



CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE

BIENVENIDOS UN CORDIAL SALUDO



DESARROLLO DE PROCESO DE VENTA CON MAYOR PROBABILIDAD DE ÉXITO

Por: Germán Andrés Gómez Blandón
M.N.I. U. Manizales Esp. Logística U. Piloto
Capacitador Cámara de Comercio de Casanare

Haz un cliente, no una venta.

Katherine Barchetti



CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE

“Si no
cuidas
a tus
clientes,
alguien
más
lo hará”



EFFECTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE VENTA

<https://www.youtube.com/watch?v=Z0A8ToocU08>



METODOLOGÍA DEL PROCESO DE VENTA

AICDC



PLAN DE VENTAS PERSONAL

Conjunto de actividades ordenadas y sistematizadas, donde se proyectan las ventas periódicamente desde la prospección hasta el cierre del negocio y seguimiento post-venta.



COMO LO HAGO??

ALTERNATIVAS → PROVISIÓN TOTAL

- Histórico de ventas – Escenarios posibles
- Objetivos de venta – Estrategias y tácticas
- Cambios previsibles en el mercado



COMO LO HAGO??

ALTERNATIVAS → ENFOQUE CLIENTE

- Analizar ventas de productos – Cliente actuales
- Estudio, investigación y simulación de mercados
- Clientes potenciales – productos potenciales



ACTIVIDAD

Diseñar un plan de venta teniendo en cuenta las siguiente especificaciones:

- 1. Meta de venta: Por mes y año (1)**
- 2. Como lograrlo**
- 3. Indicadores**
- 4. Requerimiento**
- 5. Cuál metodología de venta utilizaría y como la pone en acción**

PERFIL DEL VENDEDOR

“CONJUNTO DE CUALIDADES PERSONALES”

ACTITUDES

Compromiso	Determinación
Paciencia	Dinamismo
Sinceridad	Responsabilidad
Honradez	Pasión
Decisión	

**“ No es tu
aptitud, si no
tu actitud, lo
que determina
tu altitud.”**

PERFIL DEL VENDEDOR

“CONJUNTO DE CUALIDADES PERSONALES”

HABILIDADES

Saber escuchar	Buena memoria
Ser creativo	Trabajo en equipo
Empatía	Facilidad de palabra
Prudencia	Auto - Disciplina





CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE

"La diferencia
entre ganar y perder
a menudo consiste
en
no abandonar"



Walt Disney
alligatore



TIPOS DE VENDEDOR

POR DISTRITO

Especializado en la zona geográfica en la que ejerce sus labores.

NORT

E
SUR

CENTRO



TIPOS DE VENDEDOR

POR PRODUCTO

Posee habilidades referentes al producto que promociona



BIENES DE CONSUMO MASIVO

BIENES DE ESPECIALIZADOS

SEGUROS ESPECIALIZADOS



TIPOS DE VENDEDOR

POR TIPO DE CLIENTE

Especializado por canales de distribución o tamaño/compras clientes /cuentas

Mayoristas

Minorista

Industrial

Corporativo





CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE





CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE

ETAPAS GENERALES DEL PROCESO DE VENTA

Pre venta Durante la venta Post venta



PRE VENTA

Atención al cliente antes de la venta, en el sentido del conocimiento de sus necesidades y características.

Planeación - Prospección

- ✓ Fijar objetivos
- ✓ Criterios de prioridad
 - ✓ Recorrido, oportunidades comerciales
 - ✓ Contacto a entrevistar (Lo conozco?)
 - ✓ Riesgo de espera: Competencia

Planeación - Prospección

- ✓ Calificar prospectos - Seleccionar potenciales
 - ✓ Frecuencia de compra
 - ✓ Hábitos de consumo
 - ✓ Productos posible - competencia
- ✓ Preparar argumentación
- ✓ Concertar entrevista presencial



Curso La Prospección como Factor Clave del Éxito en las Ventas

DURANTE LA VENTA

También llamada etapa de apertura, cruce de primeras palabras con trato personal y luego se orienta hacia el escenario comercial

