



TÉCNICAS DE VENTAS Y GESTIÓN DE CLIENTES



**TU ERES EL IMPORTANTE
(Sr. CLIENTE)**

**¿Cual es tu INTERÉS?
¿Que quieres aprender?
(1 min.)**





PROSPECCIÓN

OBJETIVOS

IDENTIFICACIÓN

SABER QUIÉN NOS INTERESA

CUALIFICACIÓN

SABER SI NOS INTERESA

CONCERTACIÓN

INTERESARLE

1er PASO **IDENTIFICACIÓN**



IDENTIFICACIÓN
BÚSQUEDA de
INFORMACIÓN



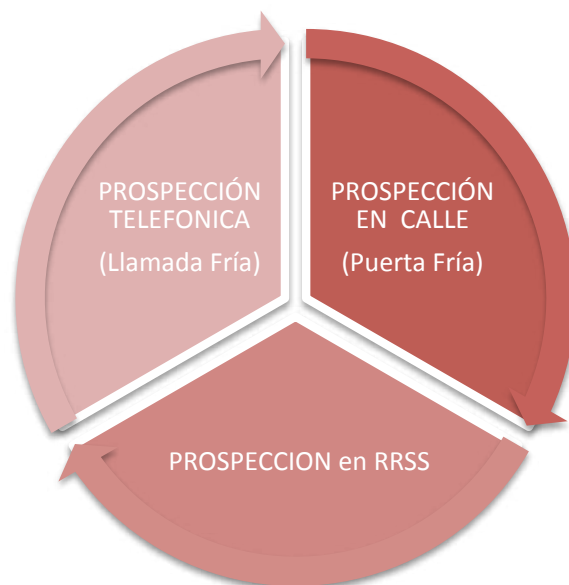
SEGMENTACIÓN
Fijamos
SEGMENTO
OBJETIVO



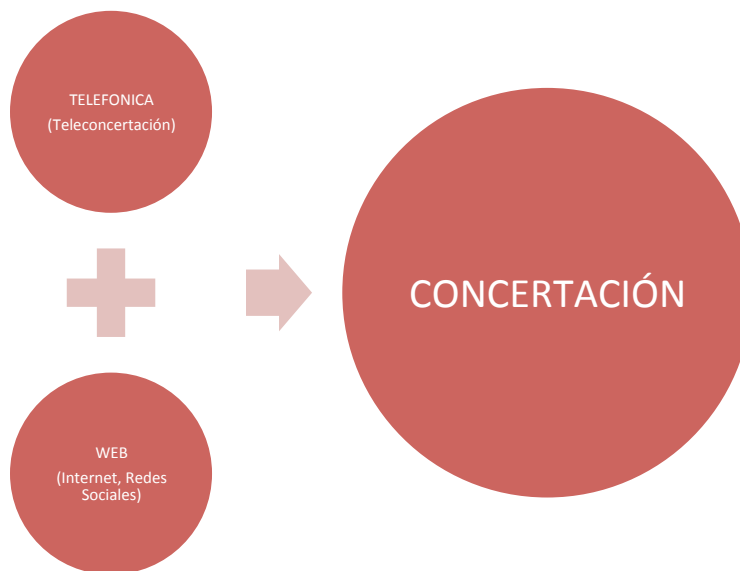
BB.DD.
Obtención
Información y su
enriquecimiento
por Internet

