

Flame

analytics

WEBINAR

La Venta Efectiva en 7 Pasos

CON MARIVÍ ORTA

Jueves, 12 de diciembre de 2019

La Venta Efectiva en 7 Pasos

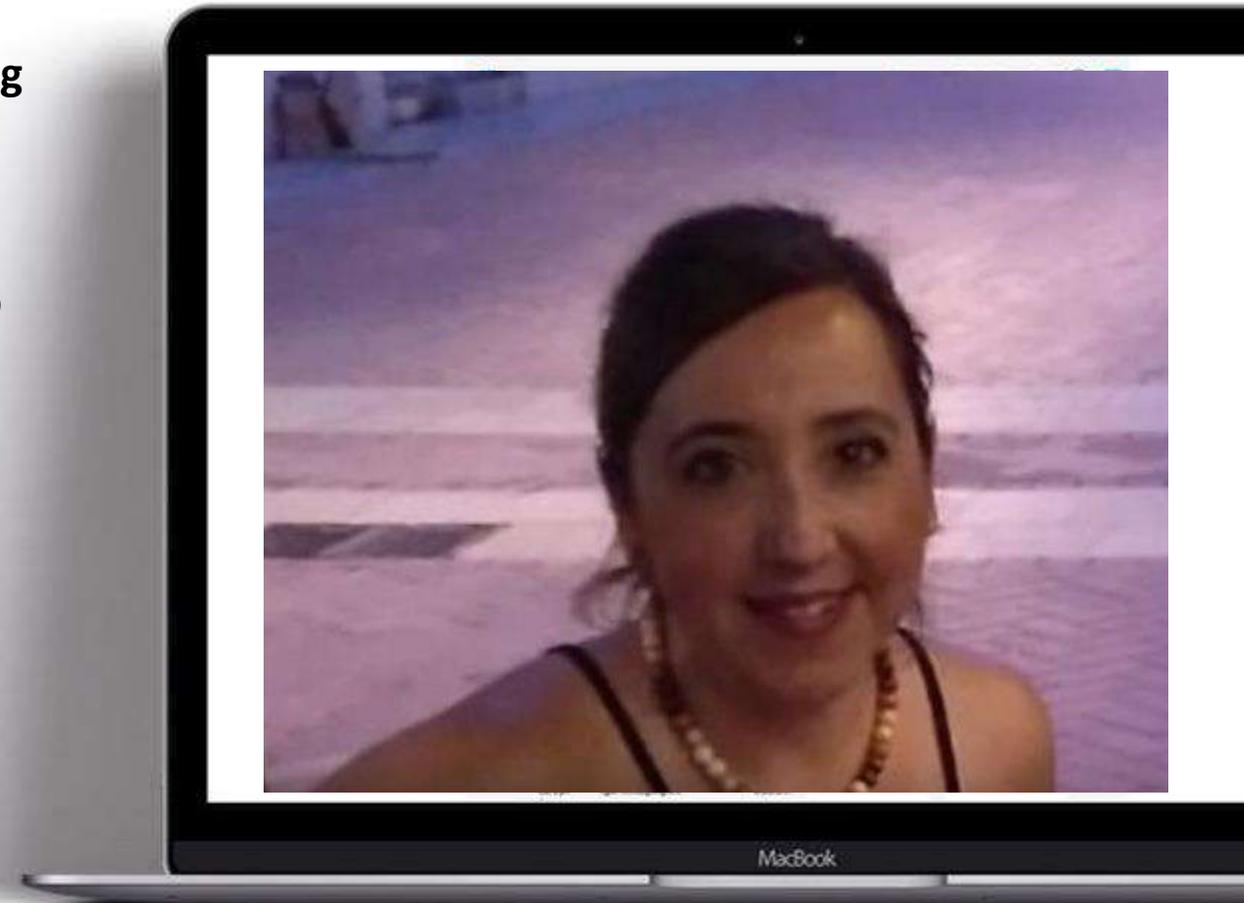
Mariví Orta

Mariví es directora y socia consultora de **Tándem Consulting Comercial**.

A lo largo de su trayectoria profesional ha estado **vinculada al retail** y, en especial, al sector de moda, por un lado como gerente de establecimiento propio y, por otro, como directora de establecimientos de cadenas como ESPRIT, FOSCO o Comptoir des Cottonniers y gestionando puntos de venta para empresas internacionales como Max Mara y Hugo Boss

Mariví es graduada en **Dirección de Comercio y Distribución** (ESCODI-Universidad Autónoma de Barcelona UAB).

marivi.orta@gmail.com
@marivi_orta



¿Quieres mejorar tus resultados?

¿Sabes cómo fidelizar a tus clientes?



¿Quieres vender más?

