

# ¿Cómo vender bien?

¡Porque vender no es solo ser simpático y buena persona!

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

Proyecto nº 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

# Objetivos de aprendizaje

- Entender la venta como un proceso articulado
- Aprender y aplicar técnicas de ventas a su negocio
- Descubrir las necesidades del cliente a través de preguntas abiertas
- Gestionar de las objeciones de los clientes

# Unidades de aprendizaje

Vamos a ver 4 vídeos:

- Fases del proceso de venta
- Técnicas de venta
- Preguntas abiertas para la venta
- Gestión de objeciones

# ¡Maximicemos las ventas!

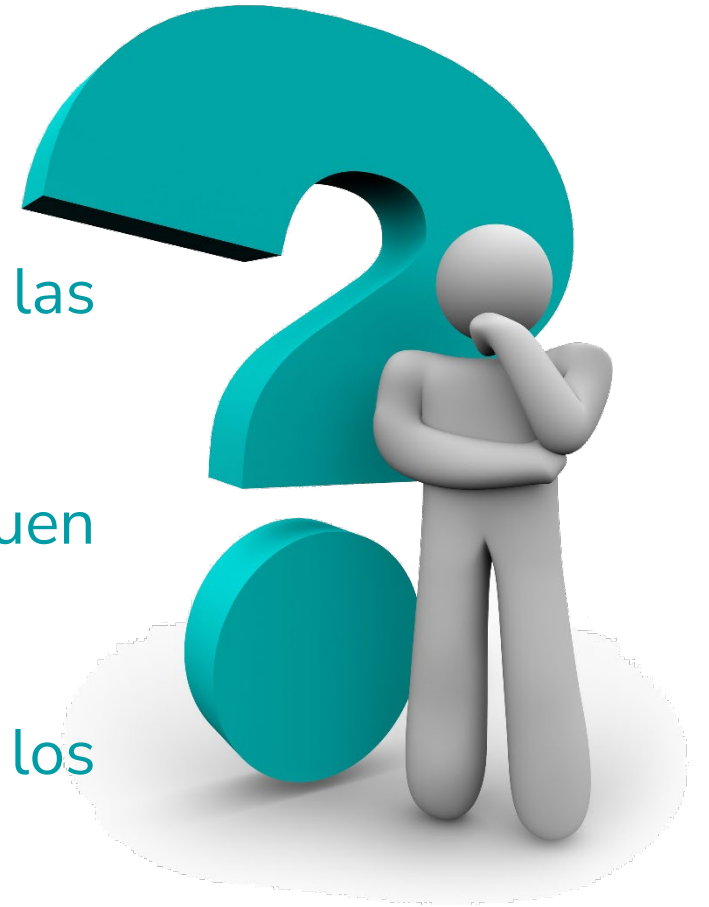
# Fases del proceso de venta

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

Proyecto nº 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

# El proceso de ventas: Definición

- El proceso de venta es:
- La secuencia de etapas necesarias para convertir las oportunidades en una venta.
  - No todos los procesos de venta son iguales, ni siguen las mismas etapas.
  - Depende del tipo de negocio, la naturaleza de los productos o servicios e incluso el perfil del cliente.



# El proceso de ventas: Definición

---

Si usted es autónomo

- Es probable que realice más ventas transaccionales.
- Cada venta se concluirá durante el contacto con un cliente.

Si usted es una pequeña o mediana empresa

- Es probable que haga ventas más complejas
- Con un ciclo de ventas más largo
- Que requieren más preparación



# El proceso de venta: Etapas



Acercarse al cliente



Descubrir las necesidades del cliente



Ofrecer una solución



Cerrar la venta (acuerdo)



Finalizar la venta y seguimiento (entrega del bien o servicio)





# Acercarse al cliente

- Objetivo: hacer que el cliente se sienta bien y quiera hablar con usted
- Presentarse
- Explicar el motivo de la cita o llamada
- Definir un contexto
  - Nombre de la persona que te presentó
  - La conferencia a la que ambos asistieron
  - Cualquier otra situación que cree relación
- Crear una atmósfera de confianza
- Dar una buena primera impresión
- Esté atento a áreas u opiniones de interés común
- Traer una actitud positiva y sincera



# Descubrir las necesidades del cliente

- Hacer hablar al cliente
- Hacer preguntas abiertas
- Escuchar, escuchar, escuchar
- Primero tratar de entender
- Compruebe que ha entendido correctamente
- Repite lo que has entendido
- Esté atento a posibles objeciones
- Si todo va bien, da el siguiente paso
- Si no, continúe haciendo preguntas



# Ofrecer la solución

---

Presentando nuestra solución al problema

---

Referencia a las necesidades del cliente

---

Introducir ayudas visuales para facilitar la comprensión

---

Mostrar el producto físico que está tratando de vender

---

No distraigas al cliente con demasiados detalles

---

No hagas promesas que no puedes cumplir

---

# Cerrar la venta



Hacer la pregunta de cierre que da tanto "miedo" a los vendedores.



