

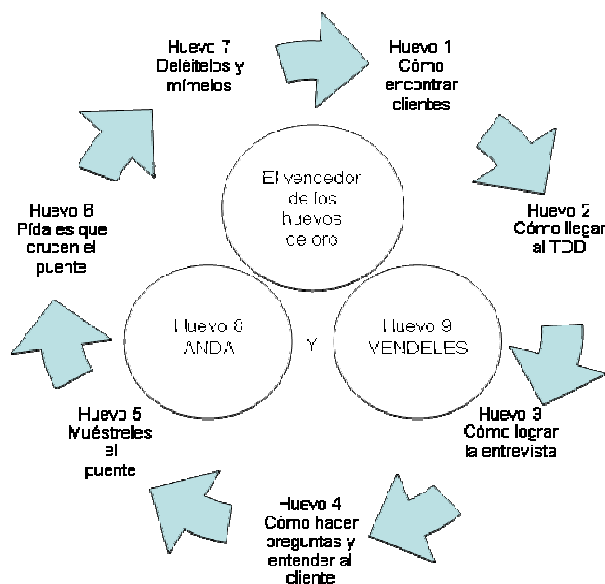


El Vendedor de los Huevos de ORO

La Guía de Ventas Paso a Paso del Vendedor de los Huevos de Oro

Patricio Peker

Los 9 huevos: una visión del conjunto



VISUALICE A LOS HUEVOS COMO UNA GUÍA DE VENTAS PASO A PASO.

Huevo 1: Cómo encontrar clientes

El primer paso es encontrar al prospecto. Un prospecto es definido como un potencial cliente que probablemente pueda tener una necesidad de nuestros productos o servicios. Por ejemplo, supongamos que usted está en el negocio de venta de barcos tanque para la industria del petróleo. Seguramente no irá a la salida de un centro comercial a presentarse en frío a señoras, para intentar descubrir si son potenciales clientes a quienes pueda venderles un barco. Normalmente, es de suponer que las amas de casa no serían los mejores prospectos para sus barcos petroleros de millones de dólares. Dependiendo del negocio y del vendedor, siempre habrá buenos y malos prospectos. La forma de definir quiénes son los mejores, y la manera de encontrarlos, es algo crítico para tener un rendimiento excelente en ventas. Por lo tanto, lo primero que tenemos que aprender es la mejor manera de encontrar a la gente correcta para presentarle nuestros productos y servicios. Este huevo **ES GRANDE**, porque quiero darle MUCHAS ideas y cosas concretas que usted podrá hacer inmediatamente para desarrollar un torrente constante de potenciales clientes calificados.

Huevo 2: Cómo llegar al Tomador De Decisiones (TDD)

El segundo paso es llegar a la persona que efectivamente tiene la capacidad y autoridad para tomar la decisión de compra. El Tomador De Decisiones: el TDD. No se imagina cuántas veces me ha pasado a mí, luego de estar batallando y trabajando arduamente con una empresa a la que ya había identificado como un buen prospecto, el darme cuenta de que ha estado hablando con la persona equivocada! ¿A usted no le ha pasado nunca? De pronto se da cuenta de que quien toma todas las decisiones de compra es el mismísimo presidente de la empresa, y usted se ha pasado semanas haciendo análisis de necesidades, presentación de propuestas y negociaciones con un gerente de área. O puede ser que durante semanas está tratando de convencer al encargado de una sucursal de la empresa de que compre sus productos, y de pronto se entera de que la decisión se toma en la casa central, que se encuentra fuera de su territorio de ventas, a 300 kilómetros de distancia. El tema central de este huevo, es que usted necesita investigar un poco a su prospecto ANTES de hacer su acercamiento inicial.

Huevo 3: Usted debe ser escuchado para poder vender

El tercer paso es lograr una entrevista. Antes de poder entrar activamente a la fase de “ventas” de nuestro negocio, debemos lograr estar cara a cara (o teléfono a teléfono, en el caso de ventas telefónicas) con las personas con las que deseamos desarrollar una relación de negocios. En nuestra determinación y entusiasmo por lograr esto, en muchas ocasiones nos encontramos presionando a la gente por teléfono para que nos reciba. ¿Alguna vez fue abordado de ese modo por un vendedor, ya sea en su hogar o en el trabajo? Recuerde alguna ocasión en la que alguien ha sido agresivo, pesado, o intenso para lograr que usted acepte una reunión. ¿Cómo se ha sentido usted?

