

# PROMOCIÓN Y VENTAS

# OBJETIVO:

# VENDER



## **SALUDOS A LA COMPETENCIA**

**MIS COMPETIDORES HACEN POR MÍ MAS QUE MIS AMIGOS:**

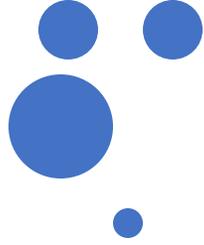
**MIS AMIGOS SON DEMASIADO CORTESES PARA MOSTRARME MIS DEBILIDADES, PERO MIS COMPETIDORES LLEGAN A GRANDES GASTOS PARA PUBLICARLAS, MIS COMPETIDORES SON EFICIENTES, DILIGENTES Y ESTAN ALERTAS, ELLOS ME HACEN BUSCAR CAMINOS PARA MEJORAR MIS PRODUCTOS Y SERVICIOS. MIS COMPETIDORES ME QUITARÍAN MI NEGOCIO SI PUDIERAN, ESTO ME HACE MANTENERME ALERTA PARA MANTENER LO QUE TENGO. SI NO HUBIERA COMPETIDORES, SERIA FLOJO, INCOMPETENTE, POCO ATENTO.**

**NECESITO LA DISCIPLINA A QUE ELLOS ME FUERZAN.**

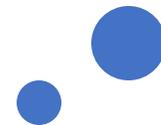
**YO SALUDO A MI COMPETENCIA, ELLOS HAN SIDO BUENOS CONMIGO.**

**DIOS LOS BENDIGA...**





***“Nunca obtenemos  
lo que merecemos...  
sino lo que negociamos”***



# ¿QUÉ DEPENDE DE DE VENTAS?

**PRODUCCIÓN:** Exceso de producción, producción insuficiente.

**INVENTARIOS :** Sobre stock, bajo stock.

**FINANZAS:** Flujo de fondos, capacidad de inversión, proyección de utilidades.

**MERCADEO:** Nivel de inversión, de gastos.

**PRECIOS:** Variación en la venta por efecto del precio.

**FUERZA DE VENTAS:** Numero de vendedores atendiendo el producto.

**DISTRIBUCIÓN:** Donde llega y donde va a llegar el producto.



# EL ASESOR EXITOSO DE HOY



# CUALIDADES :

**HONESTIDAD**

**SERVICIAL**

**ENTUSIASMO**

**RECURSIVIDAD**

**ESCUCHA**

**ORIENTACIÓN AL LOGRO**



# ACTITUDES POSITIVAS :

**PRODUCTO-EMPRESA**

**CLIENTE**

**LEY DE ATRACCIÓN**

**TRABAJAR DURO**

**CONSTRUIR**

**CAMBIO**



## CARACTERÍSTICAS PERSONALES DEL VENDEDOR

⇒ Estudio de Stan Moss, realizado a 44 altos ejecutivos de ventas de grandes organizaciones empresariales norteamericanas. Las primeras cinco cualidades que más valoran en sus vendedores son:

- Entusiasmo (338 ptos.)
- Bien organizado (304)
- Ambición evidente (285)
- Persuasión elevada (254)
- Experiencia general en ventas (226)
- Elevada habilidad verbal (215)
- Experiencia específica (214)
- Muy recomendado (149)
- Seguir instrucciones (142)
- Sociabilidad (134)



⇒ **Aptitudes:** características personales permanentes que determinan la capacidad del individuo

⇒ **para realizar un trabajo de ventas**

➤ **Inteligencia:** compendio o resumen de capacidades o procesos mentales (multifactorial)

☞ **Matemática**

☞ **Verbal**

☞ **Razonamiento inductivo y lógico**

➤ **Memoria:** capacidad de retención o almacenamiento de datos o información





## Lo Bueno (hoy)

Honesto

Sereno cuando pierde una negociación.

