

Como Mejorar Tu Negocio

Manual de Ayuda Para Ti Emprendedor

Francisco García de Quevedo, CPA

2/8/2013



INTRODUCCIÓN

Somos muchos que queremos lograr el “**Sueño Americano**”, pero pocos son los que saben cómo lógralo. Este manual es para ti amigo emprendedor o empresario hispano. Mi propósito es ayudarte a lograr que realices tu “Sueño”. Tengo interés que todos en la comunidad hispana realicen su sueño. Mientras más negocios hispanos con éxito, mejor será nuestra comunidad hispana. Tu negocio y todos los negocios hispanos son importantes, yo quiero aportar a tu éxito.

Los negocios son parte integral de las comunidades donde existen. Los negocios proveen soluciones a las necesidades de las comunidades y sus miembros. Una panadería soluciona la necesidad del pan, repostería y otros artículos. La bodega soluciona la necesidad de provisiones, el medico soluciona la necesidad de salud etc.

Es importante reconocer la aportación de los negocios a la comunidad y tenemos que apoyarlos. Por costumbre siempre apoyo a los negocios de mi comunidad y especial si pertenecen a hermanos hispanos.

Durante mi carrera como Contador Público Autorizado he visto cientos de negocios crecer y prosperar y he visto a otros fracasar. Mi experiencia ha sido que los negocios exitosos están fundamentados en el trabajo **honesto y responsable y proveen una solución de beneficio mutuo.**

Para el camino del éxito hay que tomar conocimiento de las reglas y prácticas que se deben seguir para lograrlo. Si sabes algo de deporte entiendes que el jugador que no sigue las reglas es sacado del juego. No importa su destreza o fama o sigue las reglas o es expulsado. Lo mismo sucede en los negocios, si no sigues las reglas te expulsan del juego.

Yo quiero ayudarte a que conozcas las reglas de los negocios y encaminarte a la ruta del éxito. Quiero usar mi experiencia para orientarte sobre las reglas y procedimientos de los negocios.

En este manual práctico encontraras una guía para llevar tu negocio por el buen camino. Sé que deseas tener éxito y que toda orientación y ayuda te va a ser útil. Aquí te expreso como puedes mejorar tu negocio desde mi perspectiva y experiencia.

Mensaje del Autor

Se lo importante que para ti es tu negocio y quiero ayudarte a mejorarlo. Te puedo ayudar si estás dispuesto a llevar tu negocio con honestidad y responsabilidad. En este manual te voy a llevar paso a paso en una revisión de las reglas y procedimientos que te servirán como guía para mejorar tu negocio.

Mi experiencia de más de 40 años ayudando a empresarios me ha demostrado que si sigues estas reglas tu negocio va a mejorar. Te repito estas reglas están basadas en operar tu negocio con honestidad y responsabilidad, solo así lograras mejorar.

Las reglas son sencillas y es probable que las conozcas o has oído sobre ellas. En este manual las quiero revisar contigo para que pongas tu negocio en orden y en camino al éxito. "El orden es la infraestructura del éxito". Seguir las reglas es poner tu negocio en orden.

Si te resulta provechoso envíaselo a un amigo.



El autor es un Contador Público Autorizado (CPA) con licencia del Estado de la Florida y Puerto Rico. García de Quevedo obtuvo su Bachillerato en contabilidad de la Universidad de Puerto Rico y su Maestría de la Universidad Interamericana.

Para comunicarse con el autor:

cpa@cpahispano.com

www.cpahispano.com

Exclusión de Responsabilidad

Este manual ha sido escrito para proveer información a emprendedores hispanos. Se han hecho todos los esfuerzos posibles para que este reporte sea lo más exacto y adecuado posible. Sin embargo puede que existan errores ortográficos y/o de contenido. La información está actualizada a la fecha de la publicación y está basada en la experiencia/investigación del autor. Por esta razón se debe considerar como una guía únicamente.

El propósito del reporte es educativo y tanto el autor como la editorial no garantizan que el contenido sea 100% exacto por lo que no se responsabilizan por ningún tipo de error u omisión.

Tanto el autor como la editorial se liberan de cualquier tipo de responsabilidad a cualquier persona o entidad por daños o pérdidas causados o supuestamente causados, directa o indirectamente por este reporte.

Si no está de acuerdo con la exclusión anterior por favor no lea y devuelva este reporte.

Aclaración de Conexión y Divulgación

Usted debe asumir que el autor y el editor tienen una relación de afiliados y/o algún otro tipo de conexión material con los proveedores de productos y servicios mencionados en esta guía y pueden ser compensados cuando usted compre de un proveedor. Le recomendamos informarse adecuadamente sobre cualquier producto o servicio que vaya a comprar en línea o fuera de ella.

Tabla de Contenido

Mensaje del Autor	2
<i>Exclusión de Responsabilidad.....</i>	<i>2</i>
<i>Aclaración de Conexión y Divulgación</i>	<i>2</i>
Regla 1 - Tu Honestidad, Responsabilidad, y el Beneficio Mutuo de Tu Producto o Servicio.....	6
Regla 2 - El Contacto con Tus Clientes	6
Regla 3 – Una fuente de Prospectos.....	7
Regla 4- Tu Plan Conceptual.....	8
Plan Conceptual del Negocio	8
Regla – 5 Tu Presupuesto	9
El Presupuesto	9
<i>Consejos de presupuesto:</i>	<i>9</i>
Regla 6 – Tu Sistema de Contabilidad	10
<i>El Sistema Contable</i>	<i>10</i>
<i>La importancia de la Contabilidad</i>	<i>10</i>
Elementos principales de un Sistema Contable.....	11
El Presupuesto	11
Los Registros o Libros Contables	11
Los Ingresos de La Empresa	11
Ventas	11
Los Gastos Operacionales	12
Asesoramiento del Contador Público Autorizado.....	12
Regla 7 – Interpreta y Lee Tus Reportes Financieros	12
El Sistema de Información o Reportes.....	12
<i>Estado de Ingresos y Gastos.....</i>	<i>13</i>
<i>El Balance de situación</i>	<i>13</i>
<i>Estado de Flujo de Efectivo</i>	<i>14</i>
Regla 8 – Capitaliza Tu Negocio	15
La Acumulación de Capital.....	15
Regla 9 – Pon Tu Negocio en Orden	15

Como aumentar las ventas	17
<i>Como aumentar tu número de clientes</i>	17
<i>Como Aumentar la frecuencia de compra de tus clientes</i>	18
<i>Como Aumentar la venta promedio de tu cliente</i>	18
<i>Considera Ofrecer Crédito a Tus Clientes.....</i>	18
Desarrolla Una Solución Única (PUV).....	19
<i>Educa a tus Clientes sobre tu Solución Única.....</i>	19
<i>Como educar tus clientes:</i>	19
Desarrolla tu Nicho de Mercado	20
Sistematiza Los Procedimientos.....	20
<i>Optimizar tus facturas.....</i>	20
<i>Crear plantillas para tareas de repetición.....</i>	20
<i>Utilizar sistemas y herramientas en línea.....</i>	21
<i>Externalizar las tareas diarias.....</i>	21
<i>Deje de perder tiempo</i>	21
El proceso de ventas	21
<i>Definición del Proceso de Venta.....</i>	21
<i>El primera paso es la búsqueda de clientes.</i>	22
<i>El segundo paso</i>	22
<i>El Tercero paso es hacer el acercamiento o contacto</i>	22
<i>El Cuarto paso es la posventa.....</i>	22

QUE ES UN NEGOCIO...

