

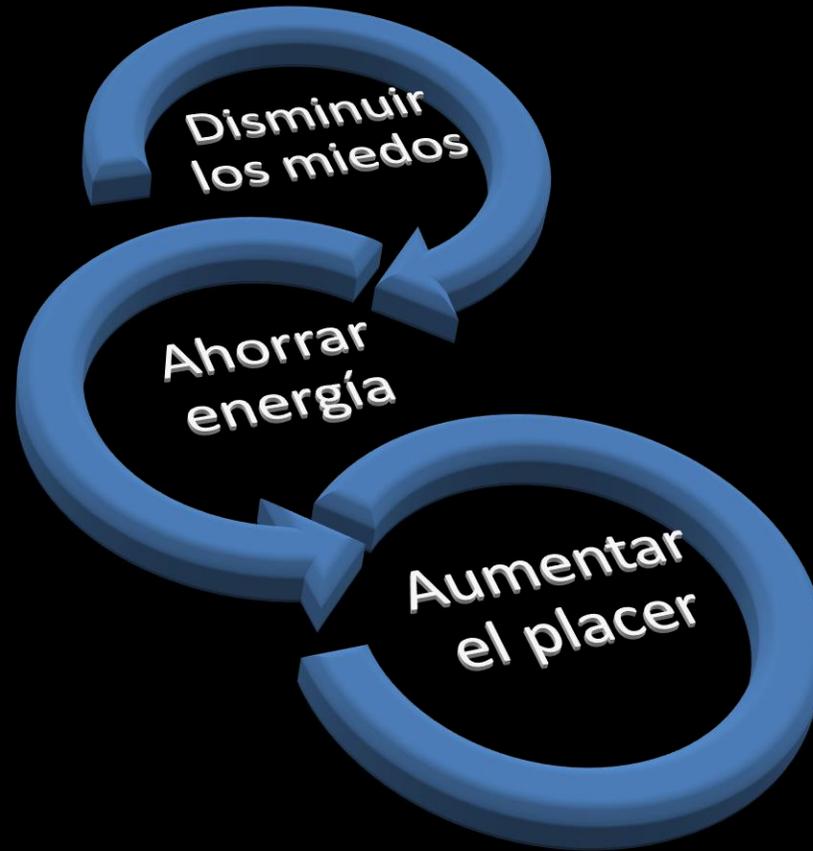


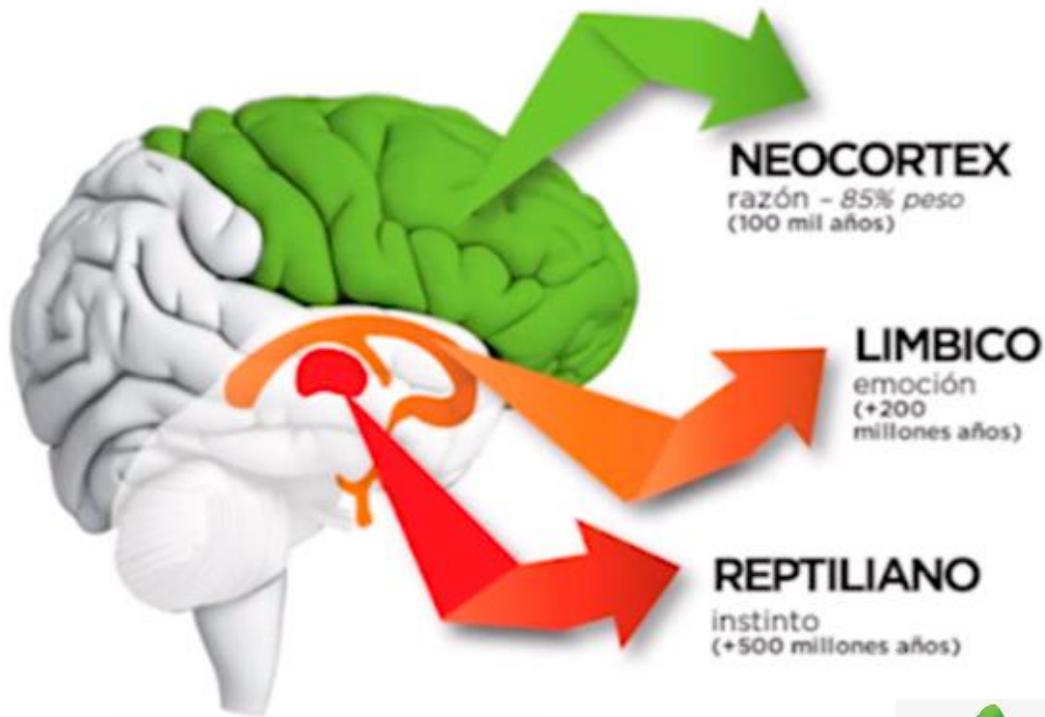
McCain FS Training Program

- ✓ Planificación y Manejo del Tiempo
- ✓ Potencializando oportunidades con el portafolio actual “En Delivery”
- ✓ **Adaptando nuestra forma de vender y relacionarnos con los clientes “Proceso de 6 pasos”**
- ✓ Adaptando los protocolos de manejo de producto

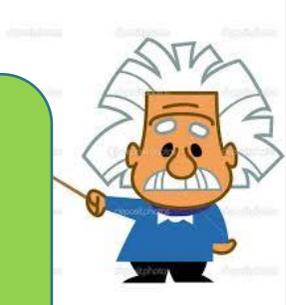


Por que compramos?





Conocimientos
Decisión de compra racional
Del 5% al 15%



Emociones
Decisión de compra emocional
Del 35% al 45%



Actitud
Decisión de compra instintiva
50%
Supervivencia-Defense-Ataque/Huida-Ego



Proceso de Compra

1. Atención
2. Activación sensorial
3. Emoción
4. Cognición
5. Regulador de la acción
(persuasión)
6. Acción



Adaptarse – Escuchar – Observar - Proponer

Como vamos a generar una oportunidad?



Identificar el cliente

Analiza tu cartera de clientes, quienes están activos con el delivery, tipo de comida, busca su menú en internet y las plataformas, que oportunidad ves?

