



# TECNICAS DE VENTA

Ing. Magaly Maldonado

# Agenda de Trabajo

1. La venta y el vendedor profesional	9:00 a 10:30
2. La venta como servicio	10:30 a 11:00
<b>BRAKE</b>	11:00 a 11:30
2.1. La preventa	11:30 a 13:30
2.2. La venta	
2.3. La postventa	
3. El cliente	
4. Funciones del Vendedor	
<b>ALMUERZO</b>	13:30 a 14:30
5. Algunas sugerencia para el vendedor	14:30 a 15:30
6. Diez errores más comunes e importantes en las ventas	15:30 a 16:30
7. Trabajo grupal - Talleres	16:30 a 17:30
<b>8. Evaluación</b>	17:30 a 18:00

# PLENARIA

- ¿Qué es para ustedes una VENTA?



# LA VENTA Y EL VENDEDOR PROFESIONAL

# LA VENTA



"la venta es un proceso que permite que el vendedor **de bienes o servicios identifique, anime y satisfaga los requerimientos del comprador** con beneficio mutuo y en forma permanente".

# TRABAJO EN GRUPO

- Características del Vendedor



# ¿QUIÉN REALIZA LA VENTA?



VIEJO

JOVEN

NO  
PREPARADO

PREPARADO

MOTIVADO

CONVENCIDO

BUSCAR  
MEJORAR  
DIA A DIA

# ¿CARACTERÍSTICAS DEL VENDEDOR?

TRANSMITE  
CONFIABILIDAD

TIENEN UN METODO  
DE TRABAJO  
EFECTIVO

AMAN LO  
QUE HACEN

POSEEN LA  
INQUIETUD DE  
APRENDER  
CONSTANTEMENTE

SON MUY  
SOCIABLES Y  
TIENEN UN  
TRATO  
CORDIAL

TIENEN CLARO  
SU ROL EN LA  
COMUNIDAD

TIENEN DESEOS DE  
TRIUNFAR

ESTAN  
CONVENCIDOS  
DE LO QUE  
VENDEN



# CONDICIONES DEL VENDEDOR

Un vendedor debe reunir condiciones fundamentales que incluyen las siguientes cualidades distintivas:

Debe prepararse permanentemente para mejorar su eficiencia.

Admitir que el trabajo esforzado es el soporte fundamental de su actividad.

Asignar verdadero valor a sus servicios.

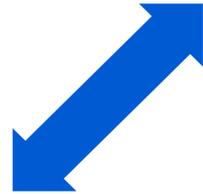
Mantener su integridad, independencia y dignidad.

Ajustarse a un código de ética establecido y aceptado.

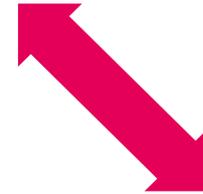
Aspirar permanentemente a la perfección de su trabajo.

# LA VENTA COMO SERVICIO

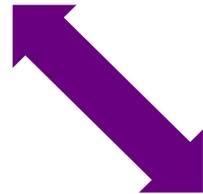
La venta es un proceso de negociación, cuyo objetivo principal es el **cierre de la venta**.



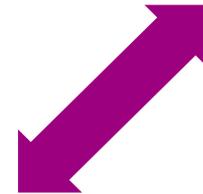
Para vender un bien o servicio, lo principal es **conocer en profundidad** lo que está ofreciendo.



Un vendedor puede tener un bagaje importante de conocimientos teóricos pero la práctica es la que mide su efectividad.



La finalidad es vender un volumen adecuado de manera tal que produzca una ganancia suficiente para la empresa.



Algunos de los aspectos esenciales que un vendedor debe dominar en relación al producto que vende, se detalla a continuación:

#### USOS DEL PRODUCTO

- Primarios y secundarios
- Adaptación
- Versatilidad

#### DESEMPEÑO DEL PRODUCTO

- Durabilidad.
- Resistencia al desgaste, a la rotura y a los agentes físicos y químicos.
- Persistencia del color.
- Indeformable.