Gestión de venta – Momento de verdad

- ✓ Toma de contacto - **“SALUDO EXCEPCIONAL”**
- ✓ Presentación – **“IMPACTANTE”**
- ✓ Crear clima apropiado – **“ELIMINAR BARRERA”**





CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE

**LAS 10 PRIMERAS
PALABRAS SON MAS
IMPORTANTES QUE
LAS 10.000
SIGUIENTES**



Gestión de venta – Momentos de verdad

- ✓ Determinación de las necesidades
 - ✓ Preguntas abiertas y luego cerrados

- ✓ Argumentación – **“Dimensionar beneficios”**
“No charlatanes”



Gestión de venta – Momentos de verdad

- ✓ Primer intento de cierre / Cierre de prueba
 - ✓ Sondeo de cliente - Sutileza
 - ✓ Disposición de compra - Reacción del cliente

**Momento de
intento de
cierre**

Luego de argumentación muy sólida

Detectar una señal de interés en el cliente



Preguntas



CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE

✓ Primer intento de cierre / Cierre de prueba

“Qué le parece” “Le gusta” “Es lo que estaba buscando”

“Le gusta más en negro o rojo” “Cuál de estos tamaños prefiere”

“Quiere que se lo enviemos a casa” “Pagará con tarjeta”

“Si puedo conseguirlo para el viernes” “Se lo quedaría”



Gestión de venta – Momentos de verdad

✓ OBJECIONES, Tratamiento



“Oposición momentánea a la argumentación de venta”

OBJECIONES

Se presentar por – “Orígenes emotivos”

Imponerse al vendedor
Oponerse
Por ampliar información
Miedo al compromiso

Darse importancia
Por diferencia
Tranquilizarse
Cometer un error



OBJECIONES

Tratamiento

Conservar tranquilidad

Escucha hasta el final

Compresión situación

Objeción NO es ataque

NO contraatacar

Evitar discusión

NO inventar

NO debe rendirse ante la primera objeción



OBJECIONES

CLASIFICACIÓN DE OBJECIONES	
Psicológicas (falsas)	Lógicas (verdaderas)
Evasivas	Dudas
Pretextos, excusas	Malentendidos
Prejuicios	Desventajas

OBJECIONES FALSAS

EVASIVAS

“Yo no soy el que decide”
“Lo consultaré con mi socio... mi mujer”
“Me gustaría reflexionar un poco mas...”

PRETEXTOS / EXCUSAS

“Tengo muchas existencias”
“Es demasiado caro”
“Mis clientes nunca me piden eso”

PREJUICIOS

Juicios preconcebidos
Experiencias negativas
Generalmente no son expresadas

OBJECIONES VERDADERAS

DUDAS

De los beneficio que representa

MALENTENDIDO

“Información incompleta”

“Se cree que el producto tiene desventajas”

“El cliente es escéptico”

DESVENTAJA REAL

“No ofrece un beneficio importante”

“Suele estar asociado al precio”

“Objetos de difícil manipulación”



CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE

Entre las
dificultades
se esconde
la
oportunidad

Albert Einstein

www.fonpalmira.com



ACTIVIDAD

- 1. Identifique y relacione las objeciones mas recurrentes**
- 2. Por qué se presentan estas objeciones**
- 3. Como clasifica cada objeción**
- 4. Que tratamiento le da a las objeciones señaladas**

Gestión de venta – Momentos de verdad

✓ CIERRE DE VENTA



“Lograr el pedido o al menos conseguir un compromiso formal”

CIERRE DE VENTA

Estrategias:

- Vendedor actitud positiva
- Demostrar un acuerdo
- Se capta la señal de compra
- Resumen beneficios aceptados
- Solicitar al cliente un compromiso
- Fecha, cuantía, lugar....
- Al concluir. No hablar más sobre la venta
- Despedirse gentilmente



CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE



CIERRE DE VENTA

Señales de compra:

VERBALES

“Demostración de interés súbito”
“Se interesa de repente por algún detalle”
“La petición de consejo”

