

# Técnicas de Ventas

Facilitador  
A/M Javier Farías

# Vendedor Profesional

El vendedor se ha convertido en un profesional que debe estar preparado para resolver problemas de sus clientes, vinculando íntimamente su empresa con el mercado.



¿que es la venta?

Consideraciones previas

¿qué aptitudes debe reunir un vendedor profesional?

# ¿que es 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**.

# ¿qué aptitudes debe reunir un vendedor profesional?

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

- Debe estudiar permanentemente para mejorar su eficiencia.
- La capacitación debe responder a un plan de entrenamiento coherente y organizado.
- 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.

# ¿qué aptitudes debe reunir un vendedor profesional?

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

## Otros factores a tener en cuenta son:

- Usar el tiempo en forma efectiva, asignando prioridades.
- Planificar y controlar sus resultados para mejorar el rendimiento.
- Persuadir continuamente a otras personas.
- Saber negociar condiciones adecuadas.

# La venta como servicio

# La venta como servicio



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

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



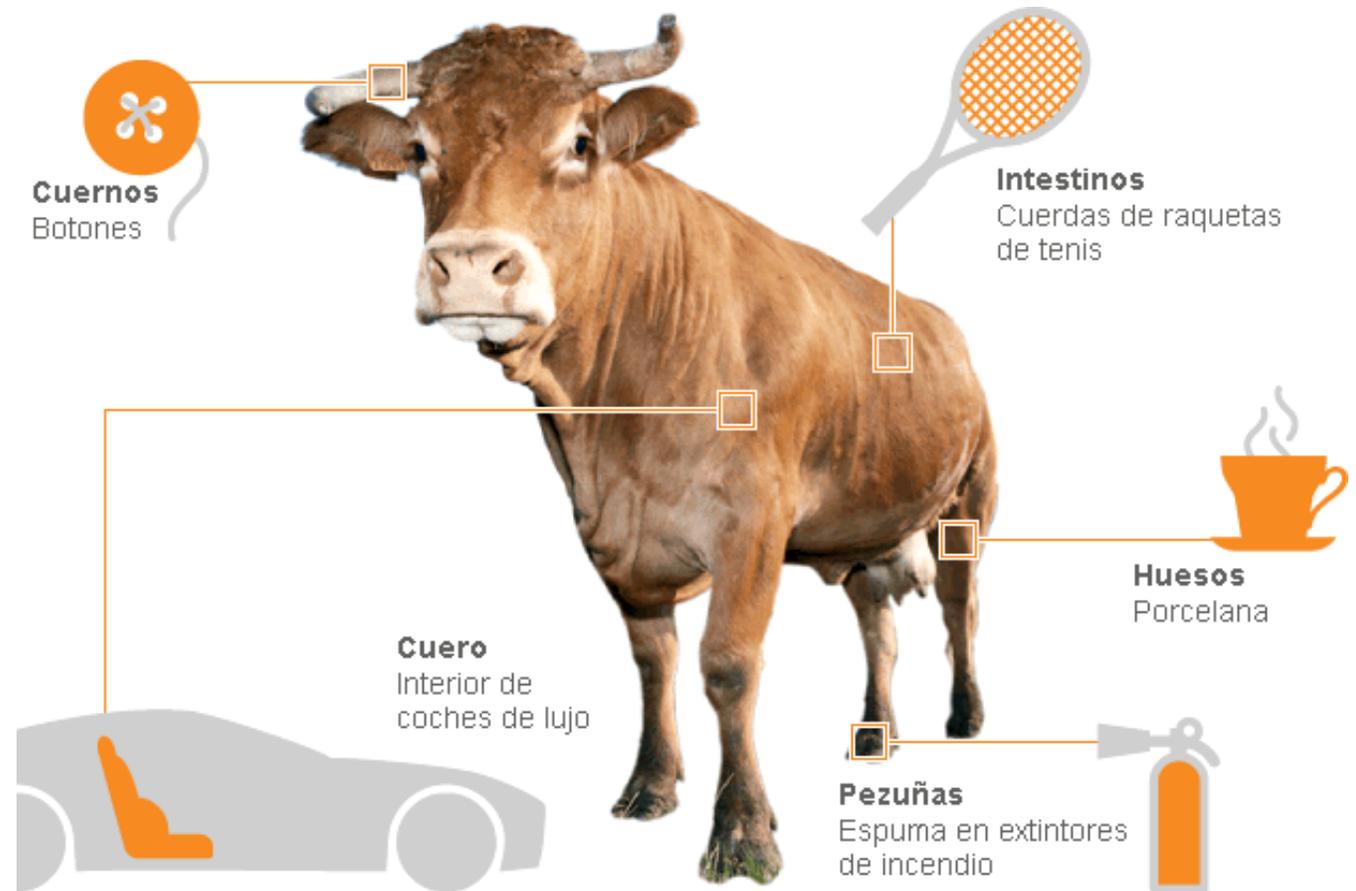
Para vender un bien o servicio, lo principal es **conocer en profundidad** lo que está ofreciendo.