Para comenzar quisiera reflexionar contigo sobre lo que es un negocio. Es importante que veas tu negocio como una entidad dedicada a proveer soluciones a individuos y/o a otros negocios.

Para ilustrarte mejor este concepto vamos a recurrir un poco hacia la historia. Los primeros habitantes de nuestro planeta estaban obligados a solucionar sus necesidades por si mismos o en grupos. Para satisfacer la necesidad de alimentación y abrigo tenían que cazar. No existían negocios de restaurantes ni bodegas para adquirir su ropa y alimentos. Según evolucionaron empezaron a ver que era mejor que el experto en cazar dedicara todo su tiempo en proveer alimentos que otro le solucionara sus otras necesidades. Comienza entonces la época del trueque. El trueque evoluciona con la creación de la moneda común al comercio. Nacen entonces los emprendedores y evoluciona el comercio de soluciones a las necesidades. Todo sigue conceptualmente igual excepto que la especialización ha evolucionado creando más comercio.

Para mejorar tu negocio es importante visualizar que la función principal de tu negocio es proveer una solución a una necesidad. Tu negocio es un proveedor de soluciones.

Aunque tú eres parte integral del negocio, tu negocio es un ente aparte. Tienes que romper el cordón umbilical con tu negocio. El negocio hay que desarrollarlo para que pueda operar sin ti.

La siguiente grafica te ayudara a percibir esta perspectiva.



No importa si eres una pequeña o mediana empresa (PYME) o eres una empresa gigante este proceso es la esencia de los negocios. Las empresas grandes enfocan y promueven este proceso mediante campañas enormes de publicidad y otras técnicas que requieren de mucho capital. Las PYMES no cuentan con el capital para estas grandes campañas. Debes enfocarte en procedimientos que no requieren grandes capitales para su crecimiento. El proceso no tiene que ser grande ni rápido pero si continuo y efectivo.

Como proveedor de soluciones hay una serie de principios o reglas básicas que permiten la continuidad de tu negocio.

Regla 1 - Tu Honestidad, Responsabilidad, y el Beneficio Mutuo de Tu Producto o Servicio.

Tu negocio consiste de una relación con tu cliente donde le provees una solución a una necesidad y cuyo resultado resulta en un beneficio mutuo para ambas partes. Para que esta acción se repita y se repita tiene que tener como base la honestidad. No le mientas a tu cliente ni ofrezcas algo que no vas a cumplir.

La comunidad te ofrece un mercado excelente para tu negocio, pero también te asigna responsabilidades. Cumple con todas las responsabilidades con tu comunidad incluyendo licencias y contribuciones e impuestos de nómina y ventas. Debes tomar conocimiento de todas las responsabilidades y cumplir con ellas.

Regla 2 - El Contacto con Tus Clientes

El contacto con tu cliente es la base principal de tu negocio y tu ventaja competitiva contra las grandes empresas y tu competencia. El grado de involucramiento con tu cliente es algo bajo tu control y creatividad. Además no requiere de capital extenso. Es importante para tu negocio este contacto, no lo pierdas de perspectiva. Solo manteniendo un contacto directo con tu cliente podrás saber si tu solución está siendo efectiva y que otras necesidades tiene tu cliente.

Te repito, **tienes que tener contacto directo con tus clientes**. Este contacto no tiene que ser de persona a persona, puede ser por correspondencia, por correo electrónico, por llamadas y ahorra con el desarrollo del internet podrías mantener contacto directo mediante tu portal.

El contacto personal es la herramienta más efectiva para tu negocio. Aquí es donde las empresas gigantes no pueden competir contigo. Tú tienes la flexibilidad de tomar acción rápida y mejorar la solución que provees a tu cliente. Tu contacto con tu cliente debe estar enfocado en que es lo que tu cliente necesita y cómo puedes tu solucionar su necesidad.

Para mejorar tu negocio debes revisar tu procedimiento particular de contacto con tu cliente. Entre otras cosas debes elaborar tu "Ciclo de servicio", es decir, la sucesión de los puntos de contacto que vive un cliente al recibir tu servicio. Desde que toma el primer contacto con la empresa hasta que finaliza la prestación del mismo. Crea un flujo grama del proceso como base para análisis y mejoramiento del mismo.

Una vez completes el análisis, detecta al menos tres oportunidades de mejora que puedes lograr y ponte a trabajarlas. Hay cientos de libros escritos sobre el contacto con tu cliente y de formas de establecer el contacto. Al final de este manual te recomiendo algunos recursos que he utilizado para mejorar mi contacto con el cliente.

Ha seguido algunos puntos que debes seguir en relación al contacto con tus clientes:

1. Tu cliente es tu negocio, sin clientes no existe el negocio.
2. El cliente espera una solución a su problema.
3. Es preciso hacer todo lo posible para solucionar la necesidad del cliente.
4. La empresa debe cumplir todo lo que prometa y nunca mentir – Honestidad y Responsabilidad.
5. Tu solución debe proveer a tu cliente más de lo que el cliente espera.
6. El buen contacto directo con tus clientes te puede diferenciar de tu competencia.

7. No falles en ningún punto de tu contacto porque puedes fallar por completo.
8. Asegúrate que tus empleados estén conscientes de la importancia del contacto. Un empleado sin conocimiento y/o insatisfecho genera clientes insatisfechos.
9. El juicio sobre la calidad de tu servicio te lo va a hacer tu cliente.
10. Un cliente satisfecho te va a referir más clientes.
11. Por más bueno que sea tu solución siempre la puedes mejorar, tu competencia no te va a dar tregua.
12. Asegúrate que todas las personas de tu organización están dispuestas a trabajar en Pro de la satisfacción del cliente

Regla 3 – Una fuente de Prospectos

Para la sustentabilidad del **Proceso Continuo de Ventas** necesitas tener una fuente de prospectos. En otras palabras necesitas una estrategia efectiva de mercadeo. La estrategia puede consistir de publicidad, regalos, reuniones etc. Puedes tener una o más estrategias pero necesitas una fuente continua de prospectos que puedas convertir en clientes. Considera a tus clientes activos y no activos en esta estrategia. Es más fácil que vender a un cliente que a un extraño. Debes tener una base de datos con información de quien te ha comprado para mantenerte en contacto con ellos.

Entre las alternativas a considerar para este flujo de clientes se encuentran las siguientes:

- Notas de prensa
- Generar referidos de tu base de datos y clientes
- El internet y su sitio web
- Anuncios en Google, Yahoo y Bings.
- Boletines de noticias y otras cartas circulares
- Anuncios en radio, televisión y periódicos locales
- Correo directo
- Marketing utilizando folletos y otros materiales.
- Alianzas estratégicas con otros emprendedores

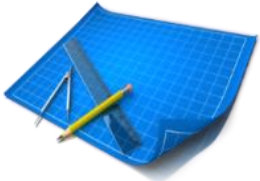
Todas estas alternativas son buenas si sabes emplearlas. Lo más importante es que te enfoques en tu mensaje. Tu mensaje debe contener el beneficio que recibirá tu cliente al usar tu solución. No cometes el error de muchos empresarios de hablar sobre lo bueno que son. Lo bueno que eres no le interesa a tus prospectos o clientes potenciales, háblales sobre el beneficio que recibirán con tu solución.