Admite errores

Nuevas habilidades y conocimientos

Responsable

Conoce mi negocio

Paciente, adaptable

Serio

Escucha

Proceso de ventas

## Lo malo (en transición)

No hace seguimiento

Menosprecia la competencia

No sabe escuchar

Le suena el celular

Mala presentación

No conoce el producto

No pregunta por las necesidades

Hacen perder tiempo

## Lo feo (pasado)

Actitud de sabelotodo

Confianzudo

Quejumbroso

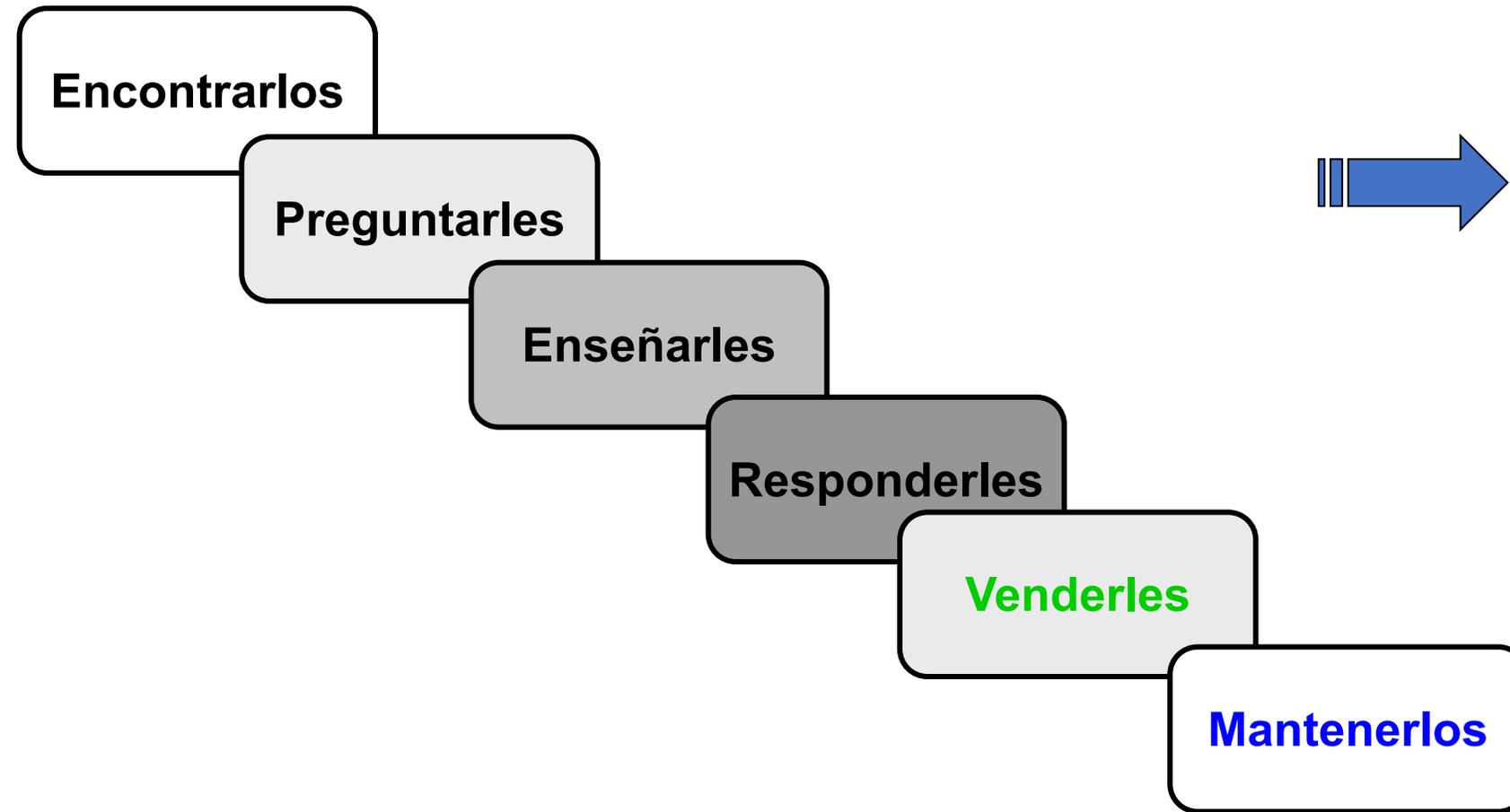
Hablador

Tomar el pelo

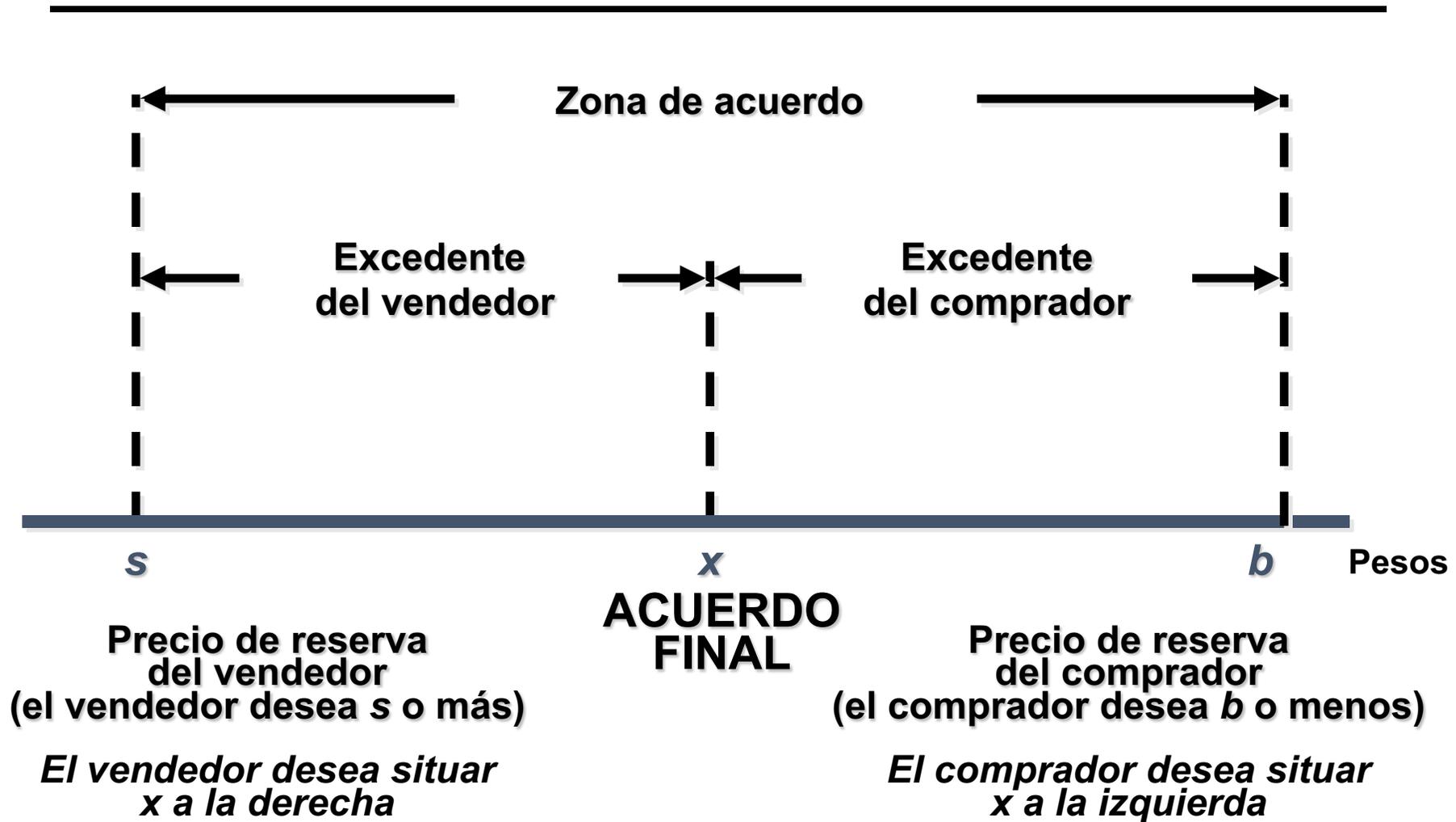
Insistente

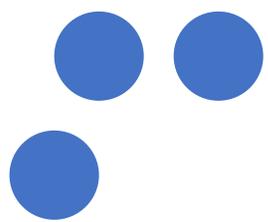


# EL PROCESO DE VENTA



# NEGOCIACIÓN





# COMPRADOR Y VENDEDOR FRENTE A FRENTE

## • Atención

Entender la  
situación actual  
Del cliente

## • Deseo

Diferenciar  
Los beneficios

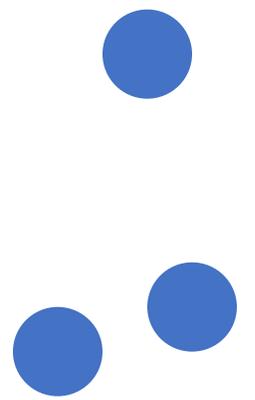
## • Interés

Presentar el  
producto

Explicar  
Como es

## • Acción

Impulsar la  
compra



## LAS 14 OBJECIONES POSIBLES

FRASE TÍPICA	OBJECCIÓN	CÓMO COMBATIRLA
<p>“Oiga... Es muy caro...” “Uff...!No puedo pagarlo”</p>	1. EL PRECIO	<p>Compárelo con los beneficios de su oferta. Disminuya su influencia en todo lo que representa su oferta.</p>
