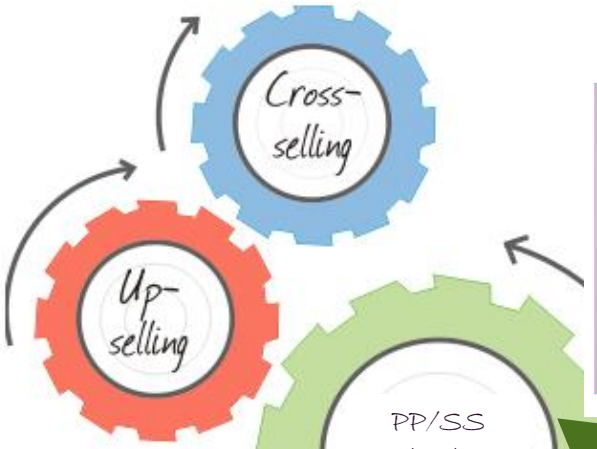


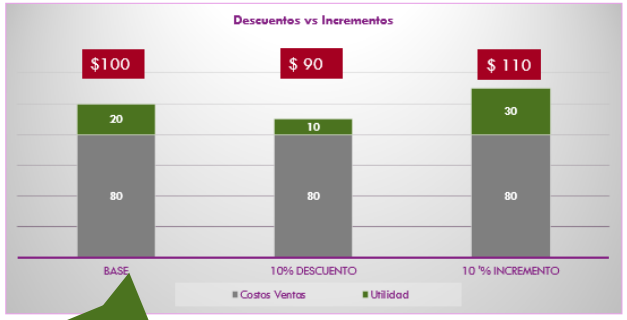
VENTAS Y MANEJO DE OBJECIONES

DEC
TU EMPRENDIMIENTO CONSCIENTE
SESIÓN 8

EN CAPÍTULOS ANTERIORES...


Propósito (trascender)
Visión Personal
7 Pilares de Vida (... Negocio)
Tu Modelo de Negocios
Emprendedora Empresaria
Decisiones
Delegación
Tiempo
Finanzas
Tuyas
- Tu sueldo
- Tu presupuesto
Tu Negocio
- Estado de Resultados Ejecutivo
- Punto de Equilibrio
- Flujo de Caja