#### MANIPULACION

- Cómo usarlo, trasladarlo, aplicarlo, prepararlo, exhibirlo, etc.

#### COMO ESTA CONFORMADO

- Peso, tamaño.
- Terminación, textura.
- Elaborado a mano o a máquina.
- Condiciones para producirlo.
- Embalaje

## CUIDADOS DEL PRODUCTO

- Limpieza, manipulación, almacenamiento, medio ambiente, protección, etc.

## ANTECEDENTES DEL PRODUCTO

- Evolución del producto y de los usos, singularidad, prestigio.

## ASPECTO ESTETICO

- Estilo, belleza, distinción.

## SERVICIOS QIE ACOMPAÑAR AL PRODUCTO

- Garantía, entrega, transporte, seguro, crédito, etc.

# TRABAJO EN GRUPO

- Detallar que productos venden y cuales son sus aspectos esenciales



# LA PREVENTA



Comprende el conocimiento de la competencia, la zona donde va a actuar, del mercado y el cliente.



Es la etapa de programación del trabajo y las entrevistas.



Información de Producto o Servicio: precio, stock, promociones, control ofertas, descripción, Talla y colores, Precios Especiales, etc.



# LA VENTA

## UNA VENTA EXITOSA TIENEN TRES ETAPAS



1

## LAS OBJECIONES

Rebatirlas con argumentos creíbles y despertar del deseo del cliente por tener el producto.

Las objeciones más comunes son:

Al producto.

Al precio.

A la necesidad.

Al servicio.

A la compañía o al vendedor.

Se deberán tratar las objeciones, no como ofensas, sino como indicios de compra. Se deberán responder inmediatamente.

Si la objeción es el precio: se acepta esa circunstancia, pero también se puede señalar que la calidad del producto es mejor que el de la competencia.



## LAS OBJECIONES ADEMAS SE PUEDEN OMITIR CON LA MOTIVACION

En ventas se señalan que las personas adquieren bienes o servicios por las siguientes razones, entre otras:

- Satisfacer una necesidad fisiológica (comida, bebida).
- Lograr una mejor salud.
- Belleza.
- Conseguir o ahorrar dinero.
- Amistad.
- Lograr comodidad.
- Satisfacer su curiosidad.
- Proteger a los seres queridos.
- Amor a la familia.
- Placer, diversión, esparcimiento.
- Disponer de más tiempo libre.
- Ser como los demás.
- Ser diferente a los demás.
- Vivir una aventura.
- Satisfacer su deseo de crear.
- Etc.



# CIERRE DE LA VENTA

Para cerrar la venta, es necesario actuar con una mentalidad positiva, tener confianza, ser decidido y concentrar la atención sobre el cliente. El arte de vender es el arte de cerrar la venta.

Los vendedores pueden utilizar una de varias técnicas de cierre. Los más frecuentes son:

- Directo
- Indirecto
- Alternativo
- Previsibles
- Aludir pérdidas
- Referido
- Resumen
- Estímulo

No hay que dejar nunca "para mañana" el cierre. Es fundamental tratar por todos los medios que el cliente compre "hoy". Porque el comprador se "enfría", olvida las promesas de compra y muchos utilizan este artilugio para no comprar.



# LA POSTVENTA



Este último paso es necesario para asegurar la satisfacción del cliente y conservar el negocio. Inmediatamente después del cierre, el vendedor debe completar todos los detalles necesarios referentes:

Dar instrucciones para el uso del producto o servicio,

Empaque

Cuidados

Aclarar dudas



Solucionar problemas y reclamos por parte del cliente es una fase importante de la posventa. Nadie más interesado que el vendedor en atender los reclamos y problemas de su cliente. Esto le ayudará a conseguir la confianza de sus clientes que son, en definitiva, su capital y la fuente de sus ingresos.

