

## **Venta Conceptual®**

### **Resumen de Guía de Participante**



Cada interacción con sus clientes incluye puntos de impacto críticos en los que lo que usted dice y cómo lo dice puede influenciar dramáticamente el resultado de su venta. ¿Está usted estableciendo credibilidad y obteniendo compromiso con cada llamada de ventas que realiza? ¿Está usted consistentemente moviendo sus ventas hacia un cierre?

Venta Conceptual® delimita un proceso de cuestionamiento de 4 partes que lo ayudará a diferenciar a su organización, producto o servicio de su competencia, asegurando información faltante, lograr compromiso, y finalmente, establecer relaciones de negocio gana-ganas. El entender como sus clientes realmente compran, mejorará significativamente tanto su confianza como la credibilidad con sus clientes más valiosos.

#### **Lo que aprenderá:**

Apalancar un proceso de cuestionamiento único y proactivo para asegurar información faltante.

- Meterse a la cabeza del cliente al entender el proceso de toma de decisiones
- Posicionar a su compañía de manera más efectiva utilizando sus fortalezas distintivas.
- Identificar el por qué un cliente “no se compromete” – y qué hacer al respecto
- Distinguir entre una objeción y un impedimento básico y aprenda cómo superarlos
- Posiciónese confiablemente con altos ejecutivos
- Defina expectativas realistas para desenlaces de llamadas de ventas
- Establezca credibilidad con cada influencia compradora, todo el tiempo

#### **Por qué debe atender:**

Venta Conceptual® es una planeación de llamadas para ejecutivos y profesionales de ventas que quieren mejorar todas las interacciones con sus clientes, incluyendo conversaciones telefónicas, discusiones cara-a-cara y contestaciones vía correo electrónico.

- ¿Conoce las necesidades y motivaciones detrás de cada compra de sus clientes?
- ¿Se está usted diferenciando basándose en sus fortalezas distintivas?

- ¿Tiene usted las tácticas indicadas para obtener compromiso por parte de sus clientes?
- ¿Sabe cómo superar bloqueos y volver a encaminarse?
- ¿Cómo está manejando a aquellos clientes que huyen del compromiso?
- ¿Cada interacción resulta en un avance en el proceso de ventas?

### **Resumen Venta Conceptual®**

En el programa de Venta Conceptual®, aprenderá, aplicará y practicará las siguientes estrategias y tácticas de planeación de llamadas.

#### **Concepto del cliente**

- Entender qué es el concepto del cliente y porque es necesario entenderlo
- Conecte la venta de concepto con la venta de producto
- Entienda porque la venta de concepto va en primer lugar

#### **Compromisos de acción**

- Establezca puntos de acción para cada llamada
- Determine su Mejor Acción de Compromiso: lo máximo que puede esperar del cliente como resultado de la llamada
- Identifique su Acción Mínima Aceptable: lo menos por lo que se conformará
- Sepa qué hacer cuando no pueda obtener el mínimo
- Use las guías de acción para el compromiso: asegúrese de que sean específicas, realistas y medibles.

#### **Objetivo singular de ventas**

- Aprenda el error más común a la hora de establecer objetivos
- Identifique objetivos singulares de venta que son medibles y tangibles
- Escuche ejemplos de Objetivos Singulares de Venta confusos contra aquellos bien definidos.

## **Razón válida de negocio**

- Establezca una razón de negocios por cada llamada
- Desarrolle los criterios que debe tomar en cuenta para una razón válida de negocios efectiva

## **Credibilidad**

- Escuche porqué la credibilidad es factor clave a la hora de empezar cualquier llamada
- Aprenda los tres tipos de credibilidad: ganada, transferida y establecida por medio de reputación.

## **Obteniendo información**

- Reconozca qué información falta y quien es la mejor persona a la cual acudir
- Apalanque cuestionamientos como un proceso para confirmar y descubrir información
- Explore los cinco tipos de preguntas: de confirmación, de nueva información, de actitud, de compromiso, y problemas varios.

## **Comunicación excelente**

- Maximice el entendimiento entre usted y el cliente.
- Compare el efecto del Shock de Preguntas y el Silencio de Oro.
- Descubra los beneficios comprobados del Silencio de Oro

## **Dando información**

- Vea porque la diferenciación e imperativa para las decisiones de compra.
- Entienda la importancia de apalancar sus fortalezas distintivas para diferenciar su organización, producto o servicio.
- Descifre la diferencia entre fortalezas distintivas y rasgos y beneficios.
- Use las pruebas del ácido para la diferenciación: “¿Entonces qué?” y “¡Pruébelo!”

### **Acercamiento a las llamadas de ventas**

- Compare lo tradicionales acercamientos de ventas y la asociación
- Evalúe cuál funciona y cuál no
- Utilice la lógica para lograr resultados gana-ganas con sus clientes

### **Obteniendo compromiso**

- Aprenda cómo cada llamada de ventas termina y cuál es la siguiente acción del cliente
- Sepa cuando el cliente está listo para la acción entendiendo señales de compromiso
- Defina porqué los clientes no se comprometan y supere este impedimento

### **Plan de llamadas de ventas**

- Reúna todo lo necesario para detallar su plan de acción para próximas llamadas de ventas
- Utilice la Hoja Verde para hacer un chequeo para construir su estrategia.