No hables solo de uno o dos beneficios, amplía la oferta describiendo tus garantías, tu servicio al cliente, y lo experto que eres en la solución.

Otra excelente táctica es usar testimonios de clientes satisfechos con tu solución. Los testimonios deben ser REALES, sin alteraciones. Deben ser específicos, es decir, no deben contener frases genéricas, esos testimonios no sirven. Debes incluir el nombre completo y alguna referencia de quien da el testimonio, de ser posible una foto o incluso una forma de contacto. Cuando solicites los testimonio, debes pedirle a tu cliente satisfecho el mencionar algunos detalles como, - Qué hizo – específicamente – tu producto/servicio por ellos, - Cómo

era su vida, negocio, salud, etc. antes de usar tu solución, porque seleccionaron tu solución en vez de la competencia y los resultados que obtuvieron. Todos esos datos son importantes y se los puedes solicitar a tus clientes en una carta o en persona.

Regla 4- Tu Plan Conceptual



Plan Conceptual del Negocio

La planificación de tu idea de negocio es un paso importante y necesario. Las estadísticas del SBA (Administración de Pequeños Negocios Federal) demuestran que la falta de planificación es la causa principal del fracaso de los pequeños negocios. **No cometas este error**, documenta tu idea de negocio en un Plan Conceptual del Negocio. No es difícil hacerlo. ¿Crees que tu casa pudo haber sido construida sin un plano?, claro que no. Entonces tu primer paso para mejorar tu negocio es planificar como es que vas a llevar a cabo el negocio.

El plan es la base que hará que tu **Proceso Continuo de Ventas** tenga una fluidez duradera y te mantengas enfocado en crecer.

Un plan de negocio consiste de documentar tu idea de negocios y los pasos requeridos para proveer la solución a tus clientes. Este plan no es eficiente **si solo existe en tu mente**. Tienes que escribirlo. Solo escribiendo tu plan conceptual podrás visualizarlo y mejorarlo hasta convertirlo en un proceso continuo de ventas. El plan debe contestar *¿El Cómo?, ¿Cuándo? ¿Dónde?* y *¿Por Qué?* de tu negocio. El plan debe describir las siguientes áreas del negocio:

1. **La necesidad de tu cliente.** Tu plan de negocio debe empezar con una descripción clara y precisa de cuál es la necesidad de tus clientes o nicho de mercado.
2. **La solución a la necesidad.** Para poder evolucionar en tu negocio necesitas saber cómo tú le vas a solucionar la necesidad a tu cliente.
3. **Solución Única.** Para que los prospectos se interesen en que tú seas quien le solucione su necesidad debes proveerle una solución que se distinga de las otras soluciones. Aquí está la base del éxito de tu negocio. Tu solución tiene que ser mejor a otras soluciones.
4. **Mercado o Nicho.** Tu plan debe incluir cual es el mercado o nicho donde se encuentran los clientes con las necesidades que tú puedes resolver. Debes incluir en tu plan el perfil de tu cliente típico.
5. **Publicidad y/o Mercadeo.** Tu plan debe incluir como vas a llevar el mensaje de tu solución a tus clientes prospectos. Los negocios requieren darse a conocer. Solo con una campaña de mercadeo bien planificada podrás sentar las bases de crecimiento de tu negocio.
6. **Proceso Operacional.** Incluye en tu plan como vas a proveer tu solución a tus clientes. Este le llamamos el proceso operacional. Si tu solución es un producto como vas a entregar ese producto a tu cliente. ¿Qué instrucciones requiere el cliente?, ¿Cómo va a utilizar el producto? Etc. Si tu solución es un servicio planifica como vas a proveer esos servicio.

Proceso Post Venta o Entrega. Qué proceso vas a seguir una vez tu cliente solucione su problema. Que seguimiento le vas a dar. Que otras necesidades le puedes resolver. No olvides

que un cliente satisfecho no solo puede recomendar tu negocio sino también se puede convertir en un cliente continuo.

Regla – 5 Tu Presupuesto

El Presupuesto



El plan conceptual del negocio hay que convertirlo en un plan financiero. Este proceso se conoce como presupuesto. Debes crear un presupuesto para asegurarte que cuentas con los recursos necesarios para llevar a cabo tu negocio. El presupuesto es necesario para determinar la viabilidad de tu empresa. Además de ayudarte a determinar los recursos necesarios y la viabilidad de tu emprendimiento, el presupuesto te sirve de guía para mantenerte enfocado en el negocio. El presupuesto te va a establecer el camino la dirección a seguir. Esta herramienta va a ser clave en tu camino a la prosperidad. Un presupuesto no solo es recomendable y para tú negocio sino también para tu vida personal.

El presupuesto te ayuda a dar seguimiento al flujo de efectivo y medir el progreso de tu negocio. El mismo proporciona una guía de cuánto se gasta y en qué áreas se superan los límites de gastos proyectados. Se puede preparar presupuesto para áreas específica como la promoción y marketing o un proyecto especial o como una guía general para su negocio.

Para formular tu presupuesto, debes asumir una proyección razonable de las ventas. Basado en la proyección de ventas puedes calcular los gastos requeridos para lograr esas ventas. Recuerde incluir renta, impuestos, seguros, salarios y otros gastos necesarios.

Una vez terminada esta fase, procede a analizar tus proyecciones y hacer los ajustes necesarios. Hay gastos que no son ajustables como el alquiler, pero puede cambiar otros gastos. Siempre es mejor ser conservador que hacer suposiciones poco realistas. Siempre es recomendable usar un presupuesto anterior como guía. Año tras año un negocio típicamente tendrá que hacer varios ajustes, pero las categorías básicas de gastos típicamente siguen siendo los mismos. Si estas empezando un nuevo negocio puedes buscar modelos de negocio similares a su empresa. Ten en cuenta que un negocio similar debe servir un mercado similar.

Muchas empresas tienen temporadas pico donde los ingresos son mayores y épocas del año donde tienen gastos adicionales.

Consejos de presupuesto:

- Establece límites máximos y vigila de cerca tu presupuesto para saber cuándo tus gastos se aproxima a los límites de tal categoría de gastos.

- No hacer malabares a menos que sean absolutamente necesarios.
- No intentes tomar de un bolsillo y mover a otro muy a menudo. Se convierte cada vez más difícil equilibrar el presupuesto, si te estás moviendo dinero.
- Se realista con tus proyecciones.
- Asegúrate de que todo está claramente explicado. Mientras que diferentes empresas pueden categorizar artículos en sus propias maneras diferentes, lo que importa para su negocio es que puedes mirar el presupuesto y entender qué elementos caen bajo las categorías.
- Revisa cada categoría cuidadosamente con tu contador.
- Sobre presupuesto las áreas en las que es más probable tener gastos inesperados.

El programa (software QuickBooks versión PRO) provee una facilidad para desarrollar un presupuesto basado en el historial de tu negocio o sobre cualquier otra base. Si tu programa contable no te facilita crear tu presupuesto puedes crearlo en una hoja de trabajo electrónica como “Excel”. Esta herramienta es útil en “administración por objetivos” y es utilizada por todas las empresas exitosas e incluso es requisito legal para las entidades gubernamentales.

Regla 6 – Tu Sistema de Contabilidad



El Sistema Contable

El Sistema contable recopila en lenguaje financiero la fase operacional. La contabilidad registra los costes e ingresos y permite medir estos resultados al presupuesto. Desde los registros se pueden producir los reportes que vas a necesitar para administrar eficientemente tu empresa.