Generar la conversación

Como esta el nivel de venta? Como esta vendiendo? Que opciones esta buscando para expandirse? que ha visto de otros? Que oportunidades a identificado

Identifica el problema

No ha explotado la oportunidad de delivery? O aun no despega la veta? El cliente esta teniendo una Buena experiencia? Que feedback ha recibido

Presente una solución

La solución NO es el producto, es como este puede aportar a disminuir el problema MUY IMPORTANTE, luego presenta varias opciones de productos

Muestre como funciona

Hasta ahora podemos presentar las ventajas del producto y presente fotos y muestras del mismo, ahora si muestra las características del producto

Asegura una buena ejecución

Manipulación optima del producto
Empaque y presentación adecuada
Elementos de "seguridad"

Adaptarse – Escuchar – Observar - Proponer

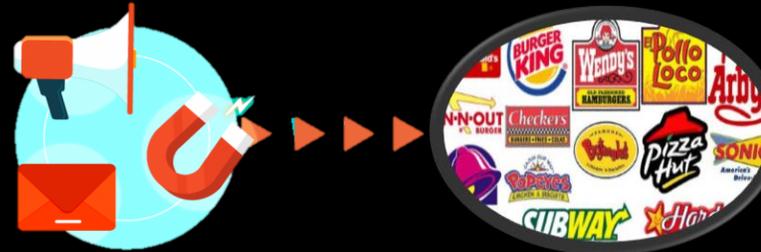
PROCESO DE ASESORAMIENTO



Como identificamos el cliente?



