



METODO IMPULSA PROCESO COMERCIAL



PROTOCOLO DE ATENCIÓN PRESENCIAL

Etapa 1

- 1. Imagen y presentación de la sala de ventas o punto de atención:** debe estar en excelente estado, ordenado, aroma agradable, iluminación, ventilación, limpieza entre otros.
- 2. Herramientas y material de apoyo:** recuerda tener a la mano todo el material o recursos que te puede apoyar en la presentación del producto y/o servicio que vendes como una presentación, imágenes, videos, testimoniales, fichas gráficas, producto físico, brochure entre otros.
- 3. Ofrece algo a tu cliente:** puede ser agua, café, té, galletas, chocolates, recuerda que los debes hacer sentir como en su casa.

Etapa 2

- 1. Puntualidad:** llegar a tiempo es llegar 10 minutos antes, asegúrate de llegar con el tiempo suficiente para que puedas organizar tu lugar de trabajo y puedas activar tu energía antes de atender a tu cliente.
- 2. Recarga tu energía vital y eleva tu frecuencia:** recuerda subir tu energía vital antes de atender a los clientes, revisa que es aquella actividad o acción que puedes realizar donde sientes que tu frecuencia sube de nivel, recuerda que si tu energía es alta y estás en estado de felicidad y alegría te conviertes en un imán para tus clientes.
- 3. Intención:** declara la intención que tienes con ese cliente, recuerda que el enfoque debe estar en servir, ayudar, asesorar, acompañar, asistir, contribuir, colaborar, cooperar y apoyar a tu cliente.
- 4. Levántate al recibir a tu cliente:** demuéstrole que estás en disposición de atenderlo.



METODO IMPULSA PROCESO COMERCIAL

5. Un saludo ganador: un ganador actúa como un ganador a través de su lenguaje verbal y no verbal, así que dale la bienvenida, agradece que haya asistido a la reunión y presentante por tu nombre, recuerda mencionar que es lo que te hace diferente.

6. Genera una conexión con tu cliente: establece conversaciones de valor, realiza algunas preguntas que te permitan perfilar el tipo de cliente y cual es su motivación de compra para que puedas crear un speech comercial ganador.

7. Identifica su necesidad y motivación de compra: realiza preguntas que te permitan identificar que es lo que tu cliente está buscando y que lo motiva en este momento para tomar una decisión, recuerda realizar preguntas abiertas, no asumas, pregunta las veces que sea necesario. **¡No supongas válidalo con el cliente!**

8. Identifica el sistema representacional de tu cliente: si es visual muéstrale imágenes, videos, si es auditivo cuéntale detalles y si es kinestésico conecta emociones a través de historias de terceros, propias, o que podría experimentar o sentir al comprar el producto y/o servicio que vendes.

9. Cuenta una historia "Storytelling": cuando presentes tu producto y/o servicio cuenta una historia donde puedas contarle a tu cliente las ventajas, beneficios y diferenciales que tiene lo que le estás vendiendo y como esto lo puede ayudar a mejorar su vida a nivel personal y/o profesional e inclusive la de su familia.

10. No dejes al cliente solo: acompáñalo durante todo el proceso comercial para que puedas conocer e identificar que fue lo que mas le gusto del producto y/o servicio que vendes.

11. Entrega información relevante: no todo es importante para tu cliente, si tienes una buena capacidad de escucha vas a entender cuales son los aspectos claves que debes mencionar y resaltar durante el proceso comercial.



METODO IMPULSA PROCESO COMERCIAL

11. Entrega información relevante: no todo es importante para tu cliente, si tienes una buena capacidad de escucha vas a entender cuales son los aspectos claves que debes mencionar y resaltar durante el proceso comercial.

12. Bríndale una buena asesoría financiera: pregúntale a tu cliente con que recursos cuenta para la compra del producto y/o servicio que vendes, de esta manera vas a poder ofrecerle una propuesta económica que se ajuste a su presupuesto, tómate el tiempo para preguntar, validar y ve paso a paso.

13. Realiza pre - cierres: esto te permitirá medir el interés del cliente y te confirmará si es un cliente potencial o si definitivamente no es el cliente ideal para el producto y/o servicio que vendes.

14. Establece compromisos: establece una actividad, fecha y hora para el próximo contacto, valida si está bien para el cliente de está forma lo comprometes para que vuelvan a conversar nuevamente y poder continuar el proceso comercial.

15. Seguimiento oportuno: los seguimientos son para cumplirlos, así que si quedaste en llamar al cliente el lunes a las 10:00 am tu compromiso es llamarlo el lunes a las 10:00 am.

16. Pide referidos: el cliente te compro pídele un referido, el cliente no te compro pídele un referido, recuerda que un Asesor Comercial 360 siempre busca la oportunidad para generar negocios.

Ya tienes una guía ahora agenda un espacio para que puedas crear tu propio protocolo de atención de acuerdo con el producto y/o servicio que vendes.

Síguenos en redes sociales  /Impulsasas  @Impulsasas  @Impulsasas  Impulsa sas



paola.barrera@impulsasas.com



www.impulsasas.com