<p>“No lo necesito... Tengo.</p>	2. NO TIENE NECESIDAD	<p>Explore las auténticas necesidades de su Cliente y concrete otra oferta sobre las mismas.</p>
<p>“No es lo que yo creía...”</p>	3. NO LE GUSTA ALGUNA CARACTERÍSTICA	<p>Pregunte qué es lo que no le gusta y demuestre con hechos los beneficios. No se apoye en las características.</p>
<p>“Lo pensaré...no sé si...”</p>	4. TIENE MIEDO A COMPRAR	<p>¿De qué tiene miedo? Pregúntele. Explore las necesidades de su cliente.</p>
<p>“Usted, mucho prometer pero...”</p>	5. DESCONFÍA DEL SERVICIO	<p>De testimonios válidos. Ofrezca y garantice seguridades. Venda confianza.</p>



# LAS 14 OBJECIONES POSIBLES

FRASE TÍPICA	OBJECCIÓN	CÓMO COMBATIRLA
“Es caro no puedo permitírmelo... Ya veré”	6. NO LE GUSTA LA FORMA DE PAGO	Desmenuce todas las formas posibles de pago y hágale ver las ventajas. Preséntelas como si estuvieran pensadas para su cliente.
“Ya tengo contrato con... compro a...”	7. PREFIERE TRATAR CON OTRA EMPRESA	Plantee la diversificación del riesgo Exalte las ventajas de su empresa... Pero no mienta.
“Estoy de Ustedes harta...”	8. RECLAMACIONES	Puede ser cierto. Déjele hablar. No se altere preocúpese por el problema de su cliente. De verdad
