A continuación, te proporcionamos los argumentos comerciales que deberás memorizar ya que se trata de elementos clave en tu desempeño comercial en entrevista con médicos o bien dentro de los ejercicios de rol play que se te realizaran de manera constante para enriquecer tu labor de ventas. Adicionalmente podrás realizar ejercicios por tu cuenta tomando como base la rúbrica que aparece en la página posterior para medir tu nivel de desempeño.

BACIO

Efecto ROSADO LABIOS es único, hidrata y redefine – NO da volumen NO es un Filler

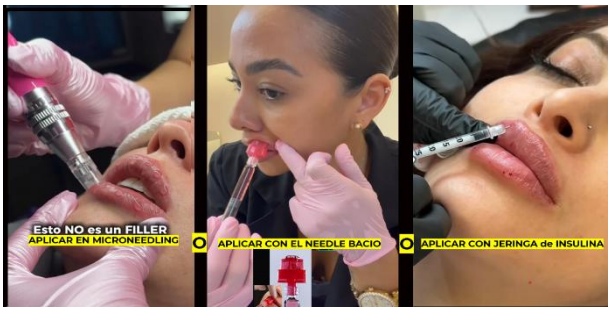
1. No olvides llevar contigo el folleto del producto para que lo uses como soporte.
2. Inicia mencionando que Bacio es un producto ÚNICO en el mercado que da un efecto rosado natural, redefiniendo y rehidratando gracias a la combinación de la vitamina B12 y el AH libre y NO reticulado (20 mg) de varios pesos moleculares.
3. Bacio es ideal para pacientes:
    a. Que rechazan el volumen de los fillers.
    b. Buscan esos labios rosados e hidratados que no dan los fillers.
    c. Que quieren prolongar los efectos del filler.
4. Muestra las fotos del folleto.
5. Menciona que Bacio se pone en 2 a 4 sesiones cada 20 días, repitiendo 2 o 3 veces al año, durante sesión de fillers o entre sesiones.







6. El método de aplicación es con microneedling, con jeringa de insulina o con nuestro needle.



7. Bacio contiene 2 jeringas de 2.5 ml. Se aplica ½ jeringa por sesión si solo se trabajan labios o 1 entera si se trabaja también la zona del código de barras y mejillas.
8. El costo normal es de $4,800 la caja sola o de $5,500 la caja con 2 needles. Con nuestra promoción de 5+1 cada jeringa sale en $2,000 y tu puedes cobrarla a tu paciente a $4,500 (alta rentabilidad) y la caja con 2 needles $4,583. Si solo usas ½ jeringa cada sesión te cuesta $1000 y tú puedes cobrarla mínima en $4,000



BACIO

Objetivo: Medir el nivel de desempeño del KAM respecto de los criterios comerciales que se utilizan en ejercicios de role play o en entrevistas reales con clientes, evaluando su gestión estratégica y comercial mediante criterios claros, objetivos y medibles.

Objetivos específicos:

1) Elimina la subjetividad del evaluador.
2) Garantizar la equidad.
3) Medir la retención del conocimiento.
4)Identificar brechas de habilidades.
5) Facilitar la retroalimentación.

Criterio	Niveles de desempeño				
	Excelente 100%	Bueno 75%	Regular 50%	No satisfactorio 25%	No se presenta 0%
FOLLETO	Lleva consigo el folleto del producto y lo usa como soporte a su conversación.			Lleva el folleto del producto, pero no lo usa como soporte a su conversación	No lleva el folleto consigo
UNICIDAD DE LA FÓRMULA	Menciona que Bacio es un producto único en el mercado que da un efecto rosado natural, redefiniendo y rehidratando gracias a la combinación de la vitamina B12 y el AH libre y NO reticulado (20 mg) de varios pesos moleculares.		Menciona la unicidad del producto, pero no su fórmula o viceversa		No menciona los conceptos
PACIENTES POTENCIALES	Menciona que Bacio es ideal para estos 3 tipos de pacientes: a.Que rechazan el volumen de los fillers.; b.Buscan esos labios rosados e hidratados que no dan los fillers.; c.Que quieren prolongar los efectos del filler.	Menciona solo dos tipos de pacientes.	Menciona solo un tipo de paciente.	No es capaz de mencionar ningún tipo de paciente	No toca el tema en su conversación
FOTOS Y MÉTODO DE APLICACIÓN	Muestra y explica el método de aplicación con las fotos de los casos clínicos del folleto.			Muestra, pero no explica el método de aplicación	No muestra las fotos
COSTOS	Explica de manera correcta y sin errores los costos y los casos de uso	Explica de buena manera, pero tiene áreas de oportunidad sobre los costos y los casos de uso	Explica de manera regular con varias áreas de oportunidad los costos y los casos de uso	Explica de manera no satisfactoria y con varios errores los costos y los casos de uso	No toca el tema en su conversación