Bump Offer

PP/SS GRATUITO

PP/SS MÍNIMO

PP/SS MEDIO

PP/SS ESTRELLA



A ATENCIÓN

I INTERÉS

D DESEO

A ACCIÓN

+ Estrategias Mkt

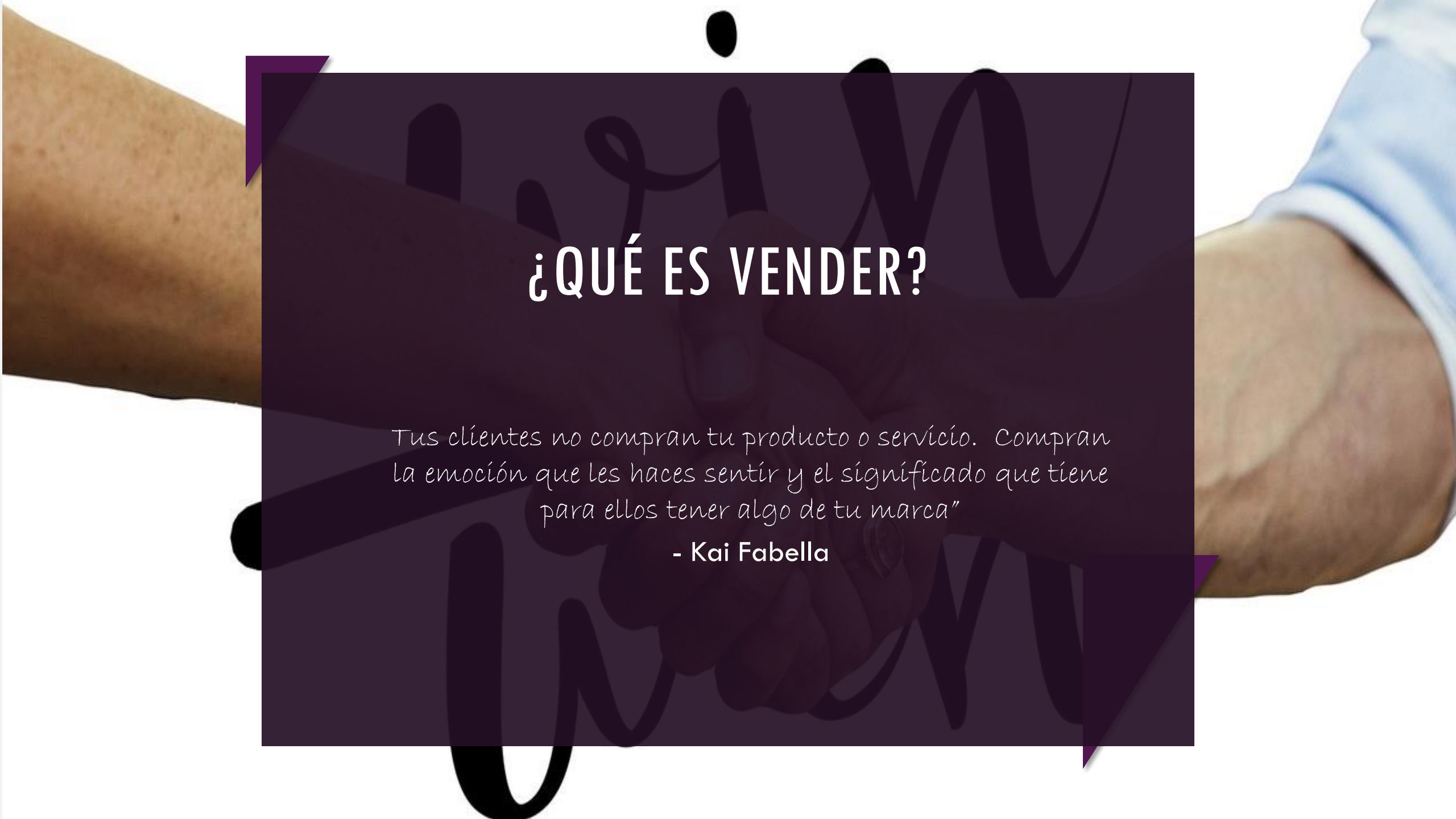
Costo adquisición

Valor de Vida

TU TURNO

1. Define qué estrategias de mkt utilizarás
2. Realiza tu elevator pitch de 1 minuto.
3. Haz un mensaje AIDA
4. Unete a una “red” de Networking





¿QUÉ ES VENDER?

Tus clientes no compran tu producto o servicio. Compran la emoción que les haces sentir y el significado que tiene para ellos tener algo de tu marca"

- Kai Fabella

¿QUÉ ES VENDER?

Ayudar Profesionalmente a otra persona a Comprar.

Creencias...



Creencias

Algo que TÚ sostienes como verdad...