“Pues no sé...”	9. LE FALTA INFORMACIÓN	Para eso esta Usted: para informar. Hable de los beneficios que obtendrá con su oferta. Ya explicará luego las características
“Verá... nosotros.”	10. VANIDAD QUE LE IMPIDE ACEPTAR	Halague con suavidad. No se pase. Analice psicológicamente a su cliente.



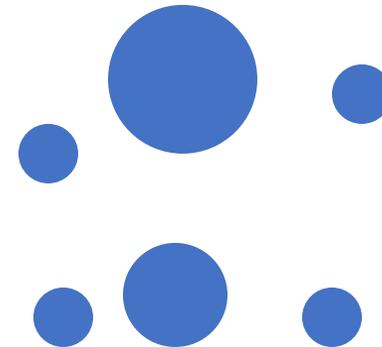
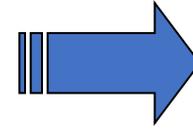
## LAS 14 OBJECIONES POSIBLES

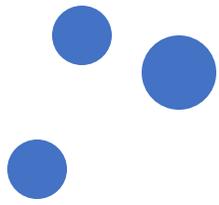
FRASE TÍPICA	OBJECCIÓN	CÓMO COMBATIRLA
<b>“Lo consultaré y ya le diré algo”</b>	<b>11. CONSULTARÁ CON OTRO ANTES DECIDIR</b>	<b>Usted no descubrió quien toma las decisiones. Todavía está a tiempo. Procure asistir a la consulta, de lo contrario la comunicación puede fallar.</b>
<b>“Si, pero...”</b>	<b>12. DUDA</b>	<b>¿Pero qué? Induzca a que aclare la razón de su duda y ataque a fondo buscando aceptaciones parciales.</b>
<b>“.....”</b>	<b>13. SILENCIO</b>	<b>Muy peligrosa. Rompa el silencio con preguntas abiertas. No espere al final de su argumentación.</b>
<b>“Usted me dice... Pero la verdad es que...”</b>	<b>14. SEÑALA LOS DEFECTOS DE SU ARGUMENTACIÓN</b>	<b>Falta de preparación por su parte. Sea sincero, demuestre todo lo que dice. Hechos y no palabras.</b>