PRE CALL
PREPARATION



CLIENTE

- Conocer el Mercado mapeando clientes por segmento (7C's)
- Priorizar clientes potenciales nuevos y actuales, realizar prospecciones.
- Investigar el cliente potencial
- Identificar las necesidades del cliente
- Establecer objetivos SMASH y personales
- Anticipar las objeciones y limitaciones

Caso practico – Identificación de cliente



Pollos El Hondureño

- 12 Locales a nivel nacional
- Cadena hondureña de pollos
- Segmento de comida rápida local
- Combos familiares y personales
- Autoservicio y servicio a domicilio



Como logramos llevar al cliente a una conversación de apertura?



CONVERSACION

McCAIN Selling System – call

Calidad de la Semilla

- Limitantes / Habilidades
- Conversación de Calidad

Preparar el Terreno

- Influir en la impresión del cliente
- Conversaciones que generen acciones
- Romper el hielo.

La Siembra

- Tiempo disponible?
- Presencia total y absoluta
- Observe - Escuche y hable
- Comunicación Verbal – No verbal

Poda de la Maleza

- Identificar cuales son las creencias?

Cosecha

- Lograste atrapar la Atención?
- Autoevalúate

Papata Food Truck



Cliente MEU, Papata Food Trucks
Fast Food (especialidad en papas)
3 Food Trucks
1 Restaurante

- ✓ Se identificaron las limitantes - Habilidades
- ✓ Se logro una buena impresión.
- ✓ La Conversación genero Acción
- ✓ Se escucho
- ✓ Se logro un compromiso entre AMBAS partes



Como llegamos al problema correcto?



PROBLEMA

¿Comenzamos a estrechar la conversación en los puntos que representan un potencial problema de interés?

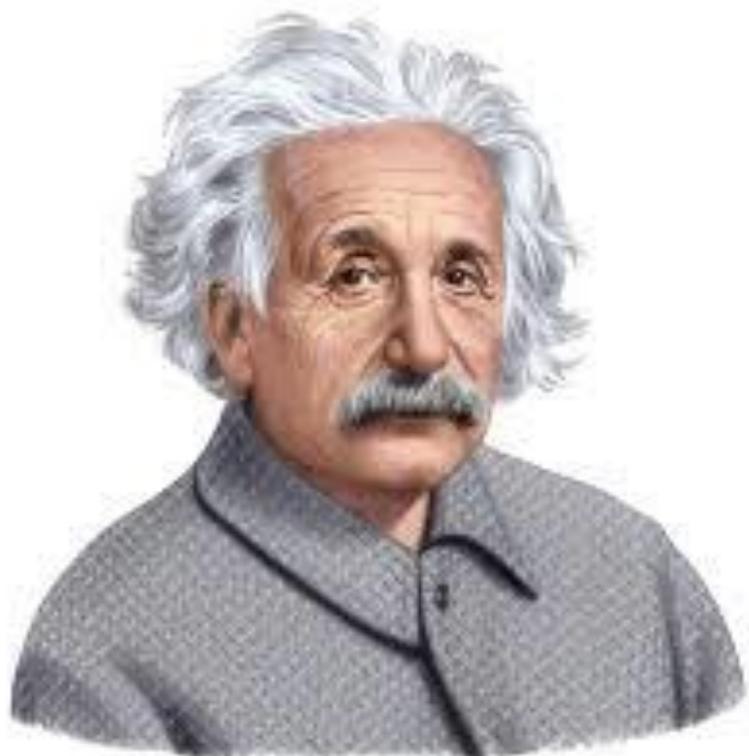
¿Preguntas probatorias?

Apertura a la búsqueda de una solución.

Clave :enamórate del problema”

Busca la raíz

Entiéndelo, siéntelo, profundiza en todas sus aristas



**“Sin crisis no hay desafíos,
sin desafíos la vida es una
rutina, una lenta agonía. Sin
crisis no hay méritos” AE**

EXPLORACIÓN DEL PROBLEMA

¿PREGUNTAS ABIERTAS?

¿Qué te gustaría que el producto tuviera ?

¿Cuál es el asunto que quieres resolver o tu necesidad actual?