Hoy día existen muchos programas de computadora que facilitan mantener un buen sistema contable. Nuestro preferido es el programa conocido como QuickBooks PRO. Este software lo puedes conseguir a un precio módico y te sorprenderás de todo lo que puedes lograr con el programa. Es como tener un ayudante virtual capaz de memorizar todo lo que le pidas y ordenarte la información como la necesitas. Te puede crear cheques y facturas profesionales, te sirve de archivo digital y muchos otros usos. El programa está en el idioma inglés pero es fácil de usar y muy gráfico.

La importancia de la Contabilidad

La contabilidad es una herramienta importante para el negocio. Un buen sistema contable ayuda a reducir costos operacionales y un mercadeo más eficaz. Muchos empresarios no reconocen estas ventajas y no le dan la importancia que merece a su sistema contable.

La contabilidad registra las transacciones financieras y se las informa en los reportes financieros. Al usted analizar su información puede ver y tomar acción sobre aquellos costos y gastos excesivos. El reporte comparativo contra el presupuesto le puede ayudar en su análisis. Al registrar correctamente todas las transacciones sus contribuciones serán las correctas.

Un buen sistema de registro es una obligación legal, y puede reducir contribuciones. La falta de un buen sistema contable puede llevar el negocio al fracaso. Sin un sistema contable el empresario no conoce la realidad de su negocio.

Elementos principales de un Sistema Contable

Un buen sistema contable requiere de los siguientes elementos:

1. Un Presupuesto.
2. Un sistema de registros o libros contables.
3. Un procedimiento para reconocer y clasificar los ingresos.
4. Un procedimiento para reconocer y clasificar los gastos operacionales.
5. Un procedimiento para generar reportes financieros.

Estos elementos son esenciales para el buen funcionamiento de la empresa.

El Presupuesto

Podríamos escribir varios libros detallando la importancia del presupuesto y su contribución al éxito de la empresa. Sin embargo con decir que TODAS las empresas exitosas tienen un presupuesto es suficiente. A nivel de Gobierno y Otras instituciones el presupuesto es requerido por ley.

El presupuesto es una herramienta indispensable para la buena administración de un negocio, las decisiones de tipo gerencial no se toma únicamente sobre una base de resultados históricos, al contrario se debe realizar sobre proyecciones efectivas que nos permita anticiparnos a corregir hechos negativos.

Los Registros o Libros Contables

Los registros contables son la base de la contabilidad. En los registros contables se anota toda la actividad financiera de la empresa. La actividad financiera se registra mediante asientos contables en los libros de contabilidad. En los estados unidos es requisito de ley para las empresas llevar registros contables que permitan la reconstrucción de la actividad económica. Los registros son la base para la preparación de las planillas contributivas. Sin la existencia de registros adecuados las autoridades tributarias imputan la contribución basado en sus propios criterios.

Los Ingresos de La Empresa

Las empresas son creadas para generar ingresos. Es importante para el éxito de la empresa tener un procedimiento para registrar los ingresos producidos. Sin este procedimiento la contabilidad no puede funcionar. Sin un procedimiento adecuado de registro de ingreso el empresario no puede tener control de sus activos.

El procedimiento requiere poder reconocer el punto donde se realiza una venta y los detalles de la transacción. Esta información no solo es necesaria para la contabilidad si no también es esencial para el mercadeo de futuras ventas.

El procedimiento debe recoger la información más completa posible de la transacción. Información como el nombre, dirección (o correo electrónico) del cliente es de suma importancia para el mercadeo de la empresa. Si sabes Quien, Cuando y Que nos compraron podemos tomar acción efectiva para aumentar las ventas.

Ventas

La mayoría de los ingresos de las empresas es resultado de una venta. La venta puede ser de un producto o de un servicio. La venta es reconocida como una transacción comercial la cual debe ser autenticada por una factura comercial.

La factura comercial puede tomar diferentes formatos, puede ser una factura, puede ser un recibo de caja registradora etc. La información de la factura debe registrarse con la más información posible.

Si la venta es al contado, por lo general se emite un recibo, si la venta es a crédito se emite un documento que constituye una promesa de pago y requiere la firma o aprobación del cliente.

En caso de ventas a crédito el procedimiento requiere de un registro adicional para administrar las cuentas a cobrar.

En caso de bodegas y tiendas donde el volumen de venta limita el uso de facturas, la caja registradora produce un resumen de las ventas y cobros del día.

Hoy día es eficiente usar la computadora para el procedimiento de registro de ventas. Programas como QuickBooks facilitan el procedimiento y permiten la automatización del mismo.

Los Gastos Operacionales

Parte importante del sistema contable es el registro de los gastos operacionales del negocio. Se requiere un procedimiento que identifique los gastos relacionados con la operación del negocio. La mayoría de los gastos son fácil de identificar y registrar. Sin embargo hay una serie de gastos que son mixtos y difíciles de clasificar. Entre ellos está el uso del automóvil.

La mayoría de los empresarios usa el auto en gestiones del negocio y gestiones personales. Para identificar adecuadamente el gasto del automóvil para uso del negocio es importante un registro de millas usadas en el negocio. Sin un registro de millas adecuado el gasto de Auto no es permitido en su planilla de contribución sobre ingresos.

Casi siempre los gastos operacionales son pagados al momento aunque muchos suplidores otorgan crédito por 30 días. El procedimiento de registro de gastos operacionales debe proveer para registrar el gasto a la fecha de ser incurrido en aquellos casos donde el gasto se pague en una fecha posterior. En otras palabras el sistema contable debe incluir un sistema de cuentas a pagar.

Asesoramiento del Contador Público Autorizado

Su negocio puede beneficiarse de un buen asesoramiento contable y tributario. Existen profesionales con licencia del Estado que ofrecen ese servicio. Estos profesionales se conocen como CPA 's o Contadores Públicos Autorizados. La autorización o licencia del estado requiere haber cursado estudios postgraduados a nivel de Maestría y tomar un riguroso examen de tres días. Es recomendable que usted verifique que su asesor tiene una licencia valida de Contador Público Autorizado.

Regla 7 – Interpreta y Lee Tus Reportes Financieros

El Sistema de Información o Reportes



Los reportes provienen mayormente del sistema contable y ofrecen información relativa al sistema operativo. Los reportes facilitan a la administración mantener las operaciones de acuerdo a las metas y

objetivos de la empresa. Los reportes te facilitan desarrollar estrategias específicas para mejorar las ventas. Un reporte que te diga que, cuando y quien te permite planificar una estrategia para repetir esa venta.

Tu sistema de reportes debe poder producir dos tipos de reportes a saber “Reportes Internos Gerenciales” y “Reportes Externos Financieros”

Los Reportes Externos Financieros son los que puedes utilizar para obtener financiamiento con Bancos y o tus suplidores. Si tienes inversionistas o buscas inversionistas los Reportes Financieros serán un requisito.

Los Reportes Gerenciales Internos. Por otra parte los reportes internos son aquellos que te proveen estadísticas operacionales. Estos reportes internos son la base para el desarrollo de tus políticas y estrategias administrativas.