# EL CLIENTE

Es importante también conocer el carácter del cliente para conducir el proceso de venta.

## IMPULSIVO E IMPACIENTE

- La actitud del vendedor debe tener el mismo ritmo y tratar de señalar los puntos más importantes de los argumentos de venta. Por el contrario, si es lento, se lo debe tratar con calma, explicándole todos los detalles y pormenores de los artículos.

## INDECISO

- Hay que ayudarlo, proponerle alternativas y hacerle pensar que es él quién resuelve la compra.

## POSITIVOS

- Son los mejores aliados de los vendedores. Conocen los productos y seguramente han tenido una gran experiencia en ventas. Hay que halagarlos y se sienten felices cuando creen que son ellos los que gestionan la venta.

## COMUNICATIVO

- Por lo general es muy cordial y atiende con humor. Hay que tener cuidado, porque siempre trata de desviar la conversación hacia otros temas y se pierde mucho tiempo. La habilidad del vendedor reside en encausar la conversación y dirigir la atención hacia su objetivo que es la venta.

## SILENCIOSO

- Habla poco, hay que ser paciente y procurar que revele sus motivos o intenciones de compra.

## INCONFORMES

- Nunca están conformes y viven quejándose. Son muy difíciles de manejar. Hay que estar dotado de una gran paciencia y tener siempre presente argumentos sólidos para rebatir las objeciones.

Sin duda que existen otros aspectos a tener en cuenta para resolver cuestiones vinculadas con el trato al cliente. Todas las personas son distintas en múltiples aspectos, como edad, raza, religión, sexo, etc. Conocer la mayor cantidad posible de las características de los clientes, permite resolver un sinnúmero de inconvenientes y crear las condiciones favorables para realizar la venta.



# FUNCIONES DEL VENDEDOR

A continuación se resumen algunas de las tareas básicas que debe cumplir el vendedor



INVESTIGAR EL AREA ASIGNADA



VENTAS Y COBRANZAS



PROMOCION



SERVICIOS



CONTROL



CAPACITACION

# SUGERENCIAS PARA EL VENDEDOR

- **En lo personal**

- Cuidar el aspecto personal.
- Sea breve.
- No debe disculparse al comenzar una conversación de venta.
- No estar demasiado cerca del cliente.
- Tratar de sonreír siempre.
- No fumar.
- Hay que ser claro y preciso en la argumentación.
- No hay que parecer demasiado inteligente frente al cliente.
- No utilizar frases hechas.
- Asegurarse de presentar el producto ante la persona que corresponde dentro de la empresa y verificar la función que cumplen.

- **No se atraen clientes:**

- Utilizando argumentos falsos o sin sentido.
- Exagerando o mintiendo.
- Ignorando sus necesidades.
- Recurriendo a ciertas emociones que pueden traerle malos recuerdos al cliente.
- Presentando los beneficios y/o ventajas del producto sin convicción y falta de impacto.

# 10 ERRORES MAS COMUNES EN LAS VENTAS

1

¿Siente usted frecuentemente que vender es como rogar?

2

¿Hablar usted demasiado?

3

¿Hace usted muchas conjeturas?

4

¿Contesta usted preguntas no formuladas?

5

¿Fracasa usted para conocer con cuanto dinero cuenta el cliente?

6

Hace usted demasiadas llamadas

7

Entrega demasiada información a sus clientes sobre sus productos

8

Habla mucho sobre todas las cosas en vez de empezar la venta

9

Prefiere usted oír que le digan “Déjeme pensarlo” en lugar de “No deseo comprar”

10

Tiene usted un enfoque sistemático para vender

# TRABAJO EN GRUPO

- Clínica de ventas



# PREGUNTAS FINALES



# EVALUACION





¡POR SU ATENCIÓN!

Ing. Magaly Maldonado  
CONSULTORA  
085426618  
2657842  
mabemat@hotmail.com