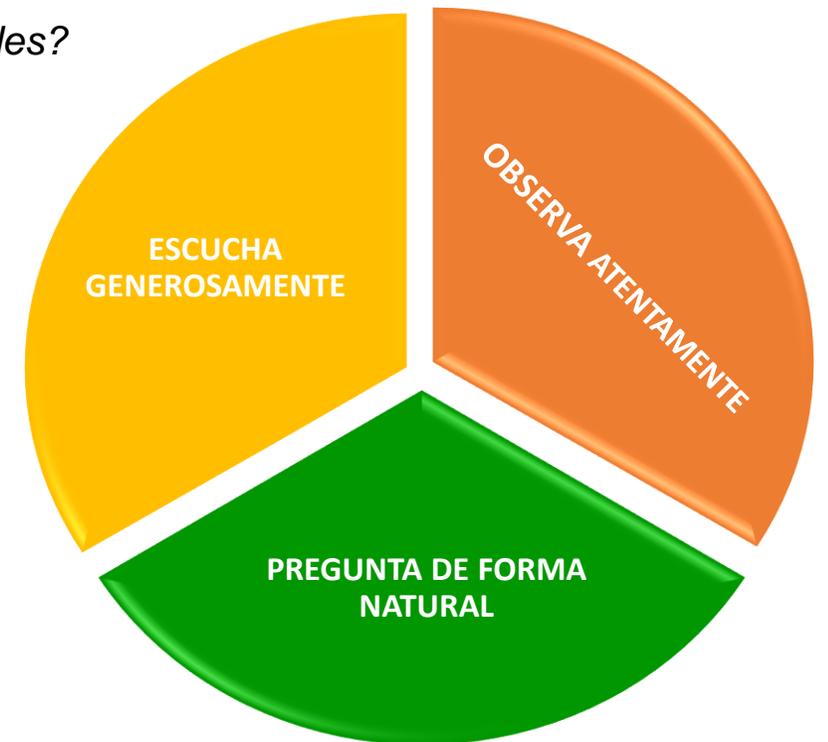
¿Cuánto estás dispuesto a pagar? ¿ Buscas innovacion? ¿ Que demanda tus clientes finales?

IMPORTANTE

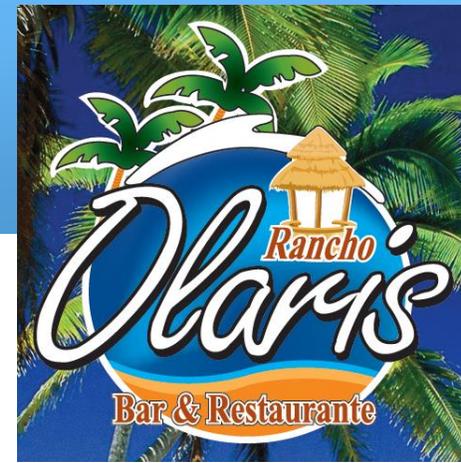
Entender cómo funciona la mente del comprador en la toma de decisiones

ALGUNOS PROBLEMAS:

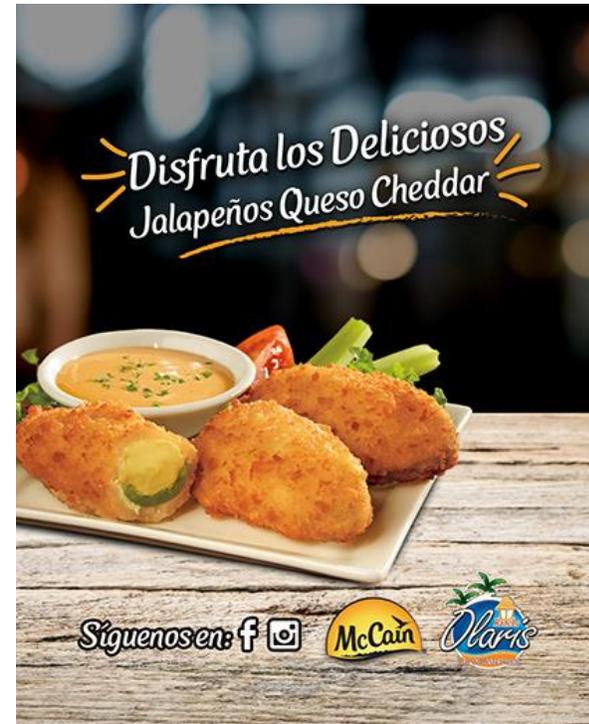
- *Innovacion del menú.*
- *Mermas.*
- *Tiempos de producción.*
- *Precio (producto no adecuado , porción no adecuada).*
- *Calidad no esperable en el producto.*
- *LTO (Oferta limitada de tiempo).*
- *Temas de insatisfacción por parte del cliente final por el producto.*