NO VERBALES

“Los gestos del cliente”
“El lenguaje corporal”
“Observación actitudes de indecisión:
Acariciarse la barbilla, rascarse la cabeza”

MANEJO PERSONAS PRÓXIMAS

Poner total atención en esa nueva persona
Presentarle sus argumentos
Hacerle ver la importancia de su decisión

CIERRE DE VENTA

Técnicas de cierre:

Resumir beneficios aceptados

Pregunta sobre beneficios relevantes

Solicita pedido o apertura

Dar dos alternativa

Fijación de fecha, cuantía, lugar.....



Preguntas

Técnicas de cierre

«... entonces, qué color ha elegido...» o «si hacemos el pedido ahora, lo tendrá dentro de 15 días...»

«¿... lo quiere verde o lo prefiere rojo?», «¿le envío 300 o prefiere únicamente 250...?», «¿lo pagará al contado o en tres plazos...?»





CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE

TÉCNICA DEL SILENCIO
“EL VENDEDOR PLANTEA
UNA PREGUNTA DE
COMPROMISO, ESPERA
RESPUESTA, SE EJERCER
SUAVE PRESIÓN”



CIERRE DE VENTA

Tipos de cierre:

- ✓ Cierre directo
- ✓ Supeditado
- ✓ Dar la venta por hecha
- ✓ Hacer desear / preocupación
- ✓ Anticipar la posesión
- ✓ Cierre por oferta



CIERRE DE VENTA

Reflexión y autoanálisis

- ✓ Análisis integral del ejercicios realizados
- ✓ Por qué fue exitoso
- ✓ Repetir palabra en nuevo ejercicio
- ✓ Por que falló
- ✓ Iniciar proceso de mejoramiento



PREGUNTAS

Reflexión y autoanálisis

- ¿qué he dicho al cliente que ha frenado la buena comunicación?
- ¿me he precipitado cerrando antes de tiempo?
- ¿debería haber aportado más beneficios?
- ¿cuáles eran los verdaderos móviles de compra de este cliente?
- ¿no habré ido demasiado a lo mío sin preocuparme de sus deseos?





CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE



Si quieres tener éxito, duplica tu porcentaje de
fracasos

(Thomas John Watson)

akifroses.com



POST VENTA

Incluye todas aquellas actividades que se hagan posterior a la venta del producto o servicio

Valor agregado

- ✓ Encuesta de satisfacción – **“Servicio proactivo”**
- ✓ Atención de garantías
- ✓ CRM – Gerencia de las relaciones con el cliente



POST VENTA

Por que es importante:

1. Hay una empresa detrás del producto - Respaldo
2. Hay normatividad – Cumplimiento de garantía
3. Es necesario saber del cliente: Satisfacción, sugerencias y proceso de mejoramiento
4. Fidelización - Contacto permanente



POST VENTA

Consejos clave

Agradecer la compra

Escuchar al cliente

Fomentar la recompra

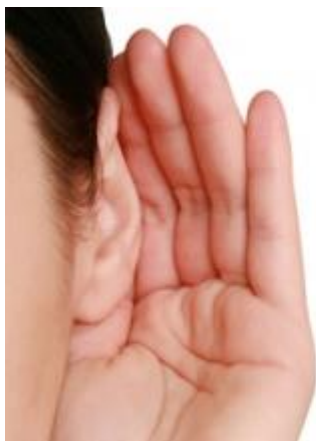
Ofrezca asesoramiento

Seguimiento “Visita cliente”

Evaluar y corregir

Capacitación talento humano

Garantía rápida y de calidad





CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE



"Las ventas son las únicas que contribuyen a las ganancias, todo lo demás contribuye al costo".

Alex Deu





CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE

« Cuando hay una tormenta
los pajaritos se esconden,
pero las águilas vuelan
más alto »

Mahatma
Gandhi



Publica Anual | El Organismo de Desarrollo Económico y Social Regional Casanareño





CÁMARA DE COMERCIO
CASANARE

GRACIAS