2º PASO

CUALIFICACIÓN

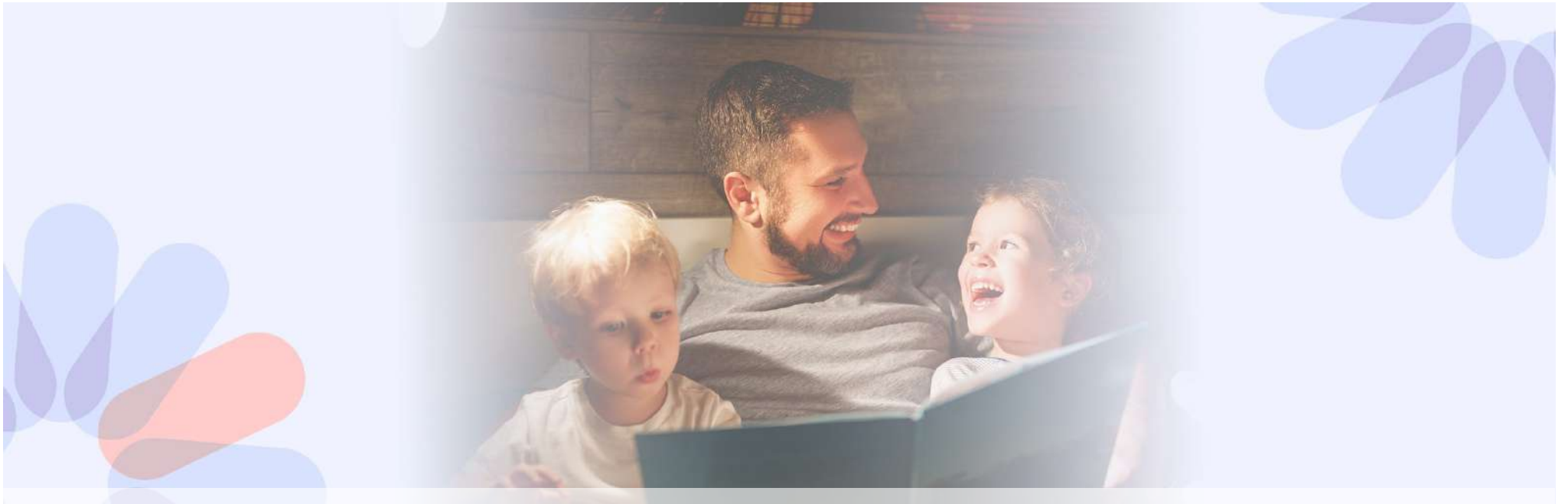


3er PASO **CONCERTACIÓN**



**¿Qué TENEMOS
que CREAR en
EL CLIENTE ?**





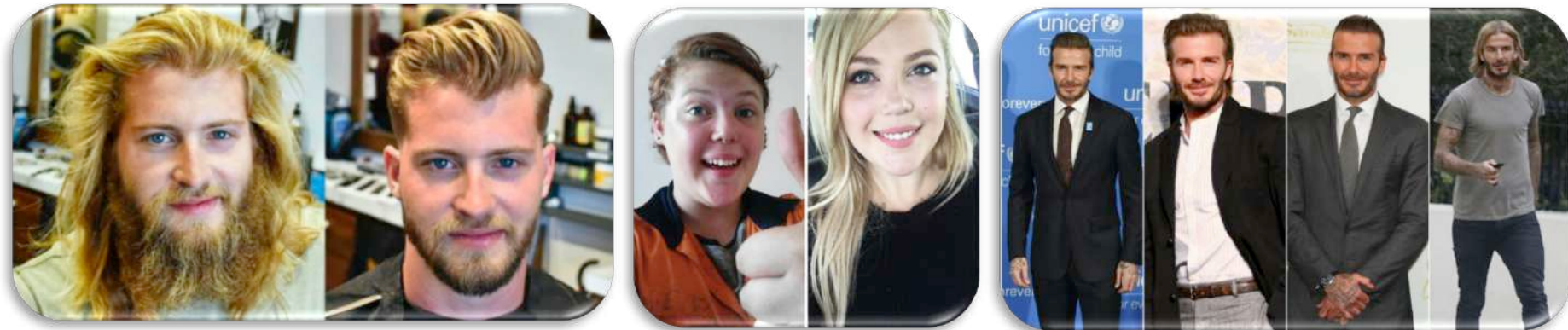
CONFIANZA!!!



**¿Quién te GENERA
MÁS CONFIANZA
PROFESIONAL?
(IMAGEN de
EXPERT@)**



Las personas “pre-juzgamos” como mecanismo de autodefensa **SÍ o SÍ**



CONSEJO VENTA PERFECTA
CUIDA TU IMAGEN COMERCIAL

“Solo hay una oportunidad de causar una buena primera impresión”