CASO DE EXITO RANCHO OLARIS



**“La creatividad nace de la angustia
como el día nace de la noche
oscura”.**



Como mostramos que podemos generar una solución viable de valor?



SOLUCION

¿Cómo puedo convertir mi propuesta en una solución que genere valor para mi cliente?

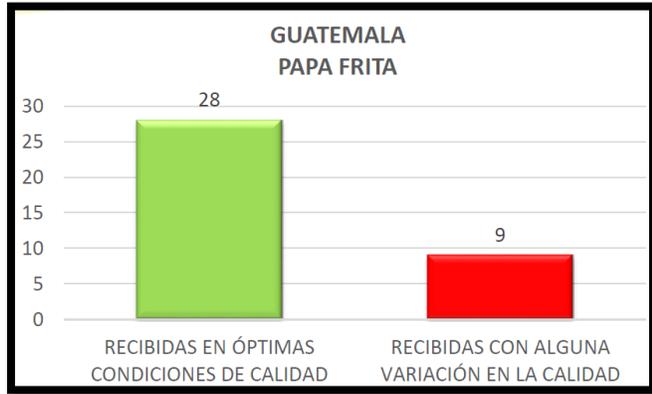
- ✓ ¿cuáles son las variables que afectan el problema del cliente?
- ✓ De esas variables, ¿cómo pueden influir los atributos de mi producto, para que esas variables se conviertan en una solución?
- ✓ ¿La solución propuesta puede ser medible a través del tiempo, para medir la erradicación del problema que existía?
- ✓ Algunas interrogantes que podemos hacernos podrían ser:
 - ¿Cuál es la ocasión de consumo?
 - ¿La experiencia del cliente no es la correcta?
 - ¿Es un tema operacional?



El nivel de satisfacción del cliente es medido medido, para las papas fritas.



Las papas fritas, son el acompañamiento principal del menú de Pollo Campero.