# La venta como servicio

Aspectos esenciales que un vendedor debe dominar en relación al producto que vende

## Usos del producto

- Primarios y secundarios.
- Adaptación.
- Versatilidad.



# Aspectos esenciales que un vendedor debe dominar

## Usos del producto

## Desempeño del producto

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



# Aspectos esenciales que un vendedor debe dominar

**Usos del producto**

**Desempeño del producto**

**Manipulación**

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



# Aspectos esenciales que un vendedor debe dominar

**Usos del producto**

**Desempeño del producto**

**Manipulación**

**Cómo está conformado**

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



# Aspectos esenciales que un vendedor debe dominar

Usos del producto

Desempeño del producto

Manipulación

Cómo está conformado

Cuidados del producto

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



# Aspectos esenciales que un vendedor debe dominar

Usos del producto

Desempeño del producto

Manipulación

Cómo está conformado

Cuidados del producto

Antecedentes del producto

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



# Aspectos esenciales que un vendedor debe dominar

Usos del producto

Desempeño del producto

Manipulación

Cómo está conformado

Cuidados del producto

Antecedentes del producto

Aspectos estéticos

- Estilo, belleza, distinción.

VINOS URUGUAYOS  
PREMIADOS  
EN SELECTIONS MONDIALES DES VINS 2012 (CANADÁ)



SELECTIONS MONDIALES DES VINS, 30 DE MAYO AL 4 DE JUNIO DE 2012, CONCURSO INTERNACIONAL CON AVAL OIV.

- **MEDALLA ORO**
  - Tannat Viejo 2008 - Vinos Finos H. Stagnari
  - Bertolini & Broglio Blend Premium 2011 - Bertolini & Broglio
- **MEDALLA PLATA**
  - Vieja Parcela Tannat 2007 - Bodega Castillo Viejo

INSTITUTO URUGUAYO DE NORMAS TECNICAS

VINAVI VINOS del URUGUAY

SISTEMA DE  
LA CALIDAD  
CERTIFICADO



Nº CS 206

UNIT-ISO 9001  
ISO 9001:2000



# Aspectos esenciales que un vendedor debe dominar

Usos del producto

Desempeño del producto

Manipulación

Cómo está conformado

Cuidados del producto

Antecedentes del producto

Aspectos estéticos

Servicios que acompañan al producto

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



**RESPALDAMOS  
NUESTROS  
PRODUCTOS**



# Aspectos esenciales que un vendedor debe dominar

Usos del producto

Desempeño del producto

Manipulación

Cómo está conformado

Cuidados del producto

Antecedentes del producto

Aspectos estéticos

Servicios que acompañan al producto



El conocimiento del producto debe estar dirigido a solucionar problemas del cliente. Y debe responder positivamente a la pregunta:

¿Qué hace el producto en beneficio de mi cliente?



# Aspectos esenciales que un vendedor debe dominar



Otra cualidad del vendedor profesional es **conocer a la competencia**. Es primordial comparar los productos y la política de ventas que tienen las otras empresas con las propias, para tener en claro hacia donde dirigir los esfuerzos.



# Técnicas de Ventas

# Etapas de la venta



**La Preventa**



**La Venta**



**La Posventa**

# Técnicas de Venta



Comprende el **conocimiento** del producto o servicio, de la **competencia**, la **zona** donde va a actuar, del **mercado** y el **cliente**. Es la etapa de programación del trabajo y las entrevistas.

**La Preventa**

# Técnicas de Venta



Los **resultados** de la venta **dependen** en gran medida de lo que se hizo en la **preventa**. Esta etapa comprende el contacto con el cliente y la entrevista.

**La Venta**

# Técnicas de Venta – La venta



Como primer paso se debe **captar la atención** del cliente para que conozca **nuestra propuesta**. Las primeras palabras que se dirigen al cliente son decisivas. **Comenzar** el diálogo **quejándose** del mal tiempo, de la situación económica o de una enfermedad, produce un **efecto negativo**, y desvío de la conversación.

- **Captar la atención**
- **Ser positivos**

# Técnicas de Venta – La venta

- **Captar la atención**
- **Ser positivos**
- **Despertar interés**
- **Encontrar Motivación**



# Técnicas de Venta – La venta



El cliente muchas veces **se resiste** a la compra, **aún queriendo** tener el producto.

Una forma de **interesarlo** es mostrarle las **desventajas** por **no adquirir** el producto o servicio.

- Captar la atención
- Ser positivos
- Despertar interés
- Encontrar Motivación
- Reforzar necesidad
- El momento es ahora



# Técnicas de Venta – La venta



El inicio de una venta **no** tiene que implicar una **conversación** muy **extensa**. Recordar que lo **breve** y **bueno**, es **dos veces bueno**. Hay que ser **claro**, **conciso** y **concreto**.

- Captar la atención
- Ser positivos
- Despertar interés
- Encontrar Motivación
- Reforzar necesidad
- El momento es ahora
- Regla de las CCC

# Técnicas de Venta – La venta



Para convencer al cliente es fundamental **ser sincero** en la demostración de las **cualidades** del producto o servicio. Por ello es imprescindible **conocer lo que se ofrece en profundidad** y dialogar amablemente. **No debe ser un monólogo**, limitando la opinión del cliente.