Caso práctico Prospección Presencial

**METODOLOGÍA
ESTRUCTURA
Guión A – I – A
INTERESAR al
DECISOR**

GUIÓN AIA	
Preguntas de INTERES y CIERRE - Palabras, frases y elementos LLAVE - Objeciones	
TIPO DE CONTACTO	1ª Visita de Sondeo y análisis de INTERES
OBJETIVO	CERRAR o PRECERRAR y CERRAR 2ª visita
A T E N C I O N	1 Como comentamos por telefono nos gustaria estudiar como su empresa puede ser más rentable con nuestra propuesta (lo que le interesó en la llamada...)
	2
	3
	4
	5
	6
	7
	8
I N T E	1 ¿Qué elementos cree que son criticos para mejorar la RENTABILIDAD de su empresa con nuestra propuesta?
	2 ¿ Si le demostramos que puede mejorar sus INGRESOS en un 10% cerramos el proyecto?
	3
	4

¿La llamada perfecta sigue un proceso o es improvisada?

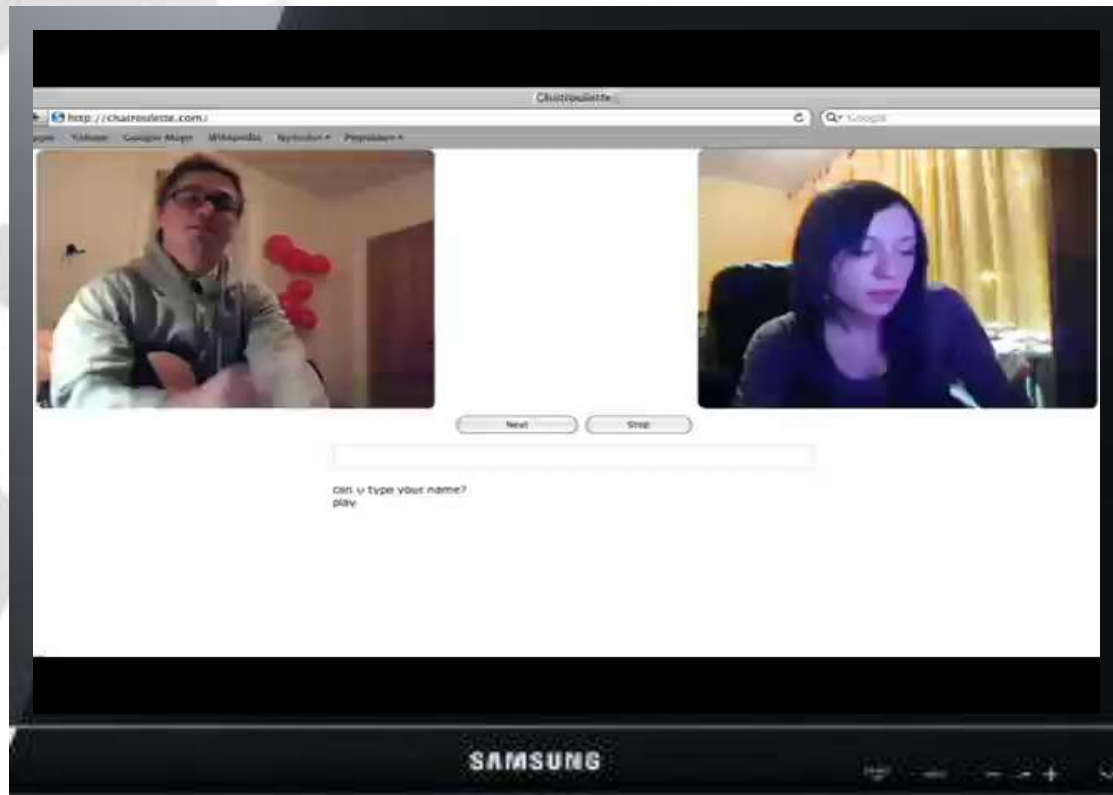




La atención al cliente de éxito sigue un proceso INFALIBLE

- *enfocado en el cliente**
- *no improvisado, planificado**
- *aplicado a cada cliente, personalizado**
- *trabajado en equipo**
- *en mejora continua**





P r o c e s o a l É x i t o



P r o c e s o a l É x i t o

Proceso Llamada Perfecta- Partes de la llamada

Preparación

Saludo y
presentación

Desarrollo

Cierre y
despedida

A photograph of a business meeting. In the foreground, a laptop is open on a wooden table, with several documents and a pen scattered around it. In the background, a man in a dark suit is gesturing with his hands while speaking. To his left, a woman with long brown hair is looking at a document. The scene is brightly lit, suggesting a window with natural light.