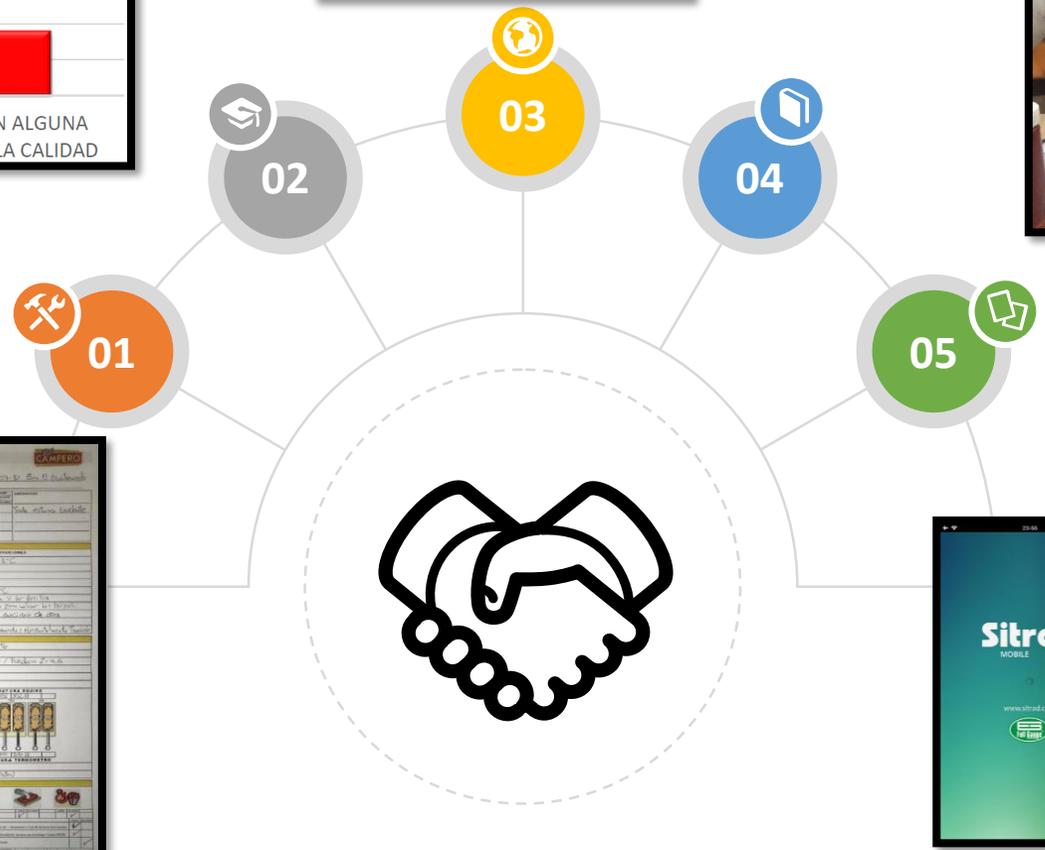
Your Success, Our Solutions

Control de Calidad

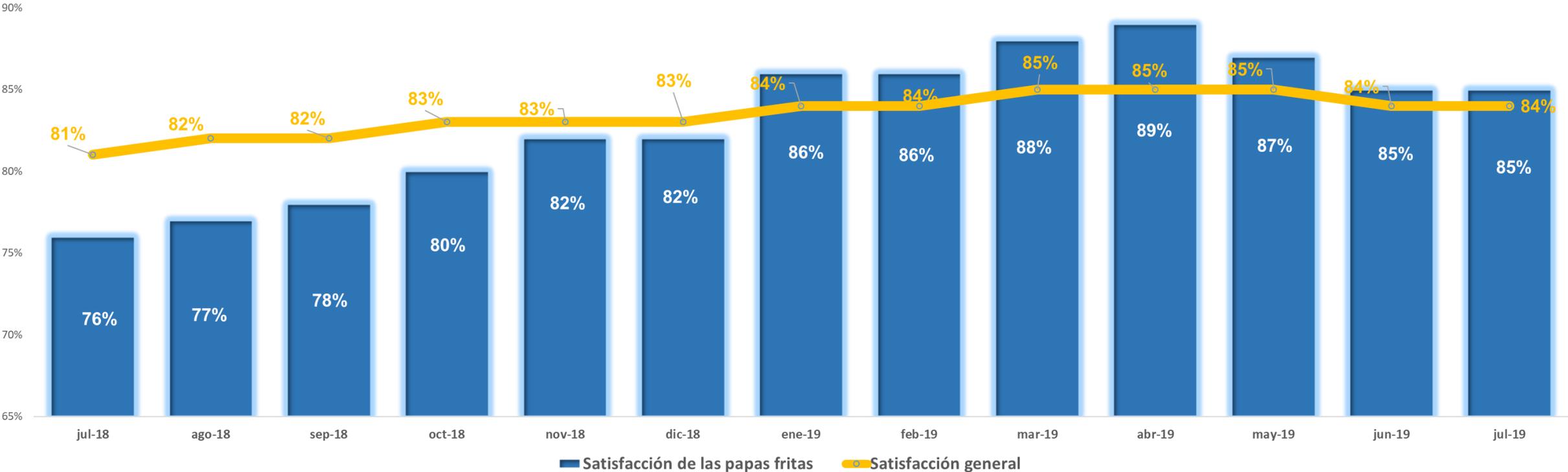
Papa Campero Flavorlast

SKU: 1000004963

- 1 **TEMPERATURA Y ACEITE**
Utilice un termómetro para verificar que la temperatura del aceite y/o muestra sea a 350 F.
- 2 **PRODUCTO CONGELADO**
Lleve el producto directamente del congelador (-10° F) a la freidora. Divida la bolsa de papa en 3 porciones. Asegure que el producto quede completamente sumergido en el aceite a freírse.
- 3 **TIEMPO**
Controle el tiempo de cocción y asegúrese que sea por 3 minutos.
- 4 **ACEITE**
Después de 30 segundos, retire la canasta del aceite y deje escurrir la freidora. Sacuda suavemente para asegurar que todos los productos saquen exceso de aceite.
- 5 **ESCURRIDA**
Completado el tiempo de fritura, incline la canasta 45 grados para ayudar al drenaje de exceso de aceite. Retire el producto inmediatamente a la estación ensambladora utilizando una bandeja no perforada.
- 6 **VIDA ÚTIL**
Este producto tiene una vida útil de 7 minutos en caliente.

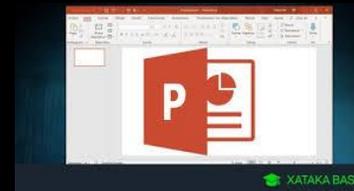



