

TIBURONES DE NEGOCIOS

Taller de Ventas por **Luis Romero**



+ SOBRE EL EXPERTO

Originario de la Ciudad de México; Luis Romero cuenta con **30 años de experiencia** en el área de ventas. Posee una Licenciatura en Diseño Gráfico y un Diplomado en Artes Gráficas y Ventas por la UNAM. Por veinte años trabajó al frente de una empresa de impresión y publicidad. Tras cerrar dicha empresa, decide mudarse al sur de California, donde comienza a trabajar en el área de ventas. Su ímpetu y esfuerzo por aprender, lo llevaron a crecer rápidamente y ser ascendido a puestos cada vez más grandes. A los dos años ya se había convertido en el gerente regional de la zona.

En los últimos años, gracias a su carrera, se ha enfocado en impartir charlas y seminarios de ventas, donde no solo enseña sus secretos para vender como un tiburón, sino que **empodera a las personas para volverse unos expertos vendedores-cerradores.**



+ OBJETIVOS DEL CURSO

- Entender que **las ventas es un estilo de vida**, que saber vender es un requisito para la vida independientemente del ámbito en el que te desarrolles.
- **Potencializar tus habilidades** y eliminar las barreras u obstáculos en el proceso de ventas.



+ ¿POR QUÉ UN TALLER DE VENTAS?

Las ventas no son solo para quienes se dedican a esto, tienes que saber vender sin importar tu actividad, tu trabajo o tu posición, todos en todo momento estamos vendiendo, saber vender es indispensable para sobrevivir.

Todo el tiempo estamos vendiendo, todos, independientemente del rol que estés desempeñando o la actividad a la que te dediques, hombre/mujer, empleado/jefe, padres/hijos, etc.

SABER VENDER ES TAN IMPORTANTE QUE DEBERÍA DE ENSEÑARSE EN LAS ESCUELAS, TANTO COMO LAS MATEMÁTICAS O CUALQUIER OTRA MATERIA.



+ ¿QUÉ SE NECESITA PARA VENDER?

Habilidad de comunicarnos = Habilidad para vender = Habilidad para ser exitoso en tu vida

SABER COMUNICARNOS, la habilidad para comunicarnos con los demás es esencial para las ventas.

Sin comunicación no hay nada, no hay entendimiento, no podemos expresar lo que sentimos, no podemos generar confianza en los demás.

La manera como nos comunicamos para convencer e influenciar a otros en la toma de una decisión cualquiera que esta sea es la base para “vender”.



+ ¿QUÉ ES UNA BUENA COMUNICACIÓN?

Una buena comunicación consiste en que el mensaje que se envía, sea recibido exactamente tal como fue enviado, entonces nosotros tenemos que hacer nuestra parte para que nuestro mensaje sea **claro, entendido y recibido.**

Para lograr lo anterior es muy importante reconocer el tipo de personalidad de la gente con la que estamos hablando, podemos mencionar 2 en general, la gente es **INTROVERTIDA** o **EXTROVERTIDA**, hay gente menos abierta y más abierta si tu logras identificar esto en los primeros segundos que empiezas una conversación, entonces podrás ponerte en la misma posición y lograras que la gente se sienta cómoda contigo, que esa comunicación que estas intentando sea efectiva y de esta manera estarás creando la base para persuadir, convencer a esa persona y lograr lo que quieres.



¿QUÉ SIGNIFICA PONERNOS EN LA MISMA POSICIÓN?



Siempre con la persona con la que estamos hablando queremos encontrarnos en donde ellos están, es un ejercicio, como si tu fueras el Espejo del otro y te pones al igual que ellos, te reflejas y los emparejas y empiezas a comunicarte, emparejas el nivel de energía, el tono de voz, su lenguaje corporal, los escuchas y es entonces cuando empiezas a lograr que se sientan cómodos contigo, empiezas a lograr su confianza, **VAS POR BUEN CAMINO PARA LOGRAR ESA “VENTA”** que tu quieres.

Tomarán una decisión de acuerdo contigo, compartirán tu punto de vista, irán a donde tu quieres o comprarán lo que tu recomiendas, **tienes que lograr una comunicación como si estuvieras con un familiar o un amigo** de años, esto hará que bajen los hombros, que se abran y es ahí donde empiezas a trazar el camino a donde los quieres llevar, convencer o persuadir.