Estar preparado para manejar posibles objeciones



Basarse en la información obtenida en el análisis de las necesidades



Establecer un proceso para entregar el bien o servicio



# Finalizar la venta y seguimiento





# Sales Techniques

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439



---

## Sales techniques

Here are some sales techniques to professionalise your sales work:

- Tell a great story
- Put yourself in the buyer's shoes
- Magnify their pain
- Resolve major objections immediately
- Contact a potential customer immediately



**Funded by  
the European Union**







# Sales techniques

- Always be positive
- Forget lost sales
- The customer is right about everything
- Take your customer by the hand
- Be flexible



Funded by  
the European Union



---

## Sales techniques

- If you want to know more, please visit the section in the platform



# Preguntas abiertas

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

Proyecto nº 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439



# Ventajas de las preguntas abiertas

Las preguntas abiertas son una herramienta poderosa durante la etapa de análisis de necesidades, algunas de las cuales se enumeran a continuación:

- Proporcionan una información valiosa
- Crean una relación de confianza



# Beneficios de las preguntas abiertas

Fomentan el diálogo

Descubrir oportunidades de venta

Cree una experiencia de ventas más satisfactoria

# Preguntas abiertas: Ejemplos

---

- Ya hemos visto el poder de las preguntas como un arma de persuasión, muy superior a las declaraciones.
- Sin embargo, no todas las preguntas abiertas son adecuadas para todo tipo de ventas.
- Proponemos algunas preguntas a continuación.
- Tendrás que adaptarlos a tu negocio y a tu estilo de comunicación manteniendo su utilidad.





# Preguntas abiertas: Venta de Servicios

- ¿Cuál es su experiencia en la contratación de servicios similares al nuestro?
- ¿Cómo describiría su necesidad específica de servicio y cómo cree que podemos ayudarlo?
- ¿Qué tipo de resultados espera obtener al contratar nuestros servicios?
- ¿Ha tenido alguna experiencia previa con nuestra empresa o con alguien que ha contratado nuestros servicios?
- ¿Cómo valora la calidad de nuestros servicios en comparación con otras empresas similares?

# Preguntas abiertas: Venta de Servicios

- ¿Qué criterios utilizaría para elegir entre las diferentes opciones de servicio disponibles?
- ¿Le gustaría que nuestro servicio se personalizara para satisfacer sus necesidades específicas?
- ¿Qué tipo de comunicación y seguimiento espera de nuestra empresa durante la prestación del servicio?
- ¿Cuál es su opinión sobre nuestra política de precios y tarifas, y cree que son justas y competitivas?
- ¿Recomendarías nuestros servicios a otros clientes? ¿Por qué o por qué no?

# Preguntas abiertas: Ventas de productos

- ¿Cuáles son sus necesidades específicas con respecto a este producto?
- ¿Qué tipo de problemas ha enfrentado con productos similares en el pasado?
- ¿Cómo planea utilizar este producto en su negocio/ vida diaria?
- ¿Qué características del producto son más importantes para usted?

# Preguntas abiertas: Ventas de productos

- ¿Alguna vez ha probado este producto antes? Si es así, ¿cuál fue su experiencia?
- ¿Cómo prefiere pagar por el producto? ¿Está buscando ofertas o promociones?
- ¿Tiene alguna pregunta adicional sobre el producto o el proceso de compra?
- ¿Hay algo más en lo que pueda ayudarle a tomar su decisión de compra?



# Gestión de objeciones de ventas

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

Proyecto nº 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

# Definición

- Las objeciones de venta son obstáculos que los clientes potenciales plantean durante el proceso de venta.
- Pueden ser una preocupación, una pregunta o duda que el cliente tiene sobre el producto o servicio que se vende.
- A continuación, se presentan algunas de las objeciones más comunes en la venta:
- Una objeción de ventas es cualquier preocupación que un prospecto plantea en referencia a una barrera que obstruye su capacidad para comprar de usted - una indicación explícita de que usted tiene que abordar más aspectos del proceso de compra de lo que inicialmente se anticipó.

# Objeciones comunes

❑ Falta de presupuesto: "Es demasiado caro"

Esta es la objeción más común

Posicionar el bien o servicio y demostrar su valor.

❑ Falta de confianza: "Nunca he oído hablar de su empresa"

La gente hace negocios con gente que conoce y en la que confía.

Establecer una buena relación de confianza



# Objeciones comunes

## ❑ Falta de necesidad

No veo cómo esto puede ayudarme

Esta objeción es una oportunidad para iniciar una conversación para obtener información para el prospecto y dar información.

## ❑ Falta de urgencia

Este problema o necesidad no es importante para mí en este momento

Averigua si el momento es realmente un problema o si el cliente simplemente se está retirando.

Si el momento es realmente un problema, puedes cerrar la conversación.

# Gestión de objeciones

- Practicar la escucha activa

Escuchar para entender, no responder

- Evitar la interrupción

Dejar espacio para que expresen sus preocupaciones

Repite lo que has oído

Esto le ayuda a entender si ha escuchado correctamente

El cliente potencial se sentirá respetado y valorado, lo que genera confianza

- Validar las preocupaciones del cliente potencial

Reconoce sus preocupaciones y explica la solución que estás ofreciendo

# Gestión de objeciones

- Haga preguntas de seguimiento en forma de preguntas abiertas

Cuanta más información tengas, más probabilidades tendrás de cambiar la objeción

- Aprovechar la prueba social

Comparte la historia de otro cliente que tenía la misma preocupación

- Anticipar las objeciones de ventas

La forma más efectiva es predecirlos Mantenga un registro de las objeciones que recibe con más frecuencia

