

Manejo avanzado de objeciones y cierres

Semana del profesional de Ventas 2012

Dr. José (Joe) Díaz

PEAK PERFORMANCE INC.
RESEARCH, TRAINING & CONSULTING



Vivimos una época de cambio acelerado

- Hace 20 años no había teléfonos celulares en Puerto Rico. (Teníamos aproximadamente 22,000 teléfonos públicos en la isla)
- Hace 20 años nadie tenía una “lap top” para uso personal.
- En el 98 el Internet manejó 177 Billones de piezas de correo. Hoy maneja 70 billones diarios.
- A partir del 2006 sobre el 50% de los boletos aéreos se comprarán en línea.
- Cada 18 meses se duplica la capacidad de procesamiento de información.
- Si Facebook fuera un país sería el 3ro en población.



Nuestro mundo está cambiando aceleradamente

- 2015 aparatos electrodomésticos interactúan por medio de la voz.
- 2016 automóviles automáticos transitan por nuestras avenidas.
- 2017 el conocimiento de las máquinas sobrepasa a los humanos.
- 2020 la interfase con las computadoras será por voz y gestos.



¿Dónde están?

- Los Atari
- Los Lecheros
- Los Walkmans
- Las tiendas de discos
- Las antenas de techo
- González Padín



¿Qué impacto tienen estos cambios para el profesional de ventas?

- Las estrategias, las destrezas y el conocimiento que te ha permitido ser exitoso hasta hoy; no necesariamente te garantizarán el éxito mañana.



¿Qué impacto tienen estos cambios para el profesional de ventas?

- El crecimiento y productividad del profesional de ventas esta directamente relacionado a su destreza mas débil.

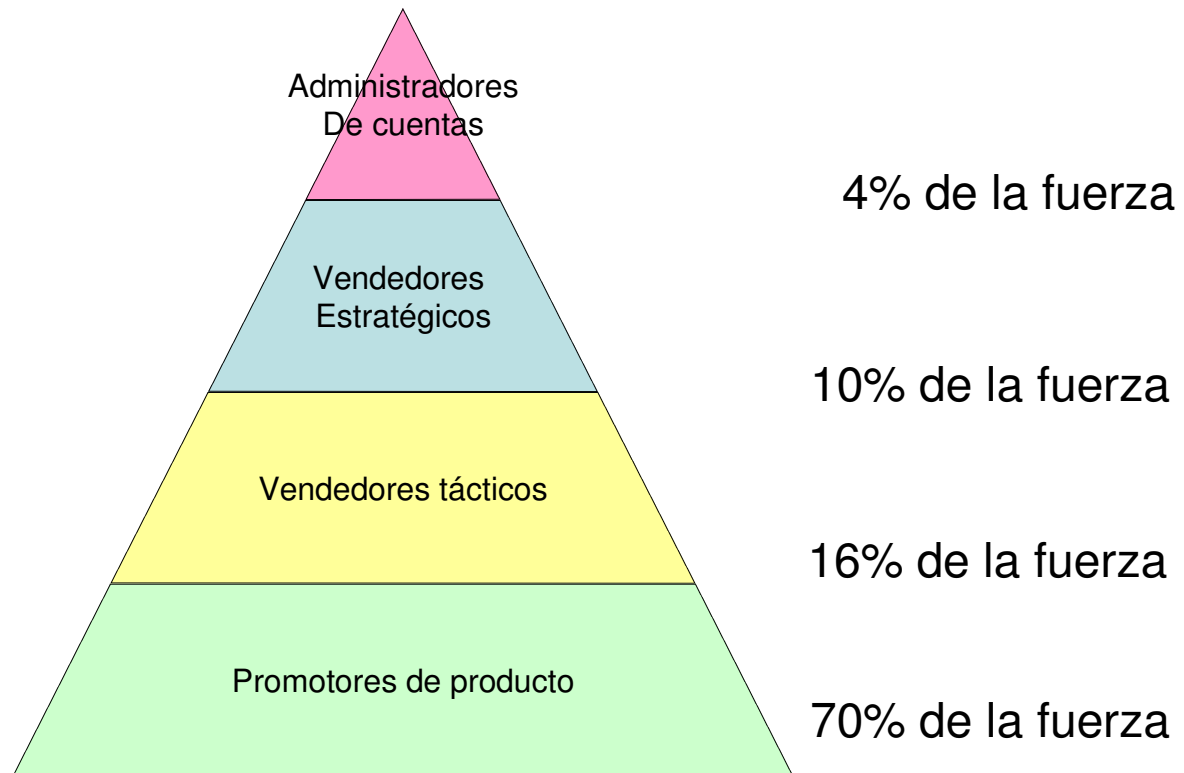


¿Qué es “la venta”?