Estado de Ingresos y Gastos

Una de reportes más importantes y que más uso le darás es el reporte de ingresos y gastos. Este documento proporciona una suma periódica de las ganancias y las pérdidas de la empresa durante un período de tiempo específico, que puede ser un mes, tres meses, seis meses o un año. Este reporte es esencial para:

- Pago de impuestos
- Evaluar su situación financiera actual
- Hacer proyecciones financieras
- Atraer a potenciales inversores

El contenido del reporte es relativamente simple con cuatro partes principales,

- Ingresos
- Costos directos de ventas
- Gastos generales y administrativos.
- Ganancia o pérdida (Ingresos menos costos de ventas y gastos)

El Balance de situación

Junto con el Estado de Ganancias y Pérdidas, el balance de situación (Balance Sheet) te proporciona la información necesaria para tomar decisiones financieras sólidas. El Balance General muestra los activos y los pasivos de la empresa. La diferencia entre sus activos y pasivos será el patrimonio neto de la empresa al final de un período específico (activos-pasivos = valor neto). El patrimonio neto de su negocio en un momento dado es de particular interés para los potenciales inversores y prestamistas.

Los activos del negocio son aquellos que tienen un valor incluyendo:

- Inversiones
- Equipo
- Maquinaria
- Vitrinas
- Inventario
- Efectivo y equivalentes de efectivo
- Cuentas por cobrar

Los bienes de capital o activos fijos, son los activos a largo plazo, como cualquier edificio que es dueño de la empresa o la maquinaria utilizada para producir bienes. Estos son los activos que se esperan que sean utilizados por varios años. Estos activos se deprecian durante la vida útil del mismo. La depreciación acumulada se resta del valor original.

Los pasivos son todas las deudas que la empresa debe. Puede incluir:

- Préstamos sobre equipo
- La hipotecas de su edificio
- Cuentas por pagar
- Salarios devengados (que son los salarios adeudados a los empleados)
- Seguros y los pagos de beneficios de salud

La diferencia entre los activos y pasivos se considera la equidad del dueño o accionistas. Esto es esencialmente el patrimonio neto de la empresa.

Estado de Flujo de Efectivo

Además del estado de ingresos y gastos y el balance de situación hay otro reporte muy útil que llamamos estado de flujo de efectivo. Este reporte permite rastrear el dinero dentro y fuera de su empresa durante todo el año.

La contabilidad o teneduría registra las transacciones en el lenguaje contable (débito y crédito) para permitir la preparación de estos y otros reportes. Un buen sistema de registro o contabilidad te permite ver en papel, cómo está su negocio, si el negocio está obteniendo ganancias. Usted puede obtener una buena idea de que cuales artículos o servicios se venden más y cuales te resultan en más utilidad.

Normalmente, los dueños o administradores miran estos reportes para analizar la situación actual y determinar qué cambios o mejoras se pueden hacer. Esencialmente, buenos registros pueden ser la diferencia entre éxito y fracaso.

Además un buen sistema de contabilidad puede reducir tus impuestos o al menos no pagar más de lo requerido por no haber registrado un gasto.

Inventario, gastos de seguimiento, registros de nómina y salario, información de los empleados, la información del cliente, recibos, extractos bancarios, cuentas por cobrar, facturación y cuentas por pagar se encuentran entre los muchos registros que normalmente necesitará mantener en el negocio. Mantenimiento de registros deben hacerse de manera diligente, constante y oportuna, independientemente del tipo de sistema que decide usar.

Cómo funciona el negocio, creará un continuo "rastros de papel" que proporciona la fuente de todas las transacciones comerciales a través de órdenes de compra, recibos, resguardos de depósito y así sucesivamente. Los ingresos brutos le ayudará a indicar cuánto su negocio es generar ingresos. Asimismo, mantener registros de todas las compras le dirá cuánto están gastando en los materiales utilizados para el negocio o artículos para la reventa. Tienes que mantener registros de todas sus fuentes de ingresos y gastos.

Muchas pequeñas empresas utilizan programas informáticos como QuickBooks para manejar la contabilidad y registros. El objetivo es ahorrar tiempo mediante el uso de un programa de software.

Para rastrear el dinero entrante y saliente, la mayoría de las pequeñas empresas deben utilizar un diario de ingresos y gastos.

Regla 8 – Capitaliza Tu Negocio



La Acumulación de Capital

Por último para tener éxito debes manejar tu capital en forma sabia. El capital incluye la inversión que hiciste en tu negocio y las ganancias que vas obteniendo. No puedes gastar todo tu capital en asuntos personales. Tienes que guardar parte para invertirlo en tu negocio. Para crecer vas a necesitar mercadearte mejorar tu equipo, tus facilidades y otros gastos. No puedes gastarte lo todo.

Regla 9 – Pon Tu Negocio en Orden



Tu negocio se debe llevar a en orden. **El orden es la infraestructura del éxito.** Si no tenemos nuestros procesos de negocio en orden el ciclo no vas a estar rotando a su máxima capacidad. Todo a tu alrededor trabaja en orden, tu cuerpo, los árboles, el tráfico, el universo, prácticamente todo. Es lógico entonces que tu negocio para poder crecer tenga

que estar en orden. Para estar en orden tu negocio requiere de una estructura sólida y componentes que den soporte a la continuidad del negocio.

La grafica siguiente te ilustra la estructura típica que encontraras en los negocios en crecimiento hacia su éxito.



SEGUNDA PARTE – ESTRATEGIAS PARA MEJORAR TU NEGOCIO

Como aumentar las ventas



Para aumentar tus ventas e ingresos tienes tres alternativas:

1. Aumentar el número de tus clientes
2. Venderle más a los clientes que ya tienes
3. Incrementar el precio de tus productos y servicios.

Como aumentar tu número de clientes

Para aumentar el número de clientes tienes que dar a conocer tu producto o servicio. De seguro existen cientos o tal vez miles de personas que podrían estar interesadas en tu solución, pero no te conocen a ti ni a tu negocio. También existe la posibilidad que ya te conocen pero aún no están decididos a comprarte. Es posible que no tengan el dinero disponible en este momento.

Necesitas desarrollar una estrategia de mercadeo. Tú estrategia de mercadeo tiene que estar enfocada a atraer clientes que estén decididos y tengan el dinero. Tienes que desarrollar la habilidad de atraer “prospectos calificados” a tu negocio, es decir, clientes con la necesidad y el poder de decisión y con dinero para comprar tus bienes o servicios. Si quieres crecer necesitas conseguir más clientes.

Puedes lograr atraer más clientes enfocando la publicidad hacia esos prospectos. Quizás con un poco de cambio en tu mercadeo puedes lograr este objetivo. Por eso es importante saber de las necesidades de tus clientes y poder identificar sus perfiles particulares. Averigua donde viven, que sitios frecuentan, que leen, toda esta información te va a ayudar a enfocarte en hacerles llegar tu mensaje.

Puedes probar diferentes campañas de publicidad y poco a poco eliminar las que no veas que son efectivas. Para poder determinar que campañas son o no son efectivas tienes que colocar un elemento de respuesta directa en las mismas. Si colocas un elemento de respuesta directa como un cupón, un teléfono distinto, un descuento que otorgues mediante un mensaje y otras formas que te permitan saber cuál publicidad te trajo ese prospecto.

Como Aumentar la frecuencia de compra de tus clientes

Para aumentar la frecuencia con la que tu cliente te compra, puedes ofrecerles un descuento especial, infórmale de tus otros productos o servicios que tal vez tu cliente no lo sepa. En fin debes ser agresivo con tu cliente. Recuerda que ya te compro y la probabilidad es que este satisfecho y confié en tus soluciones. Revisa el historial del cliente, si te compro para una fecha especial es posible que te sea fácil venderle otra vez para la misma fecha.