El trabajo en conjunto con el Equipo de calidad y McCain ha permitido elevar la satisfacción de los clientes.



- ✓ Se trabajo con tiendas focalizadas y revisión rigurosa para la implementación de los procesos en benefico de las mejoras.

Presentación del producto generando impacto.



PRODUCTO

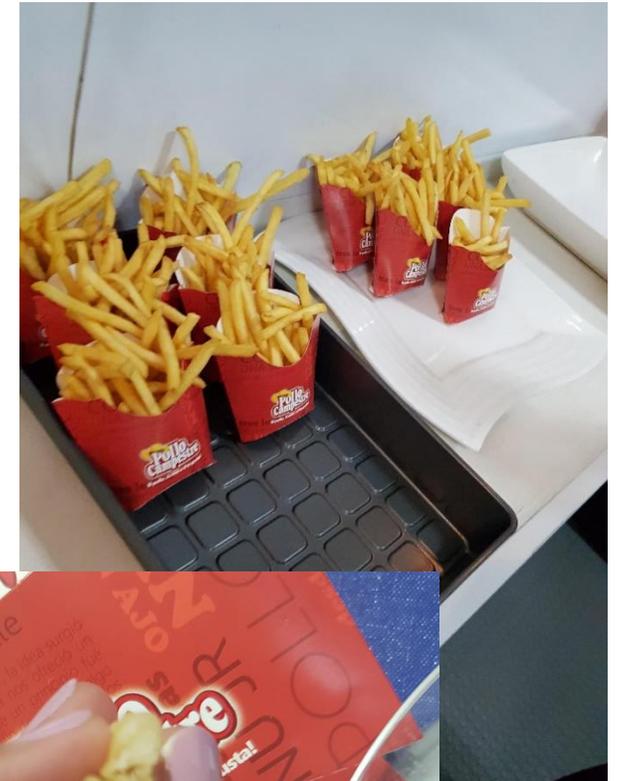
1. Catalogo: Identificar 3 skus que aporten beneficio
2. Muestras Cutting
3. Instrumentos para presentación : canastas
4. Termómetro y Cronometro
5. Verificación previa de procedimientos de fritura (freidora, sartén, horno, etc)
6. Cotización o lista de precios
7. Tabla Costeos por unidad





McCain Selling System Principio #7 Prueba tu oferta

1. Prueba Rendimiento = + porciones por caja + rentabilidad (evidencia solida)
2. McCain mayor contenido de solidos y mejor combinación bastones largos y cortos
3. Papas europeas con pocos solidos y mayor contenido de agua afectan el uso del aceite, menos porciones por caja afecta ganancias (Impacto Financiero)
4. Papa con cobertura ideal para delivery : mantiene crujientes, mayor retención de calor





lobby_es

...



