

# Ventas eficaces

Impartido por: Ana María Jiménez Molina

Fecha: 22/02/2024

Unicem

# Ventas eficaces.

## -Introducción-

- 1.- *Técnicas de Venta.*
- 2.- *Comunicación.*
- 3.- *Escucha activa.*
- 4.- *Gestión emocional orientada a la venta.*
- 5.- *Crear escritos comerciales exitosos.*
- 6.- *Programación Neurolingüística orientada a la venta.*
- 7.- *Técnicas de negociación.*
- 8.- *Presentaciones en público.*
- 9.- *Técnicas de cierre de la venta.*

## La magia del marketing

- ▶ **TODOS ESTAMOS** en marketing y en ventas, tanto si lo sabemos como si no.

*"Nada ocurre en este mundo hasta que alguien vende algo a alguien."*

— Walter Hailey

- ▶ Si piensas que las ventas y el marketing no son respetables o de algún modo constituyen una manipulación, entonces, estás yendo en contra de las fuerzas de la naturaleza.

Hay cuatro sentimientos mágicos que ponen energía y chispa en tu vida:

**gratitud, amor, inspiración y entusiasmo.**

Es la *chispa* lo que hace la diferencia.

## La magia del marketing

**La comunicación es primordial en el proceso de la venta y es obligatorio respetar el proceso principal de la misma.**



## La magia del marketing

Si estás inseguro, si no te honras lo suficiente como para hablar un minuto comercial inspirador sobre tu valor al mundo y lo que tienes que ofrecer, ¿por qué querría el mundo comprarte a ti?

Cuando te vendas con seguridad a ti mismo, con seguridad venderás a los demás.

**A no ser que tú te valores, no esperes que nadie más lo haga.**

**Hasta que tú no te hayas vendido, no esperes que nadie más te compre.**

Nada se hace hasta que alguien vende algo a alguien, sea un producto, servicio, idea o visión.

**Quienquiera que tenga mayor seguridad, hace la venta.**

## La magia del marketing

- ▶ Después de haber visto la esencia de un buen vendedor, pasaremos a ver las características personales para aumentar el liderazgo en la venta.

- ▶ **LAS 5 -S-**

- ▶ 1.- (Service) Servicio
- ▶ 2.- (Specialized Knowledge) Conocimiento Especializado.
- ▶ 3.- (Speaking) Hablar.
- ▶ 4.- (Selling) Venta.
- ▶ 5.- (Saving) Ahorro.

## 1.- (Service) Servicio

**La primera S de liderazgo es aclarar tu *servicio* único al mundo.** Visualiza tu servicio con gran detalle e inspírate con él.

La inspiración es la herramienta de liderazgo más poderosa que existe porque exige acción y te proporcionará el combustible que necesitas para alcanzar tus metas.  
Tu inspiración en la vida es directamente proporcional a lo vívida que es tu visión.

### **2.-(Specialized knowledge) Conocimiento especializado.**

El desarrollo de conocimiento especializado en tu campo es otro aspecto importante del liderazgo. Obtener experiencia en el área en la que deseas liderar es esencial.

¿Sabías que si lees solo 30 minutos al día sobre un tema en particular, en siete años puedes ser un líder de opinión en esa área? Si estudias durante una hora al día, puedes alcanzar este nivel de experto en menos de cuatro años; y si te comprometes a tres horas al día, en menos de dos años estarás a la vanguardia. Cuando estás muy informado acerca de algo que amas, irradas con él.



### 3.- (Speaking) Hablar.

La tercera S de Liderazgo es dominar la capacidad de hablar. Si puedes superar cualquier temor a hablar en público, automáticamente te moverás al 20 por ciento más alto de la población mundial.

### 4.- (Selling) Venta.

Otro aspecto importante del liderazgo es *vender*, porque nunca se hace nada en el mundo hasta que alguien vende algo (un producto o un mensaje) a otra persona.

**Vender es la capacidad de comunicar lo que te inspira a los demás de una forma que les inspira o los mueve.**

Te conviertes en un maestro cuando te preocupas por las personas y amas genuinamente ayudarles a obtener lo que aman en la vida.