+ LAS VENTAS SON EMOCIONES

Cuando hablamos de ventas tenemos que entender que las ventas son emociones, que **las emociones son energía y que la emoción y la energía generan necesidades en las personas.**

Siempre debemos de crear el ambiente adecuado, creando la energía adecuada para cerrar una venta, hay que ser optimistas, entusiastas, seguros de nosotros mismos, tener confianza y seguridad de lo que estamos hablando y haciendo, ser congruentes en todo momento, no podemos decir una cosa con nuestras palabras y nuestro lenguaje corporal diga lo contrario.

Es muy importante reconocer la necesidad de la persona, por qué están buscando lo que quieren comprar, qué los motiva a eso; todos tenemos necesidades que satisfacer como seres humanos. Dentro de entender la necesidad, está también el hacer sentir a la otra persona comprendida, cuanto más se sientan comprendidos más se abrirán hacia ti y eso te da el poder de tener más influencia sobre ellos.

Lo más pronto que puedas lograr lo anterior, lo más pronto que vas a poder cerrar una venta.



“NINGÚN SUEÑO SE PUEDE VOLVER
REALIDAD SI NO ERES CAPAZ DE
VENDÉRSELO A OTRAS PERSONAS”

Todo lo que hemos hablado hasta el momento, escuchar, comunicación, el ejercicio del Espejo, reconocer la personalidad, igualar la energía, entenderlos y comprenderlos es lo que te va a dar la herramientas para poder cerrar tu venta, **mientras más practiques y logres lo anterior las probabilidades de cierre son mucho más altas** y vas a ver que pronto te encontrarás cerrando la mayor parte de transacciones.



+ TIPOS DE VENDEDORES

-Tomadores de Pedidos o “Guías de Turistas”:

Saben todo sobre el producto y su compañía, solo lo ofrecen, gran conocimiento sin embargo no logran las ventas, son como libros con un gran conocimiento pero esperando en un anaquel todo el tiempo a que alguien venga.

-El Vendedor: Un poco mejor que el anterior, sabe todo sobre el producto, la compañía pero con muy poca iniciativa . Sabe que podría ser mejor pero no da el paso extra, se conforma, no quiere salir de su rutina y ahí se queda por años.

-El experto en Ventas: Una persona que puede hacer todo el recorrido de una venta, vende, encanta y asegura al cliente, sin embargo, cree que puede vivir solo de lo que sabe, no estudia, no se actualiza, no crece y sobre todo **NO ESCUCHA A SU ALREDEDOR**, vive sabiéndose el mejor y nada más.

Tarde o temprano se va a quedar en el camino, va a venir gente que lo va a pasar y lo van a dejar atrás y entonces tal vez sea demasiado tarde para que haga algo. **NO ES UN VERDADERO LÍDER DE VENTAS.**

-El Maestro en Cierre de ventas: Es el mejor, escucha, estudia, analiza y entiende al cliente. Tiene autoconfianza, Actitud súper positiva de sí mismo. Sabe cómo actuar en cada momento, escucha, se comunica, entiende, se compromete, empareja, encuentra la necesidad, busca el beneficio del cliente y se lo hace saber, le da un valor extra a cada venta que hace. Se adapta siempre a cada ambiente u ocasión. Hace sentir al cliente comprendido, apreciado y en confianza.

+ SOBRE EL MAESTRO DE VENTAS

Es Agresivo, Automotivado, Encantador y Positivo.

Formas de ser del maestro en cierre de ventas:

-Intelectual: Es aquel vendedor que apela a la mente, a la lógica del cliente y al sentido común del cliente.

-Emocional: Es aquel vendedor que se dirige al corazón del comprador, apela a sus emociones buenas y malas, este tipo es un triunfador por sobre todos los demás.

¿Dónde empieza el trabajo de un Maestro en Cierre de Ventas?

*Todos los días, en su arreglo personal, profesional, Actitud, Decidido a triunfar, recuerden, lo que vende es la imagen **(80% entusiasmo, imagen y empatía)**.

Herramientas extras

- * Sabe cómo impartir encanto a su producto
- * Da buen servicio a sus clientes y **PERMANECE CON ELLOS, ATIENDE NECESIDADES FUTURAS.**
- * Aprende de todo el mundo y cae bien a la gente.
- * Siempre está dispuesto a ayudar a clientes y a compañeros.
- * Se involucra en Marketing, Internet (redes sociales), Publicidad impresa (tarjetas, flyers)

ESCUCHAR
IDENTIFICAR
EMPAREJAR
CONVENCER

PASOS PARA LOGRAR LOS MEJORES TRATOS

1. Conexión
2. Beneficios
3. Opciones
4. Oferta \$\$\$\$
5. Cierre

+ CONEXIÓN

Parte de todo lo que anteriormente hemos hablado, la comunicación, la empatía, el Espejo, escuchar, entender, generar confianza, saludar, ser amable, etc.