El vendedor debe conducir la conversación, **rebatir las objeciones** con argumentos creíbles y despertar del deseo del cliente por tener el producto.

- **Captar la atención**
- **Ser positivos**
- **Despertar interés**
- **Encontrar Motivación**
- **Reforzar necesidad**
- **El momento es ahora**
- **Regla de las CCC**
- **Ser sincero**
- **Rebatir objeciones**

# Técnicas de Venta – La venta



Las objeciones más comunes son:

- Al producto.
- Al precio.
- A la necesidad.
- Al servicio.
- A la compañía o al vendedor.

- **Captar la atención**
- **Ser positivos**
- **Despertar interés**
- **Encontrar Motivación**
- **Reforzar necesidad**
- **El momento es ahora**
- **Regla de las CCC**
- **Ser sincero**
- **Rebatir objeciones**

Indicios  
de compra

Para rebatir  
hay que  
saber  
escuchar

Averiguar  
el motivo  
de la  
objeción

Informar al cliente  
de los detalles que  
él desconoce y que  
dieron lugar a la  
objeción.

# Técnicas de Venta – La venta

## Prepararnos para las objeciones



1

Todas las **bondades** del producto o servicio que vende. Sus cualidades. Lo que más interesa destacar y comunicar.

2

Detallar en **orden de importancia** las objeciones que se le pueden formular al producto o servicio, en base a la experiencia propia o de otros integrantes de la empresa.

3

Anotar las **técnicas y argumentos** que se usaron o se podrían usar para rebatir en cada caso las objeciones. Verifique cuáles son las que dan mejores resultados y deseche las que no producen efecto.

# Técnicas de Venta – La venta



Una vez **superada las objeciones**, comienza la etapa que consiste en **despertar el deseo** que impulsará al cliente a **comprar**. Para ello es necesario **conocer** la principal **motivación** o incentivo que **anima** al cliente a **comprar**.

# Técnicas de Venta – La venta

El **trabajo del vendedor no es** el de un simple tomador de **pedidos**. La tarea fundamental, consiste **en identificar y descubrir los motivos** del cliente para **traducirlos en deseos de compra**.

- Satisfacer una necesidad fisiológica (comida, bebida).
- Lograr una mejor salud.
- Belleza.
- Conseguir o ahorrar dinero.
- Obtener reconocimiento y aprobación social.
- Amistad.
- Lograr comodidad.
- Tener un romance.
- 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.
- Obtener seguridad.
- Vivir una aventura.
- Satisfacer su deseo de crear.
- Miedo a perder.

**La gente no compra cosas si no tiene motivos para hacerlo**

# Técnicas de Venta – El Cierre



El último paso es el **cierre de la venta**. Esta etapa es crucial en el proceso 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**.

# Técnicas de Venta – El Cierre



Indicadores de **cierre**

¿Puedo pagarlo en cuotas...?

¿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...?

# Técnicas de Venta – Tipos de Cierre



**Directo:** El vendedor le pide al cliente que le compre. Esto depende del artículo.

**Alternativo:** El vendedor le ofrece al cliente una alternativa secundaria que tiene por efecto producir un "sí"; "¿Prefiere color azul o el verde?... ¿Contado o crédito?".

# Técnicas de Venta – Tipos de Cierre



- **Previsible:** El vendedor da por descontado que el cliente ha decidido la adquisición, en función del interés que ha mostrado por algún diseño o tamaño y la conversación se traslada a las cantidades, transporte, facturación, fecha de entrega, etc.

# Técnicas de Venta – Tipos de Cierre



- **Aludir a pérdidas:** En este caso indicar lo que perderá el comprador. Puede tener zona exclusiva, el flete es bonificado, la oferta es limitada, la próxima partida de productos puede demorar mucho por inconvenientes en la importación, etc.
- **Referido:** El vendedor trata de impulsar el final de la venta relatando un caso similar al del cliente. Comenta el caso de una situación muy parecida, con excelentes resultados.

# Técnicas de Venta – Tipos de Cierre



- **Resumen:** El vendedor sintetiza y destaca los puntos que agradaron y causaron una buena impresión al cliente durante la conversación y puntualiza que solamente falta formalizar el pedido.
- **Estímulo:** El vendedor tiene preparada alguna atención especial, como descuentos, un exhibidor llamativo para los productos, u otro servicio adicional que entusiasme al cliente para provocar su decisión de compra.

# Técnicas de Venta – Tipos de Cierre



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.

# Técnicas de Venta – Posventa



## La Posventa

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

- momento de la entrega,
- los términos de la compra,
- dar las instrucciones para el uso del producto o servicio,
- estar atento a que el "service y/o mantenimiento" sea efectuado con rapidez y en el momento que se solicita.

# Técnicas de Venta – Posventa



**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 **fuentes de sus ingresos**.

# Algunas sugerencias para vendedores

- 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 cliente

- 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.