Como Aumentar la venta promedio de tu cliente

Puedes agrupar uno o más productos o servicios en un paquete y ofrecerlos a un precio especial. Hay muchas estrategias para lograr incrementar el monto promedio por operación. No se trata de incrementar los precios, sino de crear paquetes comerciales donde se compre en mayor volumen, ofreciendo mayor valor al cliente. Puedes complementar tu producto o servicio con productos o servicios suplementarios. También puedes establecer alianzas con otros negocios y o suplidores para crear más ventas. Usa tu imaginación se creativo seguro si estas enfocado y conoces la necesidad de tu cliente podrás aumentar la venta promedio.

Como ejemplos puedes ver que las aerolíneas ofrecen puntos por millas de viaje, paquetes vacacionales que logran haciendo alianzas con los hoteles y empresa de alquiler de autos. Crea estas alianzas y o paquetes promocionales y vas a ver como aumentan tus ventas y lo más importante la satisfacción de tu cliente.

Debes tener mucho cuidado de no bajar los precios. Los pequeños empresarios no pueden competir en base de precio, eso es un error. ¿Tú crees que tus clientes te van a creer que tú tienes la mejor solución si es la más barata? Los clientes saben que "Lo barato sale caro". No uses la palabra barato en tu publicidad usa otras frases como "mejor calidad", "mejor producto" "precio razonable". Tu cliente estará dispuesto a pagar un precio justo si le solucionas su necesidad, crear un ambiente de "barato" te puede ser negativo.

Si tienes buenos precios con un margen razonable, vas a poder ofrecer descuentos y la gente adora los descuentos. Que crees que suena mejor comprar algo por \$ 77 y que su precio regular es \$147 o algo que cuesta \$77.

Si ofreces una garantía va a ser más fácil para que tu cliente se decida a comprar. Es fácil tomar decisiones cuando no se corre riesgo o el riesgo es mínimo. Tu garantía puede ser algo tan sencillo como dar un período de prueba con tu producto y si no lo quiere, lo devuelve y puede ser algo tan fuerte como una garantía de devolución total de dinero. Es decisión tuya, haz la prueba y elige el mejor tipo de garantía para tu negocio en particular.

Considera Ofrecer Crédito a Tus Clientes

Ofrecer crédito a los clientes es una alternativa que pudiera duplicar y hasta triplicar tus ventas. No tengas miedo de ofrecer crédito. Existen programas y servicios que se encargan del cobro. Te recomiendo que análisis esta alternativa, he visto muchos negocios crecer al ofrecer crédito. No debes temer a ofrecer crédito solo debes tomar las precauciones debidas. Ofrecer crédito aumentaría la base de clientes y tendría un efecto multiplicador para tu negocio.

Desarrolla Una Solución Única (PUV)

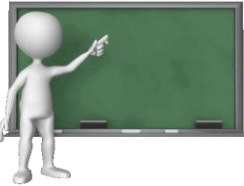


Tu negocio va a crecer si tu solución se distingue de otras soluciones. Solo tienes que modificar tu actual solución y dar un poco más o ser distinto.

Para desarrollar una solución única es imprescindible que conozcas a fondo la necesidad de tus clientes. Muchas veces uno cree que conoce la necesidad de nuestros clientes pero no es así. Si mantienes contacto con tus clientes y hablas frecuentemente con ellos, puedes preguntarle sobre su necesidad y crear características únicas a tu solución. Estamos en una época de cambios constantes y de gran desarrollo tecnológico. Vemos como muchas empresas inclusive han creado programas para celulares para facilitar la interacción con los clientes. Existen grandes oportunidades de convertir tu producto o servicio en una solución única. Toma acción y aprovecha la oportunidad.

Estoy seguro que puedes. Yo estoy constantemente mejorando mis servicios contables. Ahora mis servicios están en línea o las nubes. Tú puedes hacer lo mismo con tu negocio. Para que tu empresa tenga una calidad superior a la de tu competencia tienes que contar con un factor clave o algo que te distinga. El valor estratégico que implica tener mejor calidad te puede multiplicar tus ventas y generar mucha más fidelidad de tus clientes.

Educa a tus Clientes sobre tu Solución Única



Debes tener en cuenta que aunque tu solución es la mejor es posible que tu cliente o prospecto no lo sepa. Si tus clientes no lo saben no vas a conseguir aumentar tu nivel de ventas posible. Hoy día con la facilidad de las comunicaciones los clientes son más exigentes. Saben lo que quieren y les interesa saber más sobre los productos y servicios que le interesan. Esto representa una excelente oportunidad para tu negocio. Si sabes explicar claramente los beneficios de tu producto o servicio vas a sobresalir en el mercado. Debes explicarle a tu cliente las ventajas y desventajas de tu producto o servicio. Gánate su confianza y se convertirán en tus mejores clientes.

Educar a tus clientes te otorgará una ventaja significativa sobre tus competidores, porque así captarán el valor de los productos o servicios. Cuando educas a tus clientes, y les explicas exactamente cómo conseguir los productos que vendes, tus ganancias aumentan.

Como educar tus clientes:

- Empieza informándoles claramente los productos o servicios que ofreces cómo utilizarlos, y cómo le benefician. Enseñar sobre las ventajas de tu producto es sin duda la clave para captar clientes.
- Cuál es el uso correcto de tus productos o servicios. Explícale a tu cliente de forma honesta lo que tu producto o servicio puede o no puede hacer.
- Explícale claramente la garantía que ofreces.
- Tu cliente le interesa saber cómo funciona tu empresa, cómo te organizas, cómo trabajas, cómo resuelves los problemas, etc.
- Los Folletos y manuales gráficos, son excelentes para esta comunicación.

Desarrolla tu Nicho de Mercado

Es importante para encontrar a tu clientela, conocer quién es, su edad media, sus tendencias, sus gustos, dónde suele relacionarse (foros), etc.

El consumidor es cada día más exigente, más conocedor, más inteligente. Un consumidor más capacitado para tomar decisiones, consciente de esa capacidad y preparado para aprovecharla en su beneficio. Por lo tanto, la única manera de lograr el máximo resultado con ese "nuevo cliente", es especializarse, conocer en detalle sus necesidades y no malgastar esfuerzos vendiendo a otros segmentos de compra. Debido a que la demanda de los consumidores es más heterogénea, la oferta para los consumidores también ha mejorado en relación con las opciones: hoy hay más opciones, más pequeñas, pero también muy rentables. Esta realidad que hoy se da es una de las claves para entender futuros cambios. Dado que dicha situación tiende a consolidarse según pase el tiempo.

Sistematiza Los Procedimientos

Con unos pocos cambios, mejor disciplina y el uso de las herramientas modernas podemos cambiar nuestra forma de administrar nuestro negocio más efectivamente. Como empresarios debemos diseñar nuestro estilo de vida y costumbres alrededor de nuestro negocio. De esta manera disfrutaremos más del negocio y trabajaremos menos.

