



NOTAS SOBRE COMERCIALIZACIÓN

LA FÓRMULA PARA VENDER

Usted necesita vender, hace un gran esfuerzo, visita a los clientes y obtiene pocos pedidos, entonces se pregunta: ¿Cómo puedo aumentar el porcentaje de pedidos versus las visitas que realizo?, veamos como vender de manera simple pero efectiva.

Dé los siguientes pasos: consiga la entrevista, investigue el problema del cliente, y muestre sincera intención para ayudarlo.

Presente la solución, como a usted le gustaría recibirla, que sea clara, simple pero eficaz.

Pero si usted piensa: "me cuesta vender" no podrá avanzar, haga un autoanálisis de la argumentación que utiliza, y pregúntese ¿si a mí me hubiesen hecho esta propuesta, hubiese yo comprado?, si la respuesta no es un sí, analice que ventajas, cambiará en la próxima entrevista. Utilice la técnica heurística, la prueba y el error, pruebe, corrija y avance, usted debe analizar permanentemente su exposición y modificarla cuando no obtenga resultados positivos, pero atención no debe torturarse si se equivoca, porque el error forma parte del aprendizaje, recuerde que la venta es un proceso, no hay milagros.

En vez de querer cerrar la venta que es una expresión muy terminante, piense en abrir un periodo de buenos negocios, transfórmese en un colaborador de su cliente, ayúdelo y recibirá la recompensa que se merece.

Haga un control de lo que debe llevar en su portafolio para vender, yo diría que tiene que llevar una agenda, un talonario de pedidos y un bolígrafo; además agregue mucha confianza, sinceridad, capacidad para indagar, ganas de ayudar honestamente.

Usted debe transmitir entusiasmo, estar atento para brindar asesoramiento, explíquelo a su cliente, como puede hacer mejores negocio con su producto, usted debe desarrollarle estrategias comerciales para que él gane con lo que usted vende.

Haga un análisis profundo, busque la mejor información, la mejor solución. En vez de intentar cerrar, haga que el cliente descubra que lo que usted vende él lo está necesitando, él comprará por propio convencimiento.

No presione, deje que sienta que él eligió comprar, hable de lo que a él le conviene, lo que le resolverá, lo que ganará, lo que le evitará, lo que ahorrará, pruebe, su pedido esta conseguido. Actúe con la mira puesta en ayudar a su cliente, asuma el compromiso de hacerlo, él se lo agradecerá comprándole.

El que compra está necesitando resolver un problema, explique y demuéstrele sinceramente como su producto se lo solucionará.

Analice la "necesidad principal" de su cliente, haga foco en ella, prepare mentalmente las ventajas que su producto satisface. Luego evalúe sus problemas secundarios, desarrolle los argumentos adecuados a ellos.

No pierda de vista que el cliente tiene miedo a equivocarse, o que el precio sea caro, ya que él todavía no esta totalmente convencido que su producto sea el más conveniente.

Usted que conoce perfectamente su producto y detectó la necesidad principal que tiene el cliente y el problema secundario, vaya exponiéndole las ventajas especiales de su producto, si lo hizo profesionalmente, el cliente se lo comprará.



Para el cliente encontrarlo a usted fue un gran negocio, porque le arrimó la solución a su problema, él lo estuvo buscando, ahora que usted se lo presentó, no lo va a dejar escapar.

A vender se aprende, sea un vendedor que vende solucionando problemas, si usted se capacita usted venderá por sobre sus competidores, sus clientes estarán satisfechos, lo recomendarán y usted tendrá su recompensa que tanto está buscado. Éxitos!!!

Prof. Juan Carlos Molinari

MOLINARI & Asociados

Capacitación Empresarial

Consultores de Negocios

Es consultor de negocios, asesor y capacitador en el área de márketing y ventas. Asesora a empresas de manufactura, comerciales y de servicios. Es docente de las asignaturas: Política de Precios, Practica Profesional y de Administración de Personal en las Carreras de Márketing, Comercio Exterior, Turismo y Hotelería en la Fundación de Altos Estudios E. Adrogué. Trabajó en relación de dependencia en empresas de diferentes rubros desempeñándose en niveles jerárquicos en: Ventas, Administración, Capacitación y Comercialización, en las siguientes empresas: Ángelo Paolo SA, Schering Ploug SA, Cía. Dr. Scholl SACI, Hiram Walker SA J&E Atkinsons Ltda. División de Unilever Argentina, Kolynos SACI, Nestlé Argentina SA, Singer Sewing Machine Co.