### 5.- (Saving) Ahorro.

La quinta y última S de liderazgo es la capacidad de crear estabilidad financiera.

*Ahorrar* es la voluntad de tomar una parte de todo lo que ganas y construir primero amortiguadores de seguridad financiera, y luego invertir en la economía circulante, así como tus objetivos.

En el momento en que lo haces, el mundo a tu alrededor comienza a reflejar tu mundo interno.

Recuerda que cuando te valoras, el mundo te valora.

# Escucha activa y gestión emocional

## ***ESCUCHAR.***

Saber escuchar adecuadamente es, al menos, la mitad de lo requerido para establecer comunicaciones exitosas.

**SABER ESCUCHAR ES LA CLAVE PARA COMPRENDER.**

# Escucha activa y gestión emocional

## Algunos consejos para obtener una mejor comunicación:

- **Elegir el medio apropiado.** Decide qué tipo de información (formal, informal, escrita y oral) es más adecuada para esta ocasión concreta. No utilices siempre el mismo medio, ajusta el medio al tipo de información.
- **Elegir el momento y lugar apropiados.** Planificar con tiempo, ¡planifica!. Tómate tu tiempo para una reunión o para una llamada importante. Intenta evitar realizar una comunicación si percibes que el interlocutor está estresado, cansado, ocupado... al final de una jornada de trabajo. Busca una habitación o un espacio en el que se minimice la interrupción.

# Escucha activa y gestión emocional

- **Sé específico.** Prepara de antemano lo que quieres decir y se siempre concreto y específico “lo bueno si breve... dos veces bueno”.

Cuanto más lo seas, menos posibilidades hay de que el receptor entienda de manera errónea lo que se le está comunicando.

- Céntrate en el asunto.** Concentra tu esfuerzo en el asunto que deseas comunicar, procura no dejarte llevar por la actitud de otras personas. Por ejemplo: “Un asistente a tu presentación bosteza”, ¡cambia el ritmo! esta es una pista clara para ayudarte en tu presentación.

- Comunica tus sentimientos.** Si el momento lo precisa, describe como te hacen sentir ciertas acciones o comportamientos particulares, pero de forma cortés y asertiva.

- **Señales no verbales.** Utiliza señales no verbales para completar aquello que estás comunicando.

# Escucha activa y gestión emocional

## *GESTIÓN EMOCIONAL*

¿Qué emociones nos embargan ante una venta?

Las emociones más paralizantes en el ser humano son:

- 1.- Miedo.
- 2.- Culpa.

También pueden aparecer: frustración, enfado, y como emoción positiva: Euforia.

# Escucha activa y gestión emocional

## ▶ Miedos

Ante una venta, puede aparecer como:

- ✓ Miedo al rechazo por parte del cliente,
- ✓ Miedo a no conseguir el objetivo económico de venta,
- ✓ Miedo a la descalificación del jefe o superior.
- ✓ Etc.

## ▶ Culpa

- ✓ Por no haber cumplido las expectativas.
- ✓ Por no haber insistido lo suficiente.
- ✓ Por no haberle dedicado tiempo.
- ✓ Etc.

# Escucha activa y gestión emocional

**El miedo** es una percepción distorsionada en donde se supone que en un futuro cercano o lejano, vamos a recibir más dolor que placer o más pérdida que ganancia, y eso no es una verdad absoluta.

**La culpa** es una percepción distorsionada en donde se supone que en un pasado cercano o lejano, proporcionamos más dolor que placer o más pérdida que ganancia a otros o a nosotros mismos; lo cual, no es posible.

El miedo hace ser prudente y tomar las precauciones necesarias antes de dar un paso. Por lo tanto, no es útil desprenderse de él en su totalidad.



# Escucha activa y gestión emocional

La sabiduría consiste en estar equilibrado y el equilibrio se consigue conociendo las emociones y neutralizándolas.

Cuando las emociones están equilibradas y neutralizadas, aparecen los mensajes **inspirados, el brillo y la autenticidad**: rasgos que magnetizan a las personas.

# Negociación

## ▶ LOS NUEVE PASOS PARA LA VENTA A PRUEBA DE FALLOS (Según Dr. John Demartini)

"Nuestros valores más altos son los que impulsan y nos inspiran. La clave para las buenas relaciones entre las personas es una situación ganar-ganar donde ambas partes tienen satisfechos sus propios valores más altos.