- La venta es un proceso técnico y estructurado, cuya función es permitir que se materialice una transacción de oferta y aceptación de oferta.



Profundidad de la fuerza de ventas



Profundidad de la fuerza de ventas



Perfil general del comportamiento de los clientes típicos

1. El Apático
2. El Analítico
3. El Directo
4. El Gregario
5. El Indeciso
6. El Vanguardista



Los 5 pasos del proceso de ventas

- El acercamiento inicial.
- El análisis y la preparación.
- La presentación activa.
- El manejo de objeciones.
- El proceso de cierre.



(3) Prerrequisitos para manejar objeciones

- Primero:
 - El profesional de ventas tiene por obligación que saber de memoria un mínimo de (10) razones válidas, específicas y de peso que justifiquen porque a su cliente potencial le beneficia hacer negocio con su compañía y adquirir su producto o servicio.

(3) Prerrequisitos para manejar objeciones

- Segundo:
 - El profesional de ventas tiene que conocer de manera específica los criterios y requisitos de selección de su cliente potencial. Existe una marcada diferencia entre los atributos y beneficios de tu producto o servicio y lo que son requisitos de transacción de tu cliente.
 - Requisitos de transacción son aquellos atributos que tu cliente buscaría siempre a la hora de adquirir un producto o servicio similar al tuyo con cualquier suplidor.



(3) Prerrequisitos para manejar objeciones

- Tercero:
 - Es importante que como profesional de ventas conozcas a profundidad y de manera comparativa tu producto y el de la competencia y tengas la habilidad de presentarlos de una manera sencilla en palabras de a centavo o como dicen en Puerto Rico; en arroz y habichuelas



Manejo efectivo de objeciones y técnicas de cierre

Las técnicas que todo profesional tiene que
dominar

El manejo de objeciones

- Los 3 tipos de objeciones
 - Objeción Relacionada
 - Objeción Espontánea
 - Condición



La regla de (6)

- La regla de (6) plantea que nadie te presentara mas de (6) objeciones en una transacción de ventas y típicamente recibirás las mismas (6) objeciones.



Manejo avanzado de objeciones

- Categorías de objeciones:
 - Objeciones genéricas
 - Objeciones beneficiosas
 - Objeciones ridículas o artimañas de rechazo
 - Objeciones categóricas
 - Objeciones de precio



Manejo avanzado de objeciones

- “Bisturí”
- “Boomerang de Joe”
- “Confrontación gentil”
- Virtud de lo opuesto



Manejo avanzado de objeciones

“Precio”

1. Solicitud de comparación de precio
2. Confirmación de precio alto
3. Descubrimiento de precio (precio mental)
4. **Diluir precio por día**
 1. Se utiliza con descubrimiento de precio
 2. Se utiliza cuando se conoce precio de otra cotización
5. La objeción escondida (Para clientes sensitivos a precio)
 1. Se puede utilizar con cierre de exclusión
6. Demostrar el precio de la no adquisición.
 1. Ver cierre de historia de horror
7. El ancla del retorno

El proceso del “Cierre”

- Establecer “Rapport” y confianza.
- Capturar la atención del prospecto.
- Identificar oportunidades.
- Demostrar efectivamente los productos o servicios.
- Manejar efectivamente las objeciones.
- Solicitar el Cierre.



Secuencia de (4)pasos para el cierre

- Identifica las señales de intención de compra de tu cliente. (Verbales y no verbales)
- Inicia tanteos de cierre.
- Resume los acuerdos.
- Solicita el cierre.



Los 7 cierres clásicos

1. El cierre ascendente
2. El cierre de alternativas
3. El cierre de Benjamín Franklin
4. El cierre de resumen
5. El cierre de ultima oportunidad
6. Cierre de cumplimiento
7. Cierre de no venta



Libros disponibles

En formato digital en Amazon Kindle