**Solo existe una manera:
excelente servicio al cliente**

7 pasos de una venta efectiva

Aproximación al cliente

Descubrimiento de necesidades

Presentación del producto

Probador-
Degustación-
Prueba

Resolución objeciones

Cierre de venta

Despedida

1. Aproximación al cliente

Acercamiento discreto, pero
manteniendo el contacto visual
con el cliente

The logo for Tandem consulting comercial, with "tandem" in a large, bold, green font, "consulting" in a smaller, blue font below it, and "comercial" in a smaller, blue font to the right of "consulting".

tandem
consulting comercial



2. Descubrimiento de necesidades

Hacer preguntas abiertas al cliente, además de mantener una observación discreta...tener en cuenta:

- Tener una sonrisa amistosa
- Apariencia agradable
- En media de lo posible, dar su nombre
- Utiliza preguntas abiertas para conocer las necesidades del cliente
- El lenguaje corporal debe denotar respeto
- Identificar cuando debes tratar de tú o de usted al cliente
- Utilizar el plural y no el singular cuando te refieras a tu negocio

3. Presentación del producto

Explicar las características del producto, funcionalidad y beneficios para el cliente.



4. Probador – degustación – prueba

- Inicie la presentación con las gamas altas.
- Haga que el cliente participe de la demostración.
- Ubique el producto entre usted y el consumidor.
- Enfatique en las variables más representativas del producto: sabor, rendimiento, calidad, efectividad, fragancia. .
- No entierre al cliente en una montaña de argumentos, déjelo participar.
- Suspenda la demostración cuando detecte una señal de compra.



5. Resolución de objeciones

- **Respectar estos seis puntos**
 - Escuchar al cliente con mayor atención
 - No interrumpir nunca
 - No discutir con un cliente
 - Tratar las objeciones con todo respeto
 - Contestar brevemente
 - Al contestar la objeción, proseguir la venta
- **Técnicas que puede utilizar**
 - **Boomerang:** contra argumentar
 - Este libro es muy caro - pero le deja mucho beneficio
 - **Si, pero:** dar una parte de razón al cliente, pero posteriormente reforzar nuestra postura
 - No me gusta el color de la chapa
 - - comprendo que le agrada, pero está diseñado para poder ser visto con facilidad en la oscuridad
 - **Formular preguntas:** Se utiliza una pregunta como respuesta a la objeción
 - El precio de este automóvil es demasiado caro
 - ¿Comparado con cual es caro?
 - **Anticipación** Responder a las objeciones antes de que se manifiesten
 - Ya sé que usted va a decirme que
 - **Rodeo:** No reparar en la objeción y continuar con la exposición
 - Si tengo que realizar pedidos tan grandes no me interesa
 - La campaña publicitaria llevada a cabo en televisión hace que se venda muy bien

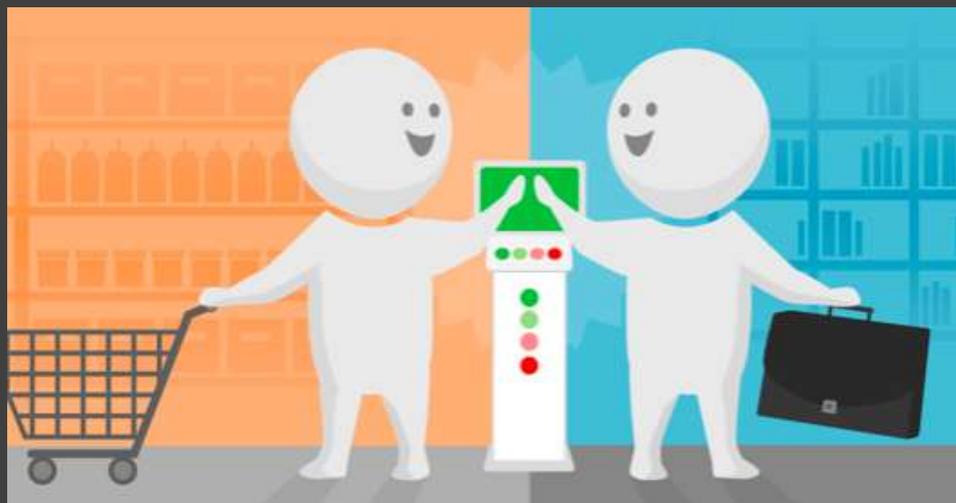
6. Cierre de la venta

Hay indicios por parte del cliente que sugieren el cierre, por ejemplo cuando pregunta: ¿Puedo pagarlo a plazos...?, ¿Tienen personas que se encargan de instalarlo...?, ¿Cuánto tiempo de garantía tiene...?, ¿Si lo pago al contado efectivo, me hacen algún descuento...?, ¿Demoran mucho tiempo en enviármelo...?, etc.

7. Despedida y post venta

- Elogiar la elección del cliente, si no se ha hecho en la descripción del producto, explicar condiciones de mantenimiento y sobretodo invitarlo a volver al establecimiento.

Algunas ideas importantes:



“Una regla simple y potente: siempre hay que ofrecer más de lo que el cliente espera.”

Nelson Boswell

“Hagas lo que hagas, hazlo tan bien para que vuelvan y además traigan a sus amigos”

Walt Disney

tàndem
consulting comercial

Flame
analytics

Ser un buen vendedor,
significa:

Perfil:

- ✓ Creativo
- ✓ Persuasivo
- ✓ Negociador
- ✓ Pubilirrelacionista

Competencias:

- ✓ Poseer inteligencia emocional
- ✓ Orientado al cliente (servicio)
- ✓ Iniciativa
- ✓ Empático
- ✓ Orientado a resultados
- ✓ Solucionador de problemas