No podemos ser adictos al trabajo, tenemos que establecer nuestras prioridades. Tener la libertad de hacer lo que queremos es uno de los principales de ser empresario, sin embargo, el mayor obstáculo a menudo nos enfrentamos es que no vemos nuestro negocio como un ente aparte. Tenemos que romper el Cordón Umbilical que nos ata a la empresa. Para alcanzar nuestras metas hay que tener un buen equilibrio trabajo-vida. Podemos aplicar algunas estrategias para ejecutar nuestros negocios más eficientemente. Aquí está cómo empezar:

Optimizar tus facturas

La parte financiera de un negocio pequeño puede abrumar fácilmente lo mejor de nosotros. Una de las tareas que más nos agravia es el seguimiento de las facturas, gastos, recibos. Tienes que sistematizar y automatizar este proceso. Programas de software como QuickBooks ONLINE te facilitan automatizar este proceso. Enviar tus facturas y otros documentos por correo electrónico te ahorra en sobres, sellos y corriendo a la oficina de correos.

Crear plantillas para tareas de repetición

Tareas simples como responder correos electrónicos, respondiendo a las preguntas del servicio al cliente, programar reuniones y publicar contenido en los medios sociales, se repiten a menudo. En lugar de perder el tiempo contestando las mismas preguntas, o hacer las mismas tareas una y otra, crea una plantilla detallando las tareas. Una vez documentadas en una

plantilla podrás delegar la tarea o al menos se te facilitara llevarla a cabo. Si constantemente estás contestando el mismo tipo de correo electrónico puedes usar un auto respondedor como Aweber.

Utilizar sistemas y herramientas en línea

Junto con la creación de plantillas, hay una variedad de herramientas en línea y sistemas disponibles para ayudarle a hacer más en menos tiempo. Puedes automatizar muchas tareas.

Externalizar las tareas diarias

Como el dueño de tu propio negocio, usted debe ser centrándose en los aspectos importantes de lo que su negocio necesita — no perder el tiempo en cosas pequeñas como actualizar el calendario, o reservar vuelos en la próxima Conferencia. Haga una lista de tareas que hacer todos los días, que no le gusta o no son buenas en. Más a menudo que no, esos proyectos pueden ser subcontratados a un asistente virtual, o un contratista que se especializa en esa área.

Externalización de tareas pequeñas ahorrará no sólo te tiempo, pero le recordará que se supone que ser estratega, construcción, redes y conectar con otras personas en su industria — todo en un esfuerzo para impulsar su negocio hacia adelante.

Deje de perder tiempo

Cada vez que usted toma en un nuevo cliente o cliente, recuerda tu objetivo final — para ser más productivos y más eficientes. Todo lo que haces en el futuro, tiene que alinearse con ese modelo. Una vez que empiezas a perder el tiempo, malgastando el dinero o desperdiciando energía, esa tarea o proyecto en particular debe ser caído o subcontratado a otra persona. Quieres construir un negocio que mejora la vida de personas. Pero, ¿cómo puede hacer si no estás haciéndolo para ti también?

Deja de perder tiempo en las cosas pequeñas, y trabaja para completar las metas grandes. Pasar tiempo con sus clientes y clientes, así como su grupo de contactos. ¡Tus clientes y prospectos es lo que realmente importa en el mundo de los negocios!

El proceso de ventas

La venta es un proceso de actividades dirigidas al intercambio de tu producto o servicio por dinero. Debes conocer el procedimiento de tu negocio y lo debes revisar y mejorar constantemente.

Definición del Proceso de Venta

Muchos expertos definen el proceso de venta como una secuencia lógica de cuatro pasos o actividades.

El primera paso es la búsqueda de clientes.

Este consiste en localizar prospectos con gran posibilidad de convertirse en tus clientes. Es decir localizar personas o entidades que tienen necesidad de tu solución. Te debes hacer la siguiente pregunta: ¿Quiénes pueden tener necesidad de nuestro producto o servicio?

Una vez localices tus prospectos debes calificarlos en cuanto su potencial de convertirse en clientes. Algunos factores de calificación, son los siguientes:

- Su capacidad económica.
- Si tiene el poder de decisión en cuanto a la compra.
- Si puedes tener acceso al prospecto.
- Si el prospecto está en disposición para comprar.
- Si el prospecto puede convertirse en cliente continuo.

Debes crear una lista de los prospectos que has localizado. Una buena lista de prospecto es un activo invaluable para el crecimiento de tu negocio.

El segundo paso

Luego de elaborar tu lista de prospectos debes planificar como te le vas a acercar al prospecto. En este paso debes buscar más información de tus prospectos. Datos como su nombre completo, edad, sexo, pasatiempos y nivel de educación son importantes para el desarrollo de tu estrategia de acercamiento.

Adicionalmente, es conveniente otra información como, que soluciones está usando, a quien se los compra y si compra a crédito o de contado

El Tercero paso es hacer el acercamiento o contacto

Dependiendo de las características de cada cliente, se toma la decisión de contactar al cliente y hacerle tu presentación de ventas. La presentación del mensaje de ventas debe ser adaptada a las necesidades y deseos de los clientes en perspectiva. Hoy en día, ya no funcionan aquellas presentaciones "enlatadas" en las que el vendedor tenía que memorizarlas para luego "recitarlas" ante el cliente (quién asumía una posición pasiva). Los tiempos han cambiado, hoy se debe promover una participación activa de los clientes para lograr algo más importante que la venta misma, hay que lograr que este satisfecho con el producto adquirido.

Asegúrate que tu mensaje de venta describa tu solución, las ventajas y los beneficios para el cliente. Recuerda que si tu prospecto presenta objeciones es que está interesado en tu solución. Debes estar preparado para contestar sus objeciones con aclaraciones a sus dudas.

El Cuarto paso es la posventa

Los servicios de posventa tienen el objetivo de asegurar la satisfacción e incluso la complacencia del cliente. Es en esta etapa donde la empresa puede dar un valor agregado que no espera el cliente pero que puede ocasionar su lealtad hacia la marca o la empresa.

PRODUCTOS RECOMENDADOS

El Vendedor de los huevos de oro



El audio-curso "El Vendedor de los Huevos de Oro" consta de más de 8 horas de audio DIGITAL (MP3) con su respectiva guía de trabajo (PDF) que podrá descargar de inmediato a su computador. Las imágenes son tan solo una representación gráfica del curso.

El Vendedor de los huevos de oro por Patricio Becker. Este es un curso excelente que te enseña sobre las ventas.

Patricio Peker es un reconocido Consultor de empresas, Capacitador y Conferencista internacional, fundador y director de GanarOpciones.com.

Es especialista en técnicas de influencia y persuasión aplicadas a las ventas y la negociación comercial.

