



# CÓMO INCREMENTAR TUS VENTAS!!!

TÉCNICAS PARA AUMENTAR TUS VENTAS



GESTORES VOLUNTARIOS  
DE COFIDE

# OBJETIVOS DE HOY

- ✓ **¿Qué es vender?**
- ✓ **El proceso de ventas**
- ✓ **¿Cómo presentar tu producto / servicio?**
- ✓ **Características de un buen vendedor**
- ✓ **¿Cómo persuadir al cliente?**
- ✓ **Manejo de Quejas**
- ✓ **El cierre de la venta**
- ✓ **Servicio post-venta**



# ¿QUÉ ES VENDER?

- **“VENDER”** es la transferencia de algo (un producto, servicio, idea u otro) a un comprador mediante el pago de un precio convenido.
- **MKT** : es toda actividad que incluye un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor 1) identifica las necesidades y/o deseos del comprador, 2) genera el impulso hacia el intercambio y 3) satisface las necesidades y/o deseos del comprador (con un producto, servicio u otro) para lograr el beneficio de ambas partes.
- Todos, en mayor o menor medida, vendemos. Vende, por supuesto, quien ofrece a un cliente un producto o servicio como respuesta a sus necesidades, y recibe a cambio un precio que ambos consideran justo.



# VENTAS!!!

*Si fidelizas a tus clientes,  
vas a incrementar tus  
ventas y por defecto  
lograrás mayor  
rentabilidad.*



# TIPO DE VENTAS

- ✓ Venta en tienda: el cliente visita el establecimiento donde está el vendedor.
- ✓ Venta a domicilio: el vendedor visita al cliente en su establecimiento.
- ✓ Venta ambulante: el cliente asiste a un lugar donde el vendedor realiza su venta pero este no es un lugar permanente y usualmente ha sido elegido por el vendedor para aproximarse a un perfil concreto de cliente.
- ✓ Call center o tele venta: el vendedor aborda al cliente vía teléfono habitualmente y no media un contacto físico entre ambos.



# PROCESO DE VENTAS



# Prospección

La fase de prospección o exploración es el primer paso del proceso de venta y consiste en la búsqueda de clientes en perspectiva; es decir, aquellos que aún no son clientes de la empresa pero que tienen grandes posibilidades de serlo.



# Proceso de Prospección

- 1. Identificar a los clientes, ¿Quiénes pueden ser nuestros futuros clientes?**
  - 2. Calificar a los candidatos en función a su potencial de compra**
  - 3. Elaborar una lista de clientes en perspectiva, Cabe destacar que la lista de clientes en perspectiva es un patrimonio de la empresa no del vendedor y debe ser constantemente actualizada para ser utilizada en cualquier momento y por cualquier persona autorizada por la empresa.**
- ❖ Si el negocio es venta directa o servicio este proceso se realiza en el momento de la venta



# El Acercamiento

Consiste en la obtención de información más detallada de cada cliente en perspectiva y la preparación de la presentación de ventas adaptada a las particularidades de cada cliente.

- ✓ **Investigación de las particularidades de cada cliente en perspectiva:** nombres, edad, sexo, costumbres. Adicionalmente, también es necesario buscar información relacionada con la parte comercial, por ejemplo: productos similares que usa actualmente, motivos por el que usa los productos similares, que piensa de ellos, estilo de compra, etc...
- ✓ **Preparación de la presentación de ventas enfocada en el posible cliente:** con la información del cliente en las manos se prepara una presentación de ventas adaptada a las necesidades o deseos de cada cliente en perspectiva.
- ✓ **Dependiendo de las características de cada cliente, se toma la decisión de solicitar una cita por anticipado** (muy útil en el caso de gerentes de empresa o jefes de compra) o de realizar **visitas en frío**, por ejemplo tocando las puertas de cada domicilio en una zona determinada (muy útil para abordar amas de casa con decisión de compra).





# Presentación de Venta

Según el prof. Philip Kotler "este paso consiste en contarle la historia del producto al consumidor, siguiendo la fórmula AIDA de captar la atención, conservar el interés, provocar un deseo y obtener la acción (compra)"

TENER EN CUENTA:

- ✓ *Las características del producto:* lo que es el producto en si, sus atributos
- ✓ *Las ventajas:* aquello que lo hace superior a los productos de la competencia
- ✓ *Los beneficios que obtiene el cliente:* aquello que busca el cliente de forma consciente o inconsciente



# Cómo Presentar un Producto o Servicio?

Para poder presentar el producto o servicio es necesario:

- ✓ Conocer los principios básicos que rigen la comunicación verbal y la comunicación gestual.
- ✓ Manejar adecuadamente su cuerpo, espíritu y su mente.
- ✓ Conocer su producto o servicio



# Cómo Presentar un Producto o Servicio?

- ✓ Resalta propuesta y beneficios.
- ✓ Informa valor y características.
- ✓ Ofrezca muestra o demo, gratis.
- ✓ Facilita comparaciones con productos o servicios de competencia.
- ✓ Ofrece varias opciones de acuerdo al presupuesto y/o necesidades del cliente.
- ✓ Asesora a tu cliente sobre la opciones que recomiendas.
- ✓ Resuelve las dudas.



cliente feliz!!

# Características del Buen Vendedor

- ✓ **Autoestima alta**
- ✓ **Siempre positivos**
- ✓ **Excelente imagen personal**
- ✓ **Profesionalismo**
- ✓ **Conoce su producto**
- ✓ **Mejora constante**
- ✓ **Orientado a resultados**



# Características del Buen Vendedor

- ✓ Ser ambicioso
- ✓ Excelente Comunicador
- ✓ Proactivo
- ✓ Trabaja en equipo
- ✓ Empatía
- ✓ Soluciona problemas
- ✓ Sentido del Humor
- ✓ Organizado



# ¿Cómo CONVENCER al CLIENTE?



# MANEJO DE QUEJAS E.D.S.A.



**RECLAMOS  
DE CLIENTES**  
UNA QUEJA = UNA OPORTUNIDAD



# CIERRE DE VENTAS



GESTORES VOLUNTARIOS  
DE COFIDE

El cierre es el momento de la verdad dentro de una venta. Es el final de todo un proceso donde se recoge la cosecha sembrada por el vendedor en forma de éxito o de negativa.



# CIERRE DE VENTAS



## Tips y Sugerencias

- La venta se empieza a cerrar desde el principio
- La venta se cierra hasta que se realiza la cobranza
- No olvide revisar sus cálculos
- Afirme todo el tiempo posible
- Manténgase firme
- Una objeción es una oportunidad de cierre
- Obtenga el compromiso escrito de preferencia
- Cuando el cliente ha cerrado es mejor retirarse



# Post Venta



- ✓ Verificación de que se cumplan los tiempos y condiciones de envío.
- ✓ Verificación de una entrega correcta
- ✓ Instalación.
- ✓ Asesoramiento para un uso apropiado
- ✓ Garantías en caso de fallas de fábrica
- ✓ Servicio y soporte técnico
- ✓ Posibilidad de cambio o devolución en caso de no satisfacer las expectativas del cliente
- ✓ Descuentos especiales para compras futuras

*La etapa final del proceso de venta es una serie de actividades posventa que fomentan la buena voluntad del cliente y echan los cimientos para negocios futuros*



# Post Venta



# EJEMPLO 1

PROPIEDAD DE NUEVA EMPRESA