAS:

- Característica: "Este laptop tiene 16GB de RAM."
- **Beneficio:** "Con 16GB de RAM, podrá tener múltiples programas abiertos simultáneamente, como su navegador, software de diseño y hojas de cálculo, sin experimentar ralentizaciones, aumentando su productividad."
- Característica: "Este celular tiene una cámara de 108MP."
- **Beneficio:** "La cámara de 108MP le permitirá capturar fotos con un nivel de detalle increíble, incluso al hacer zoom, ideal para sus recuerdos familiares o para subir fotos de alta calidad a sus redes sociales."



UTILIZAR LENGUAJE CLARO Y EVITAR TECNICISMOS EXCESIVOS.

Explique de forma sencilla para que el cliente sienta que le están ayudando con su pedido.

CREAR UNA EXPERIENCIA:

Resalte el diseño, la calidad de construcción, la velocidad.

PERMITIR QUE EL CLIENTE INTERACTÚE CON EL PRODUCTO:

Anímelos a tocar, probar y sentir el dispositivo. (crear el sentido de pertenencia)

CONCLUSIÓN

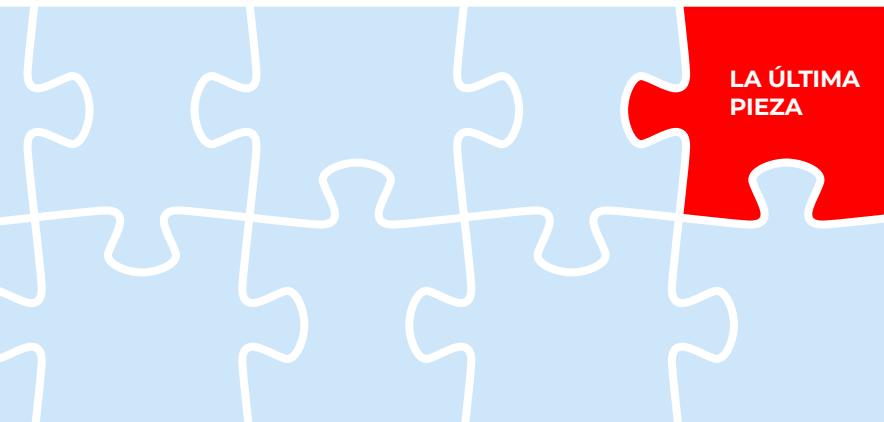
Este manual es una guía viva. Léalo con frecuencia, practique las técnicas y busque siempre oportunidades para aprender y mejorar. Su éxito es nuestro éxito.



Si tiene alguna duda consulte a su jefe inmediato y recuerde:

"Vender no es solo cerrar una venta, es creer en lo que haces, tocar vidas y demostrarlo cada día que eres capaz de lograr lo que te propones."

¿VAMOS A DEMOSTRAR QUIENES SOMOS?



HONESTIDAD:

Nunca mienta sobre las características o el rendimiento de un producto.

TRASPARENCIA:

Sea claro sobre precios, garantías, políticas de devolución y términos de financiamiento.

CONFIDENCIALIDAD:

Respete la privacidad de la información del cliente

CUMPLIMIENTO:

Siga todas las políticas y procedimientos de la empresa.

Las objeciones son oportunidades

ESCUCHAR ACTIVAMENTE:

Dejar que el cliente exprese su objeción completamente, sin interrumpir.



EMPATIZAR:

"Entiendo su preocupación..."
o "Es una pregunta muy válida..."

RESPONDER CON INFORMACIÓN Y BENEFICIOS:

"Es muy caro": "Comprendo su preocupación por el precio. Sin embargo, este equipo representa una inversión a largo plazo debido a su durabilidad, rendimiento superior y la garantía extendida que ofrecemos, lo que le evitará gastos futuros. Además, podemos revisar opciones de financiamiento si lo desea."

"No estoy seguro si lo necesito": "Basándome en lo que me comentó sobre [uso principal], este modelo es ideal porque [beneficio] y [beneficio 2]. Imagínese la comodidad de [ejemplo de uso]."

"Lo vi más barato en otro lado": "Puede que haya ofertas puntuales. Sin embargo, nosotros ofrecemos un servicio postventa completo, asesoramiento técnico, garantías directas y la posibilidad de probar el equipo antes de comprarlo, lo que le asegura una compra segura y sin problemas."

HACER PREGUNTA DE CIERRE

Después de manejar la objeción, intente un cierre:
"¿Hay algo más que le gustaría saber sobre este modelo?"

CIERRES DIRECTOS:

"¿Se lo preparo para llevar?" o
"¿Le gustaría llevar este modelo
hoy?"

CIERRES ALTERNATIVOS:

"¿Prefiere el modelo de color negro
o el azul?" o "¿Le gustaría llevar
la protección de pantalla de una
vez?"

CIERRE POR ELIMINACIÓN:

"Si esta opción cumple con todo lo que busca,
¿hay alguna razón por la que no lo llevaría hoy?"

PROPONER PRODUCTOS ADICIONALES (CROSS-SELLING/UP-SELLING):

"¿Se lo preparo para llevar?" o "¿Le gustaría llevar este modelo hoy?"

Laptops: Mochilas, mouses, teclados, servicio técnico (Office, antivirus), discos duros externos, audífonos, garantía extendida.

Celulares: Protectores de pantalla, fundas, audífonos, cargadores inalámbricos, power banks, chips, servicios de configuración inicial.

**TÉCNICA PARA UNA
VENTA EFECTIVA**

Eleve su juego con las estrategias que siguen
a continuación:

ESCUCHA ACTIVA Y EMPÁTICA**ESCUCHAR PARA ENTENDER, NO PARA RESPONDER:**

Deje que el cliente se exprese completamente.

PONERSE EN LOS ZAPATOS DEL CLIENTE:

Entienda sus frustraciones, deseos y necesidades.

VALIDE SUS SENTIMIENTOS Y PENSAMIENTOS COMO:

"Entiendo que encontrar el equipo perfecto puede ser abrumador..."

LENGUAJE CORPORAL POSITIVO**MANTENER CONTACTO VISUAL
ADECUADO:**

Demuestra atención y confianza

**SONREÍR:**

Transmita amabilidad y accesibilidad.

POSTURA ABIERTA:

Evite cruzar los brazos, denota receptividad

ASIENTE OCASIONALMENTE:

Muestre que está prestando atención