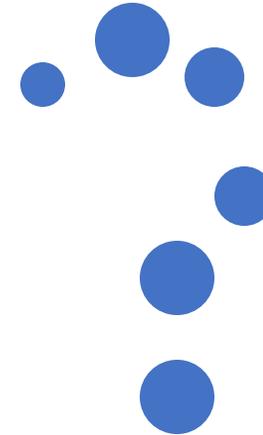
# TÉCNICAS DE CIERRE

- De opciones.
  - De compra realizada.
  - De respuestas positivas.
- De balance.
  - De propuesta especial.
- De referencias.





# RESPONSABILIDADES DEL ASESOR EXITOSO

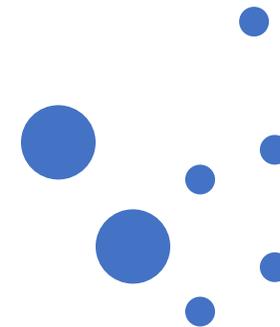


**¿QUÉ TIENE QUE HACER EL BUEN ASESOR?**

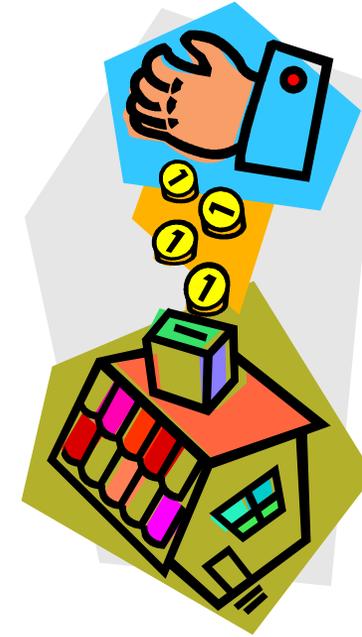


# EL ASESOR EXITOSO ESTA ORIENTADO A:

- **Servicio:** Es actitud, deseo de colaborar y ayudar a los demás.
- **Cliente:** Cómo puedo hacer que gane más? Qué piensa, qué necesita, qué desea?
- **Crecimiento:** Personal y profesional. Crecimiento de mis clientes. Crecimiento mío y de mi empresa.



➤ **Utilidades:** Vendo,  
pero, mi empresa gana?  
Cuáles son las líneas o  
servicios más rentables?



**No sólo en atraer clientes,  
sino en retenerlos**

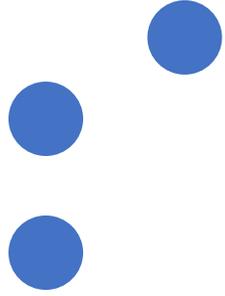


# PERFIL BÁSICO DEL ASESOR EXITOSO

## **Consultor / asesor**

- ▶ Analiza la situación actual y el entorno. ▶ Escucha y piensa en el cliente, en su crecimiento y bienestar.
- ▶ Establece relaciones duraderas.
- ▶ Interés verdadero por el cliente.
- ▶ Lucha por darle al cliente más de lo que él espera.
- ▶ Ideas que generan valor agregado.

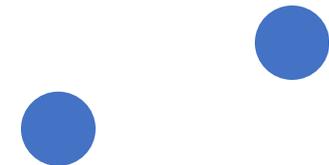




## 📄 Socio del cliente

Está presente para compartir lo bueno y lo malo.  
Trata de entender sus decisiones.  
Negocios rentables para ambos.  
Comunicación y presencia continua.

## 📄 Conocimientos actualizados



■ El vendedor exitoso tiene un balance óptimo entre planeación y gestión.

“Mucha iniciativa y poca acabativa?”

“Poca iniciativa y mucha acabativa?”



**Cada situación nos exige un balance diferente entre planeación y gestión, pero siempre ambos están presentes.**



# CONOCIMIENTOS BÁSICOS DE UN ASESOR EXITOSO

**Nota: Ser profesional no es “tener títulos”, es ser profesional en actitud.**

@ La empresa, sus productos, procesos, políticas comerciales, misión y visión, dificultades, entorno, mercado real y potencial, competidores.



