



5 PASOS PARA VENDER UN PRODUCTO Y/O SERVICIO

El mercado ha cambiado por eso es clave conocer que esperan los clientes que demandan un producto y servicio, lo importante es comenzar a identificar que es lo que te dices constantemente acerca de las ventas, los clientes, el mercado, el producto y/o servicio que ofreces, así mismo lo que lo que piensas cada vez que vas a realizar un seguimiento, porque es allí de donde parte el éxito o no éxito de las ventas.

PRIMER PASO - MENTALIDAD

Quiero invitarte a que hagas un listado de cada palabra y frase que te repites constantemente y que consideras que son negativas, allí estarás avanzando en el primer paso que es generar consciencia de lo que hoy te está generando un bloqueo, ahora lo que debes hacer es cambiar de enfoque y para ello es importante que al frente de cada palabra o frase escribas lo opuesto y armes una nueva frase de forma positiva y empoderante, ejemplo:

El mercado esta difícil - **El mercado está retador, por lo tanto, debo reinventarme**

Los clientes no me contestan – **Los clientes responden a mi seguimiento a través de diferentes canales: telefónico, digital, WhatsApp etc.**

Una vez las hayas escrito debes repetirlas constantemente y dejaras visible en donde las puedas ver y leer mínimo 3 veces al día, a través de la repetición tu cerebro va a tomar estas nuevas frases y palabras como ciertas y vas a empezar a creer que, si es posible, recuerda realizar esta actividad durante 15 días consecutivos.

Ahora vamos con la segunda parte y es sobre el proceso donde la clave es poder identificar cual es la motivación real del cliente para la compra del producto y/o servicio que le estás ofreciendo, esto te permitirá lograr una negociación efectiva, pero para ello es importante que te enfoques en el proceso no en el resultado.



SEGUNDO PASO - PRIMER IMPACTO

¿Sabías que tan solo tienes 30 segundos para impactar en alguien positiva o negativamente? Es importante tener en cuenta que tu primer impacto debe ser ganador, para ello es importante que trabajes en tu actitud, tu lenguaje verbal y no verbal, así no expreses lo que estás pensando tu cliente lo puede identificar sin necesidad de que se lo digas. Si estás pensando en que lo que haces no te gusta, que el mercado está difícil, que lo que vendes no es tan bueno o que hay demasiada competencia, estos pensamientos generan una emoción y esta emoción te lleva a un resultado que te aseguro no será nada positivo, por esta razón es clave que cambies tus pensamientos y ese dialogo interno que no te permite alcanzar tus resultados en ventas, cree en ti, valora tu trabajo, enamórate de lo que vendes, apasionate con lo que haces solo de esta forma podrás generar una buena conexión con tu cliente y podrás transmitirle que es contigo con quien debe hacer el negocio.

TERCER PASO - PREGUNTAS PODEROSAS

¿Como encontrar la motivación de compra de mi cliente? Primero es importante tener una conversación con él, aprender a escuchar es muy importante porque hay información que puede ser clave a la hora de presentar nuestro producto y/o servicio.

Cuando quieres identificar la motivación real compra de tu cliente hay que trabajar en conversaciones fluidas no en encuestas donde lo abordas con una pregunta tras de otra, esto implica que hay que cambiar la forma de hacerlo, lograr obtener información que sea relevante, tomate el tiempo para conocer a tu cliente, escúchalo y analiza cada palabra que dice, porque esto te va a permitir presentar tu producto y/o servicio de una forma diferente y que logres una buena conexión con él.

Se pueden trabajar conversaciones abiertas para que tu cliente se exprese libremente y conversaciones cerradas para validar si lo que entendiste es lo correcto o no, pero recuerda siempre mantener una conversación.

Cuando interactúes con el evita el uso del NO, evita responder por el o realizar varias preguntas a la misma vez. Recuerda que en este paso tu objetivo es conocer muy bien a tu cliente, debes tener claro que información si o si debes tener de él. Si quieres obtener buena información debes generar conexión con tu cliente, tener fluidez verbal y llevar un hilo en la conversación.

Ahora quiero que escribas que tipo de preguntas y conversaciones estás teniendo con tu cliente y que puedes mejorar para que tu proceso comercial sea más asertivo, en algunos casos es relevante tener conversaciones acerca de su grupo familiar, gustos, preferencias, que quiere mejorar, que necesita para vivir mejor, entre otros, esto depende del producto y/o servicio que estás vendiendo, tomate el tiempo para analizar la forma en la que le estás abordando a tu cliente y como vas a mejorar tu conversación con el a partir de HOY.



CUARTO PASO - BENEFICIOS DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

¿Qué es importante a la hora de presentar un Proyecto Producto y/o Servicio? Que te enfoques en los beneficios y no en las características, el cliente te muestra como quiere ser vendido así que a través del método de asociación que consiste en volver a retomar ciertas respuestas que te dio tu cliente te permitirá hacer énfasis en lo que para él es realmente importante. No necesitas irte al detalle de todo solo en aquellas cosas que sabes que para él son relevantes a la hora de comprar o invertir.

Haz un listado de los beneficios del Producto y/o Servicio que estás vendiendo tomate un tiempo para tener claro que valor agregado le estás ofreciendo a tu cliente y en que lo beneficia a él para que se conecte con lo que le estás ofreciendo, recuerda que hay que saber contar historias, así que concéptate con tu cliente, se emotivo cuando presentas tu producto y/o servicio, ve al detalle, a la gente le encanta que le cuentes historias y que lo hagas participe de ella.

QUINTO PASO - ACUERDOS DE NEGOCIACIÓN

¿De qué depende la negociación? De que lleves a cabo un proceso comercial completo, hay que tomarse el tiempo de conocer al cliente para saber qué es lo que realmente lo motiva a tomar una decisión, la confianza es clave así que cada paso que des, asegúrate de que tu cliente este tranquilo y sienta que sabes del negocio.}

Muchas veces queremos hacer varias cosas a la vez pero si estás con tu cliente es con tu cliente, porque cada palabra, gesto o movimiento que haga te está diciendo cosas, no lo pierdas de vista, realizar pre cierres para ir midiendo el interés de tu cliente, si sabes que a tu cliente le gusta el producto y/o servicio y lo puede pagar ¡CIERRALO YA! , no esperes a que te llame o te vuelva a buscar, hay mucha competencia afuera que haría lo que fuera por cerrar a tu cliente, si hay alguna situación particular que le impide tomar su decisión genera un compromiso “Próximo Contacto”, establece un día, hora y el medio por el cual quiere ser contactado, una vez hecho el compromiso regístralo en tu CRM o coloca una alerta en tu calendario para que lo tengas presente y así lograr un gran cierre. Recuerda que los compromisos son para cumplirlos y la clave del cierre lo determina el seguimiento oportuno, si le dices a tu cliente que lo llamas mañana a las 12:00 pm, es mañana a las 12:00 pm no a las 3:00 pm, así que si quieres lograr un cierre, haz que tu cliente crea en ti y asegúrate de ganarse su confianza en cada parte del proceso comercial.

¡Si quieres resultados diferentes, debes cambiar el método y la forma!



SIGUENOS EN:



@Impulsasas

Dirección: Calle 113 # 7 - 45 Of 1210 Edificio Teleport Torre B

PBX: (571) 7053478 - Cel: 317 3715216

paola.barrera@impulsasas.com

WWW.IMPULSASAS.COM