CREENCIAS QUE TÚ TIENES SOBRE…

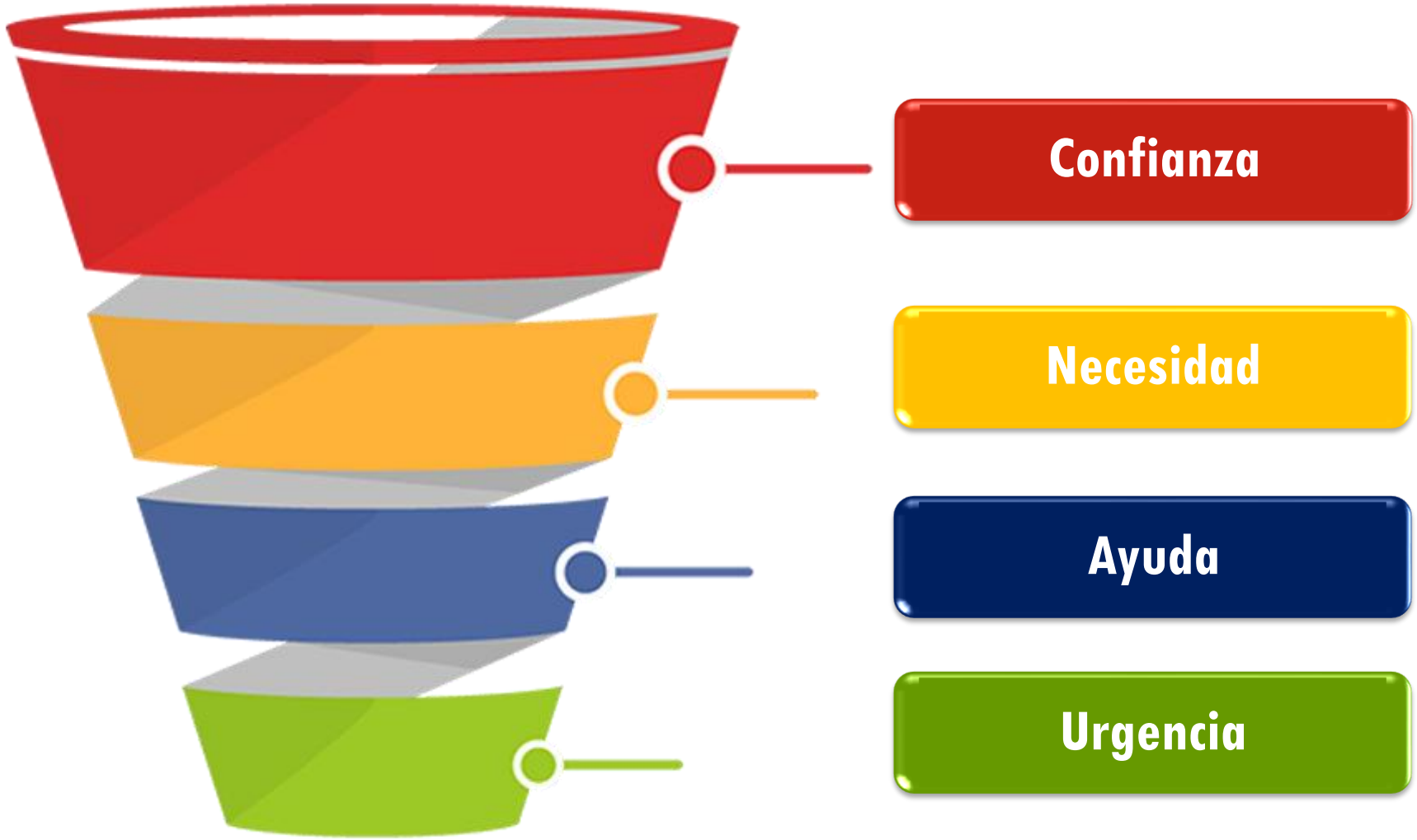


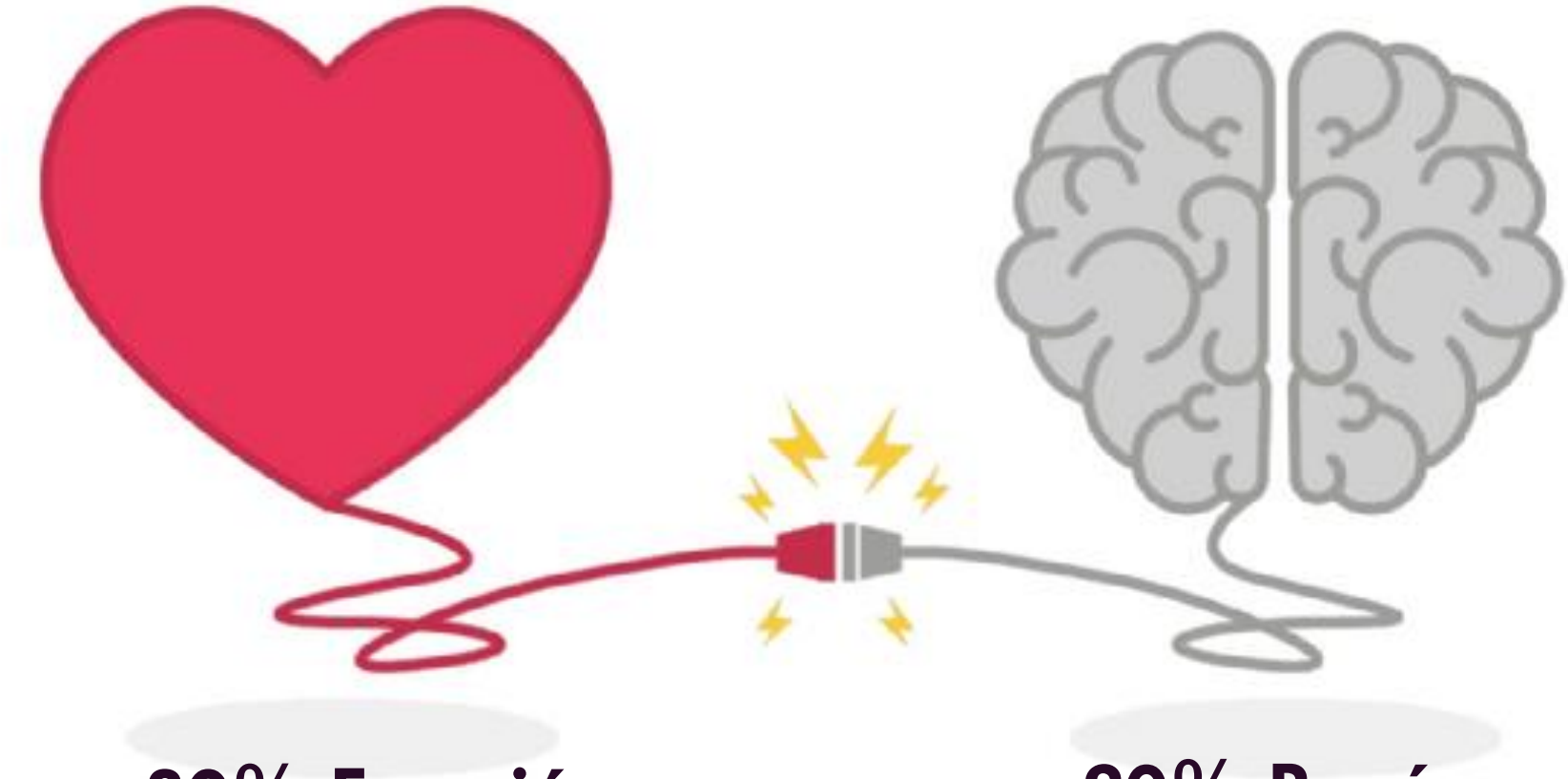
Vendedores

Clientes

Producto/Servicio

Ganando el derecho a tener un CLIENTE.