Ⓜ **El cliente:** Quién es, cuál es su negocio, su entorno, su mercado, sus clientes, sus dificultades, sus expectativas, sus deseos, sus necesidades, su situación económica, sus empleados, sus competidores.

Ⓜ **Ventas:** La venta como un producto, no como una actividad final. Técnicas.

Ⓜ **Economía:** Qué está pasando, por qué y cómo afecta? Qué puede pasar y cómo me afectará?



② **Finanzas básicas:** Si voy a ser consultor/ asesor de mis clientes, saber leer lo básico de un balance y un P y G. Manejo de cifras.

② **Mercadeo:** Para comprender el mercado y la competencia, para poder elaborar y ejecutar acciones exitosas. Básicamente conocer sobre distribución, políticas comerciales, promoción y publicidad. Tener carácter inquisitivo, curioso, investigador, querer saber los por qué.



## TALENTOS / HABILIDADES / CARACTERÍSTICAS DE UN ASESOR EXITOSO



- ✦ Superación: Quiere ser alguien y lucha por conseguirlo. No es conformista.
- ✦ Comprometido: Consigo mismo, familia, sociedad, los clientes, la empresa.



- ★ Motivado: Sabe lo que quiere y como lograrlo, tanto a nivel personal, como profesional.



- ★ Persistente: Termina lo que inicia, no se rinde ante el primer obstáculo.
  - ★ Ama lo que hace.
- ★ Estratega: Capacidad para establecer metas y como lograrlas, para realizar buenos negocios, crear clientes, generar ventajas sobre la competencia.



- ★ Organizado: Plan de trabajo diario, semanal, mensual, semestral, con actividades, metas, inversiones, elementos requeridos. Manejo de formatos, elaboración de informes. Sabe donde está, para donde va y como va a ir.
- ★ Innovador: Genera nuevas soluciones, nuevas ideas, nuevos productos/servicios, nuevas formas de atender los clientes y de trabajar conjuntamente con ellos.
- ★ Amable/serio: Buen trato pero no abusa de la confianza que el cliente le dé. Diferencia lo personal de lo laboral.



✦ Puntual, Respetuoso y Profesional.

✦ Planificador: Tiene visión de mediano y largo plazo, pero con la capacidad de actuar inmediatamente. Los cambios repentinos tienen menor efecto negativo sobre él que sobre otros; Se va preparando para el futuro y por lo tanto, tomará más provecho de él.



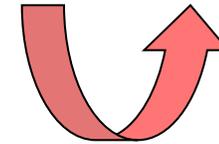
✦ Analítico: Sabe pensar y deducir. Considera la influencia de varios factores simultáneamente y elabora varias alternativas de acción / solución.



## Líder:

- ★ Propone, acompaña y hace seguimiento.
- ★ Capacidad de establecer soluciones duraderas.
- ★ Escucha: Mas importante escuchar que hablar y pensar antes de hablar.
- ★ Estudioso: Se mantiene actualizado en sus campos de interés personales y profesionales y en sobre todo aquello que afecte su entorno.
- ★ Auto...: Auto capacitación  
Auto evaluación  
No espera que hagan por él.





# CLASES DE VENDEDORES



## El Publirrelacionista

- Se la pasa “haciendo contactos” y “haciendo amigos”. Abusa de desayunos y comidas.
- Siempre quiere “quedar bien con el cliente”. Quiere vender por afecto y a menudo lo que le dan son “las migajas del negocio”.
- El cliente “lo usa” mientras le conviene, manipulando sus temores.
- Es vulnerable ante la adulación.
- Es parlanchín y no sabe callar,

por lo cual termina siempre “hablando de más”.



## El Promotor

- Sabe abrir la puerta y lo hace muy bien.
- Negocia sobre la base del “afecto”.
- Sobrevende los beneficios y promete de más
- Persuade y convence, pero... siempre es rebasado por el tiempo.
- Por su afán de quedar bien y demostrar que sabe, a veces se excede y suelta “estrategias” antes de amarrar al cliente, y se hace vulnerable.
- Generalmente queda entrampado en negociaciones largas, de mucho esfuerzo, y muy desgastantes.
- No sabe cerrar la venta.