Preparación de la Llamada

Seamos proactivos!!!

Saludo y presentación



Desarrollo



OBJECIONES FRECUENTES	ARGUMENTOS UTILIZADOS





Cualificación y Análisis de Necesidades



Cierre y Despedida





TÉCNICAS DE CIERRE	OBSERVACIONES

**Técnicas de cierre y
Principio de recencia**

Caso práctico Telefónico

Saludo y presentación
Objeciones y rebatirlas
Preguntas de sondeo
Cierre y principio de recencia
Utilizar palabras que venden
Generar confianza en el cliente
Hacer que el cliente se sienta importante
Inciendiando en el Estándar de calidad





FASES DE LA ENTREVISTA



¿Cómo estructurar nuestra visita ATENCIÓN-INTERÉS-ACCIÓN?

Guión A – I – A
Gestionar FILTRO
Citar al DECISOR

INTERES Mejora de Negocio. AIA.

- A. Pregunta. ¿Sabes que...?
- I. Otros clientes línea de Negocio.
- A. Te envío 3 o 4 cajas de 3 Referencias.

GUIÓN AIA		
Preguntas de INTERES y CIERRE - Palabras, frases y elementos LLAVE - Objeciones		
TIPO DE CONTACTO	PUERTA FRÍA con DECISOR	
OBJETIVO	CERRAR o PRECERRAR y CERRAR 2ª visita	
A T E N C I O N	1	Como he comentado con su Secretaria nos gustaria estudiar como su empresa puede ser más rentable con nuestra propuesta (lo que le interesó a la SECRETARIA...)
	2	
	3	
	4	
	5	
	6	
	7	
	8	
I N T E R E S	1	¿Qué elementos cree que son criticos para mejorar la RENTABILIDAD de su empresa con nuestra propuesta?
	2	¿ Si le demostramos que puede mejorar sus INGRESOS en un 10% cerramos el proyecto?
	3	
	4	
	5	
	6	
	7	
	8	



ANTES DE LA VISITA
Llamar su Atención



¿QUÉ DEBEMOS HACER PARA LLAMAR SU ATENCIÓN SOBRE NOSOTROS?

**Saber TODO
sobre él**

AMIGO
(profesional)

CONFIANZA



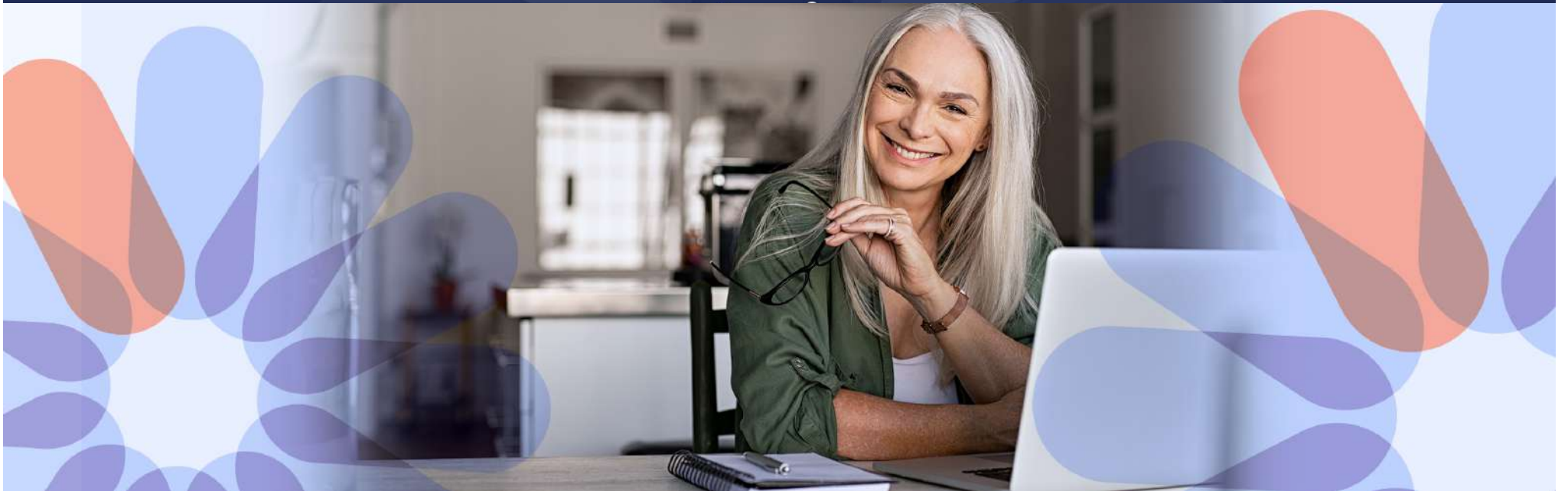
¿ERES AMIGO de tu CLIENTE?



