

ASESORANDO AL CLIENTE

En esta edición tenemos que tratar un tema muy importante y común a cualquier negocio, ya sea de venta mayorista o minorista, de productos o servicios, de bienes semielaborados o terminados, todos los tipos y formas de negocios tienen uno de sus factores claves de éxito en la venta, por lo tanto, nos ocuparemos de este tema en nuestras tres siguientes ediciones. La dividiremos en tres etapas, ninguna menos importante que las otras, el "ANTES", el "DURANTE" y el "DESPUÉS" de la venta.

VENDER ES INDUCIR A LA COMPRA. ASESORANDO AL CLIENTE

El concepto de PASOS DE LA VENTA implica que se deben ir cumpliendo cada etapa con éxito para que la conclusión (el cierre de la venta) sea lo más natural.

A) - ANTES DE LA VENTA

TODO EL EQUIPO DEBE ESTAR PREPARADO

a- PERSONALMENTE: Física y Mentalmente

- La ACTITUD es una energía que nace de adentro y atrae lo que genera (positiva o negativamente), se desparrama alrededor de las personas y se percibe.
- Para lograr el éxito se necesita 5% de INSPIRACIÓN y 95% de TRANSPIRACIÓN.
- El 80% del éxito en las ventas es ACTITUD y sólo el 20 % es APTITUD.
- La virtud para ser un vendedor de éxito, el tener una ACTITUD MENTAL POSITIVA.

LAS 5 LEYES MENTALES DE LAS VENTAS

Los buenos vendedores son:

1. Seguros de sí mismos.
2. Saben como manejar el rechazo.
3. Saben como llevar adelante un objetivo de una manera a la vez firme y sutil.
4. Tienen una visión optimista y entusiasta de la vida.
5. Una actitud ganadora marca la diferencia entre el éxito y el fracaso.

La diferencia no está en el producto, en la zona, ni en sus clientes, sino EN SU PERSONA.

b- PROFESIONALMENTE

El vendedor: · es representante de la empresa dentro y fuera del horario laboral.

· siempre está vendiendo.

· debe creer sinceramente que su servicio/producto beneficiará al usuario.

El CONOCIMIENTO* es la base de esta convicción, y en función de ello, algunos de los ítems que debe dominar un vendedor profesional son:

- A sí mismo (fortalezas y debilidades).
- Del mercado: cliente, competencia.
- Del cliente: características, necesidades, historia, segmento, gustos, conducta, hábitos.
- De la empresa: filosofía, historia, objetivos, política comercial.
- De la competencia: quienes son, porque son, donde están, fortalezas y debilidades.
- De las estrategias. La papelería, las ofertas, las campañas publicitarias y promociones.
- De las técnicas de venta: para satisfacer a los clientes.
- De los resultados en general.

- De su propia evolución y desempeño, de sus acciones, su propia estadística.
- Del producto: ventajas competitivas, stock, características, ventajas, beneficios y diferencias.

LAS DIEZ VIRTUDES DEL VENDEDOR PROFESIONAL

- 1 - Capaces de venderse a si mismos.
- 2 - Seleccionados de acuerdo con su importante cometido dentro de la empresa.
- 3 - Preparación, experiencia, flexibilidad y creatividad.
- 4 - Preferir el riesgo bien retribuido a la seguridad mal paga.
- 5 - Saber descubrir necesidades e influir positivamente.
- 6 - Conocimiento del ... (*)
- 7 - Preguntar y escuchar.
- 8 - Trabajar con objetivos.
- 9 - Saber decir que no.
- 10 - Buscar recomendaciones activas totales.

CONSEJOS A UN VENDEDOR:

- Haga preguntas y escuche. No se aprende nada mientras uno habla.
- Apunte alto en las metas. Normalmente uno llega muy cerca de donde se propone.
- Sonría y sea amable. A todos nos gustan las personas positivas.
- Muéstrese tan crítico de sí como de sus compañeros.
- Apóyese en los demás: en equipo se puede más que individualmente.
- Los sentimientos negativos malgastan energías.
- Prometa poco y haga mucho.
- Insista pero nunca sea pesado.
- Invierta tiempo en aprender. Si es nuevo, pregunte a los veteranos. Si es veterano, pídale ayuda a los novatos.
- No confíe en la memoria. Anote todo lo que quiera recordar.
- Preocúpese cuando fracase, pero nunca se sienta derrotado.
- El éxito a costa de sus convicciones y de su familia, es un fracaso.