## El Cerrador

- Prefiere ser respetado, que admirado.
- Tiene capacidad para controlar toda la entrevista.
- Es positivo.
- Es disciplinado, objetivo y con visión comercial.
- Sabe callar a tiempo para evitar que le “roben su experiencia y conocimiento”.
- Es un profesional de la negociación.
- Es concreto y objetivo al negociar y por ello cierra la venta.
- Tiene control de la entrevista.
- Tiene control de su emotividad y siempre reacciona “con la cabeza fría”.



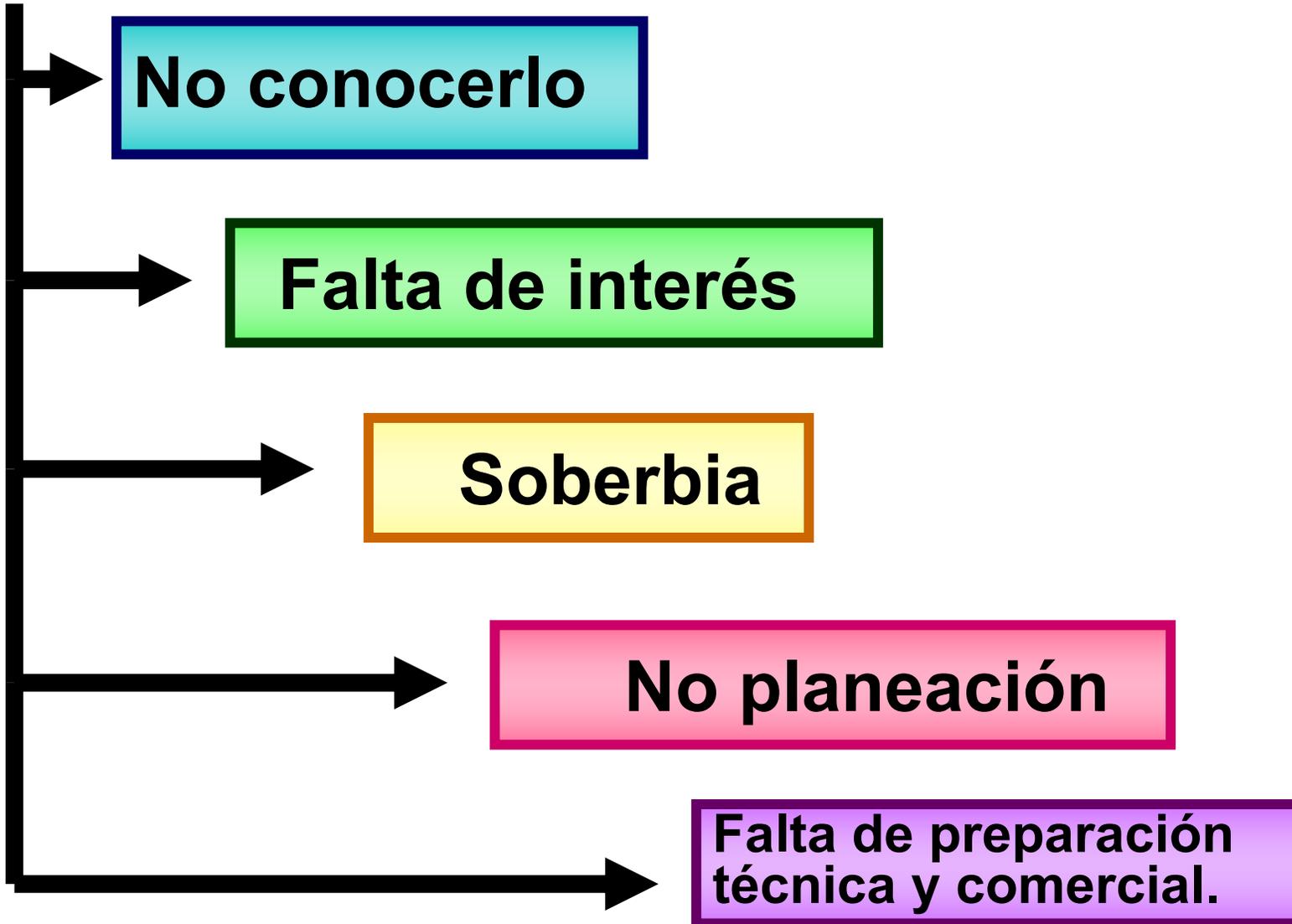
# ESTILOS DE VENDEDORES



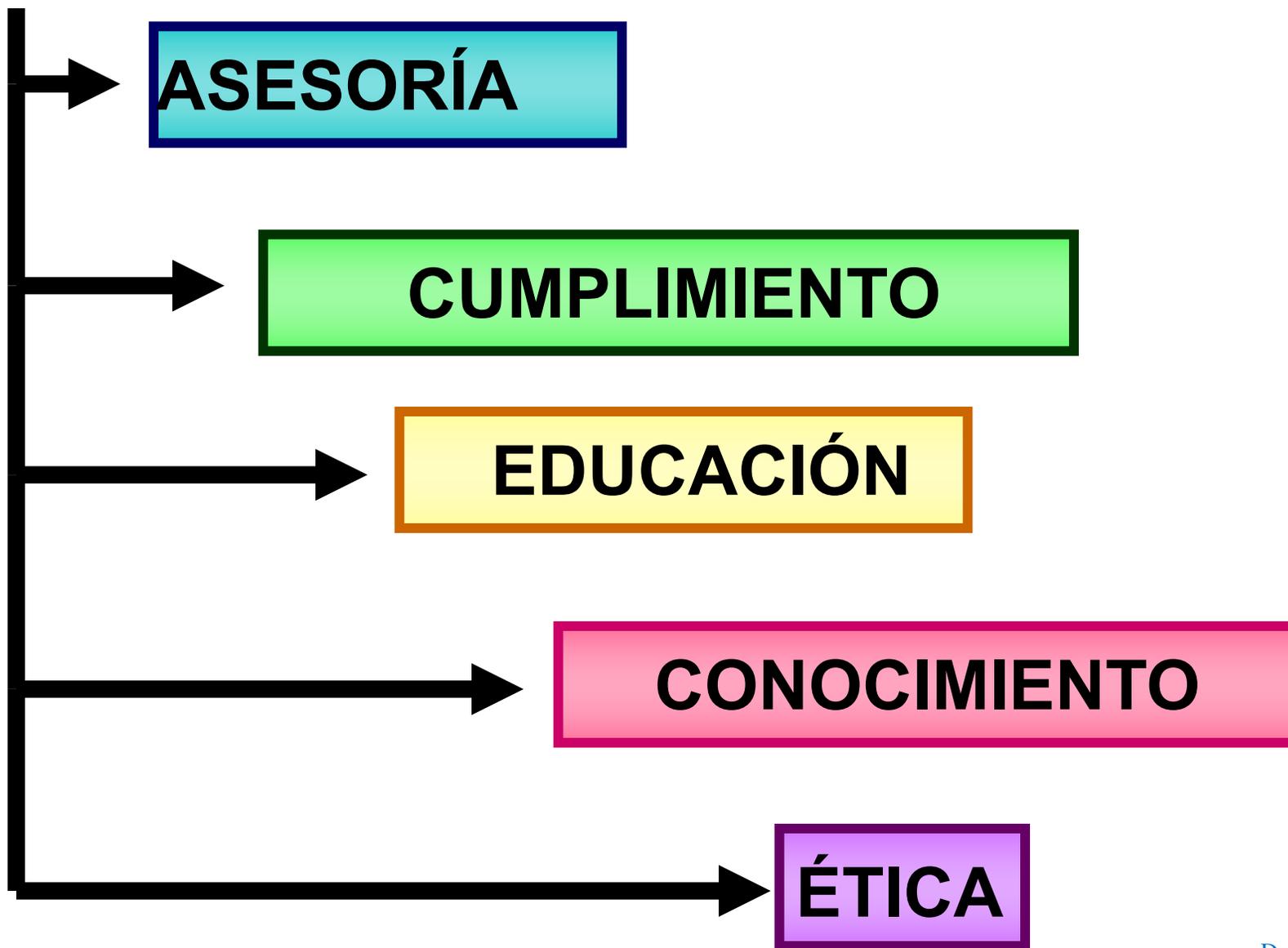
# ESTILOS DE VENDEDORES



# UN CLIENTE SE VA POR:



# UN CLIENTE SE QUEDA Y CRECE:



**“MUCHAS  
GRACIAS”**