Este tipo de congruencia es la clave del éxito en las ventas. Nadie estará interesado en la compra a menos que cumplan con sus valores ", Dr. John Demartini.

# Negociación

## ➤ Paso uno: saludar y presentarse.

El primer paso en las ventas es presentarte correctamente. Que la gente sepa quién eres y brevemente lo que haces. Entonces; hacer siempre una pregunta.

Las ventas van acerca de lo que los clientes necesitan, no lo que puedes vender.

## ➤ Segundo paso: crear una relación.

"El siguiente paso es establecer un terreno común. La gente tiende a olvidar las cosas elementales", dice Demartini.

Hacer preguntas hasta que encontréis puntos en común.

"Las personas tienden a ser escépticos hasta que encuentran puntos en común", dice. "Si puedes encontrar algo que conecte a los dos, dejas de ser un extraño. No puedes vender a la gente que no sienten que te importa. "

*"Recuerda este consejo, si vas en alto y arrogante, tu cliente te hundirá.*

*Si vas bajo y humilde, te exaltará."*

# Negociación

## ➤ Tercer paso: Establecer las necesidades.

"Después, averigua cuáles son las necesidades del cliente. Este es el componente más importante del proceso. Se trata de la recogida de datos", "Cuanto más se pueda establecer el que te necesita, más fácil será el proceso de venta.

*"Cuando las personas hablan en el proceso de ventas, es que quieren hablar sobre el producto", dice Demartini. "Una vez más, pregunta, no hables. Necesitas saber qué va a hacer el cliente. Haz las preguntas correctas y se te informará acerca de sus vacíos o dudas"*

Demartini. *"El objetivo es llegar al punto en el que el cliente quiere saber más sobre lo que tú le puedes ofrecer."*

# Negociación

➤ **Paso cuatro: Confirmar las necesidades.**

Hasta este momento, todo lo que hemos hecho hasta ahora es hacer preguntas -. Sin embargo, **tú eres el vendedor, que es en realidad quien tiene la dirección de la conversación según el sondeo.**

"Ahora haz un resumen de las necesidades de tu cliente, ya que es vital para demostrar que le has entendido correctamente. Cuando tengas la confirmación, entonces, puedes hacer una oferta", dice Demartini.

## ➤ Quinto paso: Ofrecer una solución.

En primer lugar, una advertencia: "Si lo que ofreces no coincide con la necesidad del cliente, sería absurdo ofrecerlo", dice Demartini.

"Sería mejor no tratar de hacer la venta y buscar a alguien que lo haga coincidir con la oferta. En su momento tienes que considerar las de largo plazo, en lugar de hacerlo sobre tu objetivo inmediato de hacer una venta a corto plazo. Los costos, los sueldos a largo plazo".

"En este momento, para hacer una venta, tienes que estar claro sobre tus intenciones. Admite que quieres hacer negocios. Vamos a ver que te interesa. La solución, como siempre, debe ser un ganar-ganar.

Ayuda a conseguir lo que quieren, y obtendrás lo que quieres", dice. "Volverán a buscarte de manera que te referirán a alguien que necesita lo que estás ofreciendo."

# Negociación

## ➤ Paso sexto: manejar objeciones.

"Esta etapa es inversamente proporcional a cómo de bien establecidas están sus necesidades", dice Demartini.

"Las objeciones son síntomas de que no se han establecido las necesidades suficientes y no estás ofreciendo el servicio que se ajusta a sus necesidades. Una vez más, escuchar al cliente es fundamental y tu preparación y conocimiento del producto será clave para tu éxito.

Siempre y cuando las objeciones lleguen, puede que tengas que saltar de nuevo al paso tres y cuatro, el establecimiento y la confirmación de las necesidades, así como la identificación de nuevas necesidades.

"Una vez que todas las objeciones son atendidas, es el momento de cerrar el trato."

# Negociación

## ➤ **Paso séptimo: Cerrar.**

"Se claro y directo en tu intención de cerrar - no seas ambiguo. Pregunta: ¿Cuándo quieres satisfacer tus necesidades u objetivos?". dice Demartini.

