

Creación de argumentos exitosos para ventas.

Cinco pasos para iniciar tu propia ruta hacia el éxito en las ventas.



Paso 1

Generar confianza

Los clientes actuales y potenciales odian que se les vendan productos. Demasiados vendedores pasan directamente a la venta, sin percatarse del efecto que tiene la confianza en esa relación comercial. Primero, conoce a tu público y gánate su confianza; hazle saber que no es solo una forma de aumentar tu salario. Recién entonces debes profundizar en el proceso de venta. Estos son algunos puntos por los que empezar.

1. ¿Cuál es el discurso de ventas de tu empresa?

2. ¿Cuál es la función de tu departamento?

3. ¿Cuáles son los objetivos a largo plazo de tu equipo?

4. ¿Cómo se ajustan los objetivos de tu equipo a la visión de la empresa?

Después de esta conversación: Deberías conocer las actividades comerciales de esta persona lo suficientemente bien como para explicárselas a alguien más. Si no es así, haz más preguntas hasta que sepas.

Paso 2

Identificar el problema

Profundiza para determinar los mayores desafíos del equipo. Puede haber varios y eso está bien, por supuesto, pero intenta clasificarlos por los desafíos más apremiantes o perjudiciales. Estas son algunas preguntas que te ayudarán a obtener las respuestas correctas.

1. ¿Qué desafíos impiden que tú y tu equipo hagan un trabajo aún mejor?

2. ¿De qué manera estos desafíos afectan a tu trabajo y al trabajo de tu equipo?

3. ¿Cómo afectan estos desafíos a la empresa en general?

4. ¿Por qué te encuentras ahora en el mercado en busca de un nuevo producto o proveedor?

Después de esta conversación: Tú y el cliente prospecto deben estar en la misma página: tienen un problema y necesitan una mejor solución.

Paso 3

Conectar el problema con la dificultad

Ahora es el momento de dar a conocer cómo su solución actual genera dificultades e impide el crecimiento. Asegúrate de destacar que el problema está relacionado con la solución, no con el usuario. Articula una gráfica rápida que indique las ganancias y pérdidas para demostrar cómo estos desafíos impactan en el negocio.

1. ¿Qué problemas surgen como resultado de tus desafíos?

2. ¿De qué manera estos desafíos afectan la capacidad de tu equipo de hacer un buen trabajo?

3. ¿Estos desafíos también afectan a otros equipos y departamentos?

4. ¿Estos desafíos afectan los ingresos? ¿La eficiencia? ¿La moral?

Después de esta conversación: Debes ser capaz de saber si el prospecto realmente reconoce las dificultades de los desafíos descritos. Indaga hasta que estés convencido de que el usuario realmente quiere deshacerse de ello.



Paso 4

Presentar la solución

Una vez que consigas que piensen de forma estratégica en sus problemas empresariales, deberían estar interesados en escuchar una solución. Explica por qué tener la solución correcta es fundamental para el crecimiento y los ingresos. Pon algunas cifras en un documento de ROI para demostrar cómo tu solución no solo hace que las cosas funcionen mejor, sino que tiene un impacto en el resultado final.

1. Presenta tu solución.
2. Describe cómo funciona tu solución y los beneficios logrados.
3. Utiliza datos para ganar credibilidad.
4. Agrega especificaciones: utiliza su modelo empresarial, sector y producto.

Después de esta conversación: El prospecto podría manifestar una gran variedad de emociones, desde escepticismo hasta desinterés y entusiasmo desenfrenado. Piensa en cómo reaccionarías a cada emoción.

Paso 5

Crear una visión

Ahora que el cliente prospecto reconoció el problema y comprende la solución, es el momento de explicar los efectos positivos a largo plazo que puede tener tu solución en su empresa. Describe cómo es el éxito y agrega estadísticas, testimonios, estudios de casos o una demostración para respaldar tus afirmaciones.

1. Explica cómo tu solución resolverá las dificultades específicas del cliente.
2. Ayúdalo a ver cómo los beneficios se pueden extender a otras áreas.
3. Demuestra cómo tu solución hará que la empresa sea más exitosa.
4. No olvides explicar la escalabilidad, la integración y los complementos.

Después de esta conversación: Tendrás una idea concreta de cómo se siente el prospecto sobre ti y tu producto; esto determinará el siguiente paso en el proceso de venta.