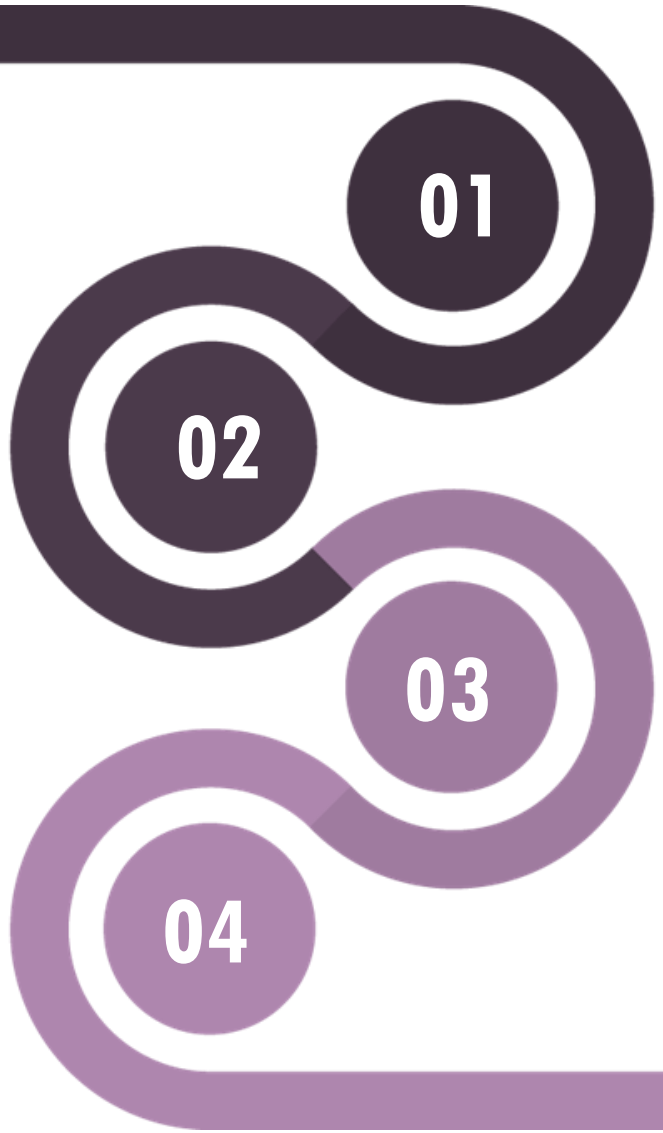




80% Emoción

20% Razón

El Guión de Ventas



Introducción

- Saludo
- Identificación
- Romper el hielo / contacto con la persona

Sondeo de necesidades

- Preguntas cerradas
- Preguntas abiertas

Exposición del producto o servicio

- Puntual
- Concreto
- Ofrecer beneficios
- Manejo de objeciones

Cierre de negocio

- Elaboración del pedido
- Concertación cita o pedido

LA MEJOR ARMA DE UN VENDEDOR



Preguntas

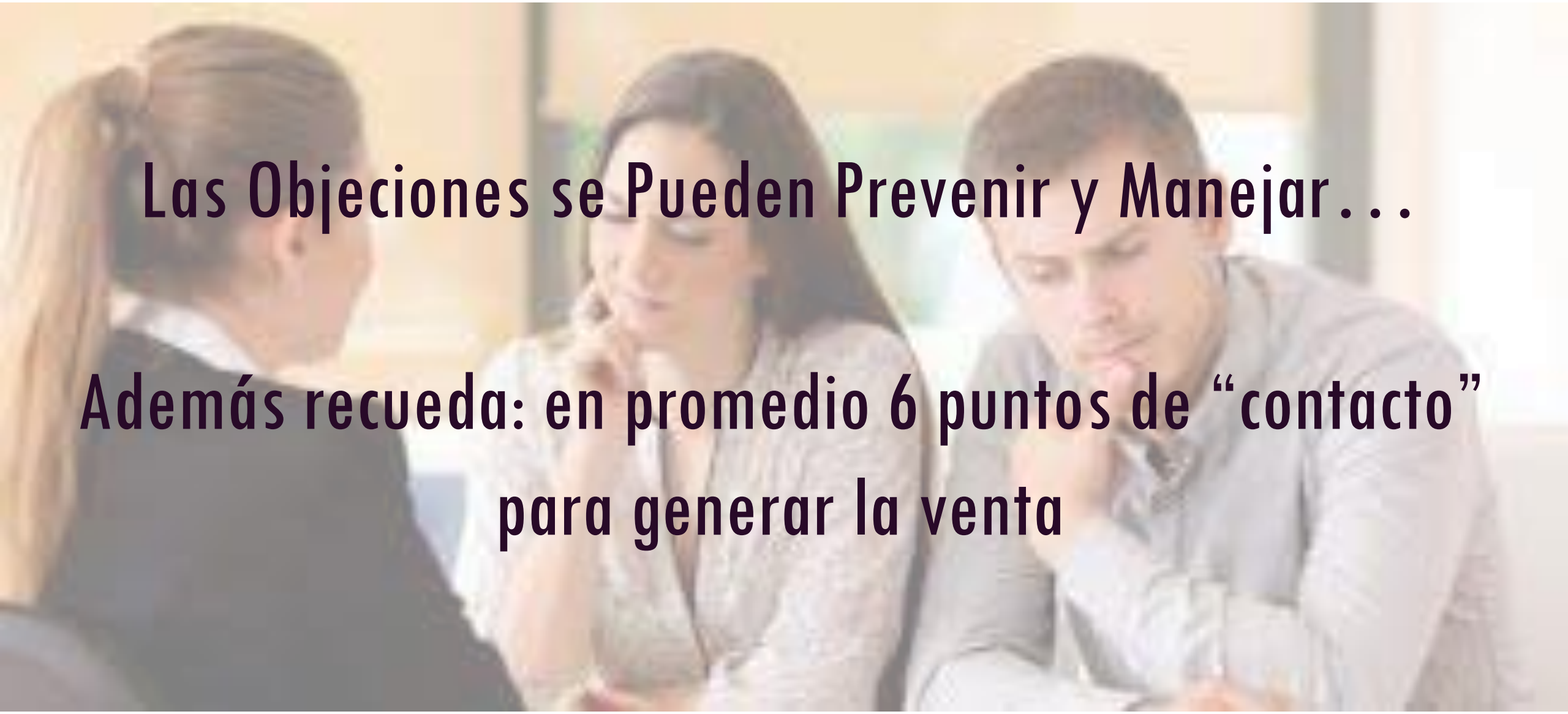
Haz que tu Prospecto haga la Venta por ti.