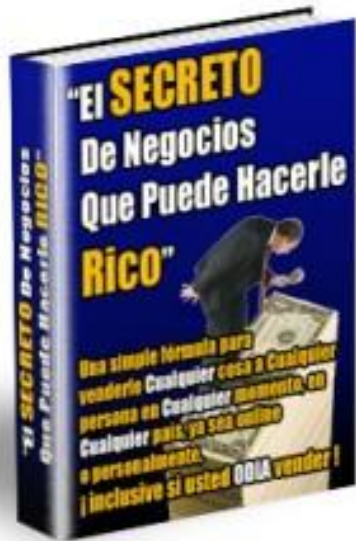
Ha brindado numerosos cursos y conferencias de ventas y negociación comercial, para

clientes de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Entre sus clientes de América y España se encuentran: Mattel, Siemens, General Motors, Equifax, Grupo Telefe, TIM, Garbarino, Banco de Reservas de la República Dominicana, Banco UNO, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Celulares PORTA, Asociación de Usuarios de la Zona Libre de Colón/Panamá, Cable & Wireless, Banco Santander Río, entre otras empresas

[Oprime Aquí Para Mas Información sobre El Vendedor de los huevos de oro](#)

El secreto de los negocios que te pueda hacer rico



Si quiere saber cómo vender más de sus productos o servicios, a cualquier persona, “de a uno”, o a las masas a través del internet... sin presionar y tan fácilmente como es para una niña pequeña conseguir algo de su padre... “Descubra la Esencia de Las Ventas... El Secreto Psicológico de los Negocios Que Puede Hacerle Rico”. En este libro de Alvaro Mendoza el autor te revela como en los negocios, como en la vida, hay mucha información errónea que influye negativamente en sus oportunidades de éxito. Le mostraré al menos 2 informaciones erróneas que usted puede haber aceptado. Descubrirás los métodos probados que le ayudarán a que sus clientes potenciales se conviertan en clientes reales, con un poco esfuerzo de su parte. Los clientes potenciales se sentirán atraídos hacia sus

productos o servicios, casi como por arte de magia. Descubrirá los métodos probados que le ayudarán a que sus clientes potenciales se conviertan en clientes reales, con un poco esfuerzo de su parte. Los clientes potenciales se sentirán atraídos hacia sus productos o servicios, casi como por arte de magia.

[Oprime Aquí Para Mas Información sobre El Secreto De Negocios Que Puede Hacerte Rico](#)

El secreto de Marketing de seducción



En este libro, **usted descubrirá...** Cómo convertirse en un experto vendedor, ¡Inclusive si usted odia las ventas! Ninguna cantidad de información de marketing y negocios será verdaderamente importante, si usted no entiende esto primero.

Cómo representar **el papel** de conductor en **su propia** "película de marketing" – así puede llegar a obtener siempre la concreción de la venta.

Cómo dejar de rogar para que le compren, ¡y conseguir que ellos lo persigan a usted para

comprarle!

¡Cómo deslizarse "por debajo del radar" y lograr pasar las defensas que ellos colocan para mantener a los vendedores alejados! Usted podrá escabullirse hasta ellos sin que siquiera se den cuenta, hasta que esté allí.

Cómo conseguir que "se les haga agua la boca" por su producto, ¡inclusive **antes** de que usted les diga de qué se trata!

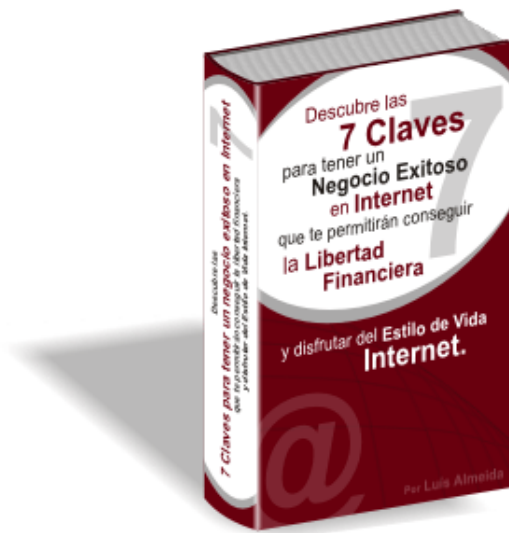
Cómo guiarlos suavemente desde una conversación normal, hasta llegar a una venta – ¡y ellos estarán encantados de que usted *les permita* comprarle algo!

Cómo crear un poderoso vínculo y comenzar una relación a largo plazo con sus clientes, para conseguir repetidas ventas.

Cómo lograr que el poder de un "gurú" trabaje para usted, inclusive si es nuevo en los negocios.

[Oprime Aquí Para Mas Información sobre Los secretos del Marketing de Seducción](#)

7 claves para un negocio exitoso en internet



Este recurso consiste de una grabación de una conferencia la cual fue transcrita para crear un libro digital. En el contenido,

Descubrirá que para ganar más dinero, no necesariamente tiene que trabajar más duro, sino más inteligentemente. Luis explicará el cómo;

Descubrirá las cualidades que le permitirán ganar dinero en Internet y lo mejor de todo de forma automática;

Qué es el **EVI** y cómo puede lograrlo;

Caso práctico: Demostración de cómo se puede vender cualquier cosa a través de Internet (incluso las cosas más inverosímiles);

Cualquiera sea el negocio que usted tenga, puede también estar en Internet. De hecho, **si no está en Internet, está perdiendo dinero;**

"El dinero es una idea". Aplique bien este novedoso concepto y los beneficios de su negocio subirán como la espuma;

Descubra las 4 Etapas para conseguir la libertad financiera;

Descubra las 7 Claves (o pasos) para montar en Internet un negocio de éxito;

Estudio de caso: Caso práctico de un negocio de éxito. Solo este estudio de caso vale varios cientos de miles de dólares. Es imperdible;

Cómo crear múltiples fuentes de ingresos en Internet y automatizarlas...

[Oprime Aquí Para Mas Información sobre Las 7 Claves de Un Negocio Exitoso en el Internet](#)

Aprenda sobre Programación Neuro Lingüística con el Famoso Dr. Edmundo Velasco



ESCUELA SUPERIOR DE PNL
LA EXPERIENCIA HACE LA DIFERENCIA

La PNL, es la Programación Neuro-Lingüística. Es un poderoso método que facilita los procesos de comunicación, aprendizaje y cambio, tanto en el ámbito personal como el organizacional.

Este utiliza los patrones universales de comunicación y percepción que tenemos para reconocer e intervenir en procesos diversos, por ejemplo: Aprendizaje, Terapia, Manejo del estrés, Negociación, Gestión de conflictos, Eliminación de fobias, etc.....

El conjunto de los patrones que modelaron a las personas de éxito y sus influencias teóricas dieron origen a la PNL. La PNL Te Permite Desarrollar Tus Capacidades Naturales y Comenzar a Potenciarlas Para Alcanzar Tus Objetivos

El conocimiento de las técnicas de la PNL te proporcionará las herramientas prácticas para el desarrollo de estados de excelencia personal, te facilitará la comprensión de los procesos mentales, tendrás flexibilidad de comportamiento, desarrollarás el pensamiento estratégico...y mucho más.

[Oprime Aquí Para Mas Información sobre Las 7 Claves de Un Negocio Exitoso en el Internet](#)

Doce Claves para construir un negocio exitoso de Luis E Baron



Este libro se ha convertido en un Best Seller de Amazon. En este libro Luis Eduardo Baron nos revela cómo podemos construir un negocio exitoso sin morir en el intento.

[Oprime Aquí Para Mas Información sobre Las 12 Claves Para Construir Un Negocio Exitoso](#)

Flujo ilimitado de clientes



Video Gratuito de Alvaro Mendoza No. No Es Sobre Algún “Nuevo Truco”... Esto trata sobre *VERDADERO* marketing, el que no cambia, el que ha venido funcionando desde hace más de 100 años y que seguirá funcionando por otros 100 años más. No importa si Google o Facebook gana la “carrera” del tráfico... No importa si YouTube deja de existir...ESTO SIEMPRE VA A FUNCIONAR. El saber hacer verdadero marketing es lo que marca la diferencia entre pequeños emprendimientos y los grandes imperios. Un “nuevo universo” de posibilidades está por aparecer ante tus ojos tan pronto empieces a ver este video, espero estés listo.

[Oprime Aquí Para Mas Información sobre El Flujo Ilimitado de Clientes](#)