Producto	Precio Caja	Cantidad x CS	Costo Porción	Porción Sug	Costo Porción
Mozzarella Sticks 6X4LB	\$ 64.00	360	\$ 0.18	5	\$ 0.89

MOZZARELLA STICKS		
PRECIO MENU	COSTO COMIDA	GANACIA
\$5.00	\$0.89	\$4.11
	18%	82%



Objeciones

1. Precio
2. Almacenamiento
3. 2ª opción de fritura o Aptz como incorporarlo al menú
4. Tiempo de cocción

Aspectos para garantizar el éxito de la Ejecución



EJECUCIÓN

ROLL Y COMUNICACIÓN.

1. Repasar la Propuesta: (Qué segmento dentro del menú, Cómo será ofrecido (Porción individual o side en Plato).
2. Tiempo: Duración de la ejecución (Temporal o Permanente).
3. Comunicación en Menú: Expuesto de forma correcta, Inducir el consumo en los comensales.

Anticipar Objeciones: "No cambiaré mi menú"

-Menú Inserto

-Table Tends

Aspectos para garantizar el éxito de la Ejecución



EJECUCIÓN

PROCESO DE PREPARACIÓN Y OFRECIMIENTO

1. Conocer la Preparación: **BOH, Trainings, Samplings Staff**
2. Protocolo de Higiene: **Transmitir Seguridad y Confianza.**
3. Persuasión: **Involucramiento de las partes (Chefs, Meseros)**
-Ofrecimiento persuasivo (Up Sells).
-POP.
-Crew Incentive

Aspectos para garantizar el éxito de la Ejecución



EJECUCIÓN

PROPUESTA GANADORA

1. Producto Disponible: **Disponibilidad del Producto con suficiente inventario.**
2. Precio Óptimo: **Estrategia de Precio correcta basado en costo porciones vs expectativas de ventas.**
3. Seguimiento Post Venta: **Evaluar impactos en la ejecución.**

POLLO ENTERO B/.9.75
(CON YUCAS Ó PAPAS Ó PATACONES)

1/2 POLLO B/.5.75
(CON YUCAS Ó PAPAS Ó PATACONES)

1/4 POLLO B/.4.00
(CON YUCAS Ó PAPAS Ó PATACONES)

COSTILLA ENTERA B/.9.75
(CON YUCAS Ó PAPAS Ó PATACONES)

1/2 COSTILLA B/.5.75
(CON YUCAS Ó PAPAS Ó PATACONES)

1/4 COSTILLA B/.4.00
(CON YUCAS Ó PAPAS Ó PATACONES)

Combo de Picada B/.15.50
1/2 POLLO + 1/2 COSTILLA
+ 1 CHORIZO + 1LL. COCACOLA
(CON YUCAS Ó PAPAS Ó PATACONES)

MIXTO B/.9.75
1/2 POLLO + 1/2 COSTILLA
(CON YUCAS Ó PAPAS Ó PATACONES)

CHORIZO B/.3.75
(CON YUCAS Ó PAPAS Ó PATACONES)

ACOMPAÑAMIENTOS

YUCA	B/. 1.50	AGUA
PAPAS	B/. 1.50	SODA
PATACONES	B/. 1.50	CHICHA

Pruebalas!!

Hot Chicken
100% Asado al Carbon



Hot Chicken



Fast Food
3 Outlets
Menu Chicken Grill
Vol Fries 350 cs mes
Vol Apptz 60 cs mes
TOTAL 410 cs mes



DELI PAPAS
SALSAS: LIMÓN | HONEY MUSTARD | PARMESANO

B/1.95

Leonardos



Leonardos



QSR
16 Outlets
Menu Pizza
Vol Fries 130 cs mes
Vol Spec 150 cs mes
Vol Apptz 20 cs mes
TOTAL 300 cs mes

El Asador



Fast Casual
3 Outlets
Menu Traditional
Vol Fries 120 cs mes
Vol Apptz 70 cs mes
TOTAL 290 cs mes

Preguntas?



JUNTOS, MÁS FUERTES