Indaga y procura que responda muchos “si”

¿DE QUÉ HABLAR CUANDO YO TENGO QUE HABLAR?

- **PREGUNTAS +++**
- **BENEFICIOS ++**
- **VENTAJAS +**
- **CARACTERÍSTICAS +**
- **BENEFICIOS ++**





Las Objeciones se Pueden Prevenir y Manejar…

Además recueda: en promedio 6 puntos de “contacto” para generar la venta

OBJECIONES

- Con el producto o servicio
- Con el vendedor/Empresa
- Con el Comprador

MANEJANDO LAS OBJECIONES … QUÉ ES UNA OBJECIÓN

- Es un NO “tímido” ⇢ No sabe como decir que no.

- Es un SI “tímido” ⇢ El prospecto quiere más información para tomar la decisión, porque:
  - No le quedó claro el beneficio.
  - No conectó emocionalmente con la solución.
  - No ahondaste en el deseo, miedo o anhelo que busca cubrir.

ActionCOACH
BUSINESS COACHING

CÓMO RESOLVERLO

Si ya conoces las principales objeciones, incorpora en tu speech de ventas los beneficios al respecto.

Plantéaselas como preguntas para que te respondan “SI”

Genera una conversación donde los “SI” sean reiterados

Cuando te indique la objeción, recuérdale/pregúntale desde todos los “SI” que te dio, que le faltaría para tomar la decisión.

Presta atención a si tu producto o servicio realmente es de su interés o no, para evitar un desgaste innecesario de ambas partes en la conversación.

Ofrece la solución desde la razón pero utilizando la emoción

MANEJANDO LAS OBJECIONES ... INDAGANDO

Acuerdo

Volver al último punto en el que mostró acuerdo contigo.

MANEJANDO LAS OBJECIONES … INDAGANDO

Buscando todas…

¿Alguna otra razón aparte … ?
O ¿puedo preguntar cuál es … ?



MANEJANDO LAS OBJECIONES … INDAGANDO

Tomando la Temperatura

Si ___(razón)___ se arregla ¿Procedería … ?

MANEJANDO LAS OBJECIONES

En tu speech

- Si ya conoces las principales objeciones, incorpora en tu speech de ventas los beneficios al respecto.



SUPERAR LAS OBJECIONES…

- **Es muy caro…** – Usa contenido clave basado en valores para demostrar como empleando tu producto y/o servicio generaría mayores beneficios, y así poder pagar tu producto y/o servicio.
- **No tiene Tiempo** – Se reduce a no tener la solución en su lugar; busca el daño, déjalo sentir el dolor.
- **No los conozco** – Busca testimonios/experiencias de conocidos, referidos. Muestra proyectos exitosos.
- **Incertidumbre –** Hoy el entorno en el que vivimos es incierto, nunca es “el mejor momento”.

TU TURNO

1. Lectura del documento: “Técnicas de Cierre de Ventas - Compendio” elige las que más te gusten y ponlas en práctica de inmediato.
2. Identifica dos objeciones principales en tus compradores y desarrolla un guión o speech al respecto.
3. Haz un esbozo o borrador de tu guión de ventas.