Sin embargo, esta es una pregunta. No estás imponiendo condiciones en el cliente, pero sí permitiendo al cliente que te indique - la decisión está en manos del cliente y que a él o ella se le haga sentir que tiene el control de la decisión.



# Negociación

## ➤ Paso octavo: Referencia.

"Una vez que hayas realizado los trámites, que han servido a tu cliente", dice Demartini. "Entonces, puedes preguntarle si le importaría que les haga una o dos preguntas más. *¿Sabes de otras personas con las mismas necesidades que vosotros?* En esta etapa del proceso, recuerda que todavía tienes que tener en cuenta lo que tiene el cliente. Si no tiene ningún beneficio para ellos, ¿por qué lo hacen?" dice Demartini.

"El cliente siempre quiere saber qué hay para ellos. Generalmente, cuando los clientes se sienten bien acerca de un producto o servicio, darán referencias."

# Negociación

## ➤ **Siguiente 9: Servicio continuo y el seguimiento.**

"Mantén tus seguimientos informativos amablemente, pero no te conviertas en amigo -. Es importante que siempre te mantengas como un profesional y si las referencias no vinieron por primera vez, consíguelo ahora", concluye Demartini.

# Cierre de ventas

El vendedor no debe pensar, bajo ningún concepto, que no podrá cerrar la venta, debe asumir que es competente por sus conocimientos, destrezas y actitudes, para lograr que el cliente adquiera el producto.

Nunca pienses ni digas que no, debes tener seguridad de que la venta será un éxito y de que eres el vendedor ideal para hacerlo. Ese poder de concentración y claridad te traerá muchos dividendos.

**Existe una gran diferencia entre cerrar y presionar.**

Recordemos que el enfoque debe ser de cliente, y que la relación importa mucho. Cuando un comprador se siente presionado, lo más seguro es que pierda la confianza y no se produzca la compra.

# Cierre de ventas

## Algunos vendedores presionan de la siguiente forma:

- Este es el mejor producto posicionado en el mercado.
- Compre el producto hoy, porque le aseguro que mañana no lo tendrá.
- No existirá otra oportunidad, así que debe aprovecharla.
- Le aseguro que los precios van a subir y la compra se hará difícil.
- En caso de que usted no materialice la compra, tengo otros clientes que seguramente si lo harán.
- Dudo que puedas hacer mejor inversión que esta.

Es importante comprender que cuando se formule la pregunta de cierre, debemos callarnos; ese silencio vende. Recuerda que el primero que hable pierde, y le da el mando al otro.

# Cierre de ventas

Si te gustó este webinar, y crees que puede ayudarte en tu negocio, servicio o trabajo, no dejes de realizar el curso: Ventas eficaces, donde daremos pautas teóricas y prácticas en los puntos:

# ¿Crees en la venta como “servicio de ofrecimiento” más que una mera “colocación del producto”?

**Si es tu caso, este es tu taller.**



## Contenidos:

- 1.- *Técnicas de Venta.*
- 2.- *Comunicación.*
- 3.- *Escucha activa.*
- 4.- *Gestión emocional orientada a la venta.*
- 5.- *Crear escritos comerciales exitosos.*
- 6.- *Programación Neurolingüística orientada a la venta.*
- 7.- *Técnicas de negociación.*
- 8.- *Presentaciones en público.*
- 9.- *Técnicas de cierre de la venta.*

*Aprende a ver la venta como un “servicio” a los demás, cumpliendo sus necesidades*

## **Presentación online del taller:**

**Día:** 22 de febrero de 2024

**Hora:** 11:00 a 12:30

**Lugar:** online, aula virtual

**Organiza:** Unicem

**Presenta:** Ana María Jiménez

*“Nada se hace en este mundo sin vender”* Dr. John Demartini

# Cierre de ventas

Si te gustó este webinar y te apetece seguir aprendiendo, puedes visitar la web:

<https://cambiovitae.com/>

O puedes visitarnos en las redes sociales

**Facebook: Cambio vitae**

**Instagram: cambio.vitae**

**Youtube: Cambio Vitae**

# Cierre de ventas

**¡Muchas gracias por tu tiempo y por tu atención!**