+ BENEFICIOS

El cliente debe de comprarte a ti y no a las miles de opciones de el mismo producto o servicio que se encuentra en el mercado, cuál es la ventaja de estar contigo, de ser tu cliente y esta parte no se trata solo de tu producto, un vendedor que basa sus ventas solo porque conoce muy bien su producto y es el mejor del mercado no va a lograr cerrar ni el 10% de sus ventas, porque no ofrece un valor agregado a su servicio, porque está basando solo la venta en el producto y no ha generado esa confianza, recuerda **tienes que convencer al cliente de que deje su dinero en tus manos a cambio de “todo” lo que le ofreciste.**



+ OPCIONES

Vende por valor no por precio

Ofrece siempre 3, da recomendaciones, empieza con la primera la mejor, la más alta, la de mayor precio, aunque aún no vas a darle el precio, algo más de lo que el cliente necesita, mostrándole que aunque puede ser un poco más de dinero, también puede ser la más conveniente para él.

La segunda opción deberá de ser la que el cliente viene buscando y algo que se ajusta definitivamente a su necesidad, ni más ni menos, es solo lo necesario para él. En esta opción le puedes comentar que es la que la mayoría de tus clientes se llevan, recuerda no hemos dado el precio todavía.

La tercera opción es la que menos necesita el cliente, claro que le vas a recomendar que esto no le conviene y que lo barato le puede salir más caro, no des mayor importancia a esta tercera opción, no queremos que el cliente tampoco se la dé.

Una vez que presentaste tus opciones vuelves a hacer tu recomendación y le vas preguntar: **“Ahora si Sr cliente, dígame ¿cuál va a querer?”** Y esperas su respuesta de nuevo dando tu recomendación, el 99% de los clientes van a elegir la opción 1 o 2.

+ OFERTA

Es aquí cuando muestras los precios solo de las primeras dos opciones, aunque el cliente haya elegido la segunda de todas maneras le vas a dar el precio de la 1 y de la 2, esto tiene un por qué.

Si tu muestras una opción más alta o de un precio mayor, pones en la mente del cliente una cantidad alta y después al dar el precio de la opción 2 el cliente psicológicamente se siente “aliviado” porque ya oye un precio accesible y es más fácil de convencerlo.

Imaginate si fuera al contrario, **empiezas con un precio bajo** y después quieres vender algo más caro, el cliente pensará: “¿Por qué habría de comprar este que es más caro si la opción anterior me gusta y es más barata?”



+ CIERRE

Todo lo que has hecho durante todo el proceso de la venta es aquí el momento en donde se llega a la conclusión o a tu objetivo principal que es el **“cierre de la venta”**.

Es en este punto en donde los 4 pasos anteriores, **conexión, beneficios, opciones y la oferta** tu las tienes que resumir al cliente, recuerda siempre que es una **relación “ganar-ganar”** con tu cliente.

Aquí es cuando dejas de hacer preguntas y empiezas a **hacer afirmaciones**, -muy bien Sr Cliente, entonces usted se va a llevar el producto o servicio X ya que le va a beneficiar en X y dentro de las opciones que le di usted eligió X con la oferta de \$\$\$, a partir de ahora vamos ya a finalizar con el proceso de su elección y **lo felicito** porque juntos llegamos al acuerdo que le va a brindar las ventajas y beneficios que Usted está buscando.



+ CONCLUSIÓN

Es muy importante que recuerdes durante todo el proceso de la venta como ya lo hemos venido comentando, que el cliente siempre está buscando servicio, confianza, que muchas veces el precio es lo menos importante.

El cliente siempre está buscando un valor agregado y al decir esto no estoy hablando de valor monetario o descuentos que le puedas ofrecer, me refiero al valor humano o servicio que le estas dando y también al servicio post-venta, que vas a hacer por tu cliente después de hoy, como lo puedes seguir ayudando para que el se siga beneficiando de alguna manera con esta venta y con este contacto o relación que está iniciando contigo.

Manten siempre en mente que la mejor publicidad se logra de **-boca en boca-** tu cliente tiene que hablar muy bien de ti y de tu servicio.



+ CONCLUSIÓN

Un cliente bien atendido te puede generar de 3 a 5 nuevos clientes, un cliente mal atendido te puede “tirar” de 20 a 30 posibles clientes.