**¿Que sabes de la VIDA de tus clientes?
¿Sabes como hacerles ahorrar dinero?
¿Qué les interesa frente a la Crisis?
¿Sabes que les hace... FELICES?**

AXIOMA PARA LLAMAR SU ATENCIÓN...

“INTERESARSE, DESINTERESADAMENTE por SU INTERES”



Cualificación

¿Quién eres como cliente?

¿Cómo has visto los cambios en tus consumos como cliente?

¿Qué demandas como cliente?

Y viendo esa realidad ¿Qué le pides a tu proveedor de confianza?

¿Qué necesidades o retos te planteas para tu futuro y que necesitarías de nosotros para acompañarte en ellos?

¿Te parece que veamos cómo es el equipo de CHC energía?



Equipo 1



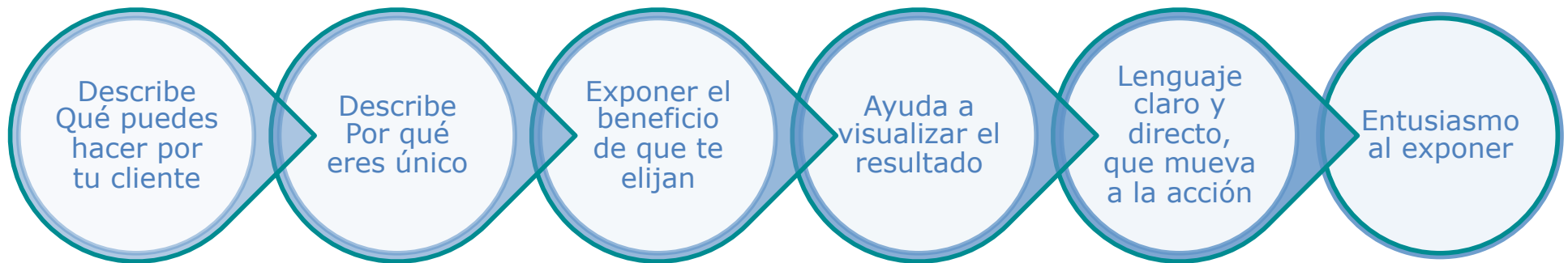
Equipo 2



Equipo 3

DINÁMICA MI MARCA PERSONAL – DISCURSO DE VENTAS

“En estos momentos YO te voy a ayudar a que compres mejor GRACIAS
A ...”





Equipo 1



Equipo 2



Equipo 3

CONCLUSIONES DEL ANTES DE LA ENTREVISTA

COMUNICACIÓN e INFLUENCIA

- 1-Debes ver a tu cliente como 1º) **NEGOCIO** y como 2º) **PERSONA**
- 2- **ASESORAMIENTO EXTRA: matemáticas de NEGOCIO** (lo que ahorra gracias a ti)
- 3- Ten visión a largo plazo y **NO PIENSES EN PEDIDO**
- 4- **CLUSTER de clientes y estrategia DE VENTA CONSULTIVA:**
- 5- Y piensa que cuanto más complejo vea lo que tiene actualmente... más necesitará de nosotros.





1a Fase Decálogo

La Entrevista Perfecta con el Cliente

¿Qué podemos hacer para Vender más ANTES de cada ENTREVISTA?



-
-
-
-
-
-
-
-
-



¡¡LA DIFERENCIA SOIS
VOSOTROS!!

Muchas Gracias !!!