Estas estrategias agresivas y manipulativas, son usualmente poco efectivas, y claramente poco profesionales. La gente cuelga el teléfono o nos pide que nos vayamos de ahí. Son situaciones muy incómodas, e innecesarias. Existen maneras positivas en las que podemos trabajar para conseguir entrevistas personales. Hay algunas frases de apertura realmente muy efectivas que podemos usar, y que nos permiten liderar la conversación para tener más chances de que el prospecto diga: “Bueno, como no, venga y conversemos” sin más preguntas. Usted puede utilizar técnicas creativas que despiertan el interés en las personas por reunirse con usted, logrando encuentros con un propósito claro y bien definido. Hay técnicas no manipulativas que nos ayudan a superar la resistencia inconsciente con la que la gente nos suele tratar sólo por ser vendedores.

Huevo 4: Preste atención y entienda al cliente

El cuarto paso es hacer preguntas y escuchar. Ahora que hemos logrado la entrevista, estamos entusiasmados! Tenemos un prospecto. Sabemos quién es el TDD (Tomador de Decisiones), y conseguimos una cita. Desafortunadamente, este es el paso del proceso de la venta donde muchos vendedores se hunden. Debido a nuestra excitación, y a la zona de confort en la que nos sentimos cuando hablamos de nuestros productos, nuestros servicios, y nuestra empresa, podemos tener la tendencia de comenzar a relatar toda esa información demasiado pronto, antes de habernos ganado el derecho a poder hacerlo. Imagine que se le ha dado el privilegio de tener una cita de negocios con el TDD dentro de una empresa muy grande que es el prospecto ideal para sus productos. ¿Comienza usted la conversación describiéndole lo excelentes que son sus productos, antes de hacerle preguntas sobre la situación de la empresa? Esto sería algo parecido a que usted llegue al consultorio de un dentista, y que apenas se sienta usted, él se dirija directamente a su boca con unas pinzas para extraerle una muela cualquiera, sin haberlo examinado ni haberle hecho ninguna pregunta. ¿A usted le dan ganas de que lo atienda ese dentista? ¡¡Claro que no!! Nuestro objetivo en este huevo es indagar de manera elegante y profesional por información pertinente acerca de las metas del TDD, la empresa, su estilo y procedimiento usuales, la situación actual, los problemas y desafíos que enfrentan. Hacemos preguntas bien enfocadas, y escuchamos con atención las respuestas.

Huevo 5: Muéstrelas el puente

El quinto paso es Presentar la Solución. Este es el punto dentro del proceso de ventas, en el que compartimos con el prospecto esas fascinantes historias acerca de los años que llevamos en el negocio, y porqué esa experiencia es tan importante. Podemos tal vez presentarles también una lista de clientes satisfechos, o cartas con testimonios de empresas a las que hemos ayudado a superar problemas similares a los de esta empresa. Podría decir que desea compartir algo de información acerca de su empresa, ofreciendo un brochure corporativo que describe sus productos y servicios, y finalmente presentarle al prospecto cuál es el producto que usted recomienda, basado en la explicación que él hizo previamente de la situación y necesidades de la empresa. Todo va marchando bien en este paso, acercando a las dos partes hacia la concreción de una transacción comercial que dará inicio a la relación cliente/vendedor.

Huevo 6: Pídale que crucen el puente

El sexto paso es pedirles que compren. Todo muy lindo en el quinto paso, pero si no le pide al prospecto que tome una decisión, no sólo no estará haciendo lo que es más adecuado para los mejores intereses de ese potencial cliente, sino que logrará sólo una fracción de las ventas que podría conseguir. Por extraño que pudiera parecer, muchas ventas potenciales se pierden simplemente porque el vendedor no le pide al prospecto que compre. Muchos vendedores piensan que el cierre de la venta, es la parte más difícil del proceso de ventas. Pero es sólo una pequeña parte -importante por cierto, aunque muy simple- de esta película en la que usted es el actor principal. Le explicaré porqué el concepto de “cierre de ventas” ha pasado de moda, y usted tendrá un reconfortante y efectivo nuevo punto de vista que lo ayudará a generar menos presión y a conseguir más ventas. Comprender la manera en la que las personas toman decisiones, y porqué podrían no estar dispuestas a comprometerse a dar un paso hacia adelante con usted, es un conocimiento poderoso que le brindará claves para lograr que más personas le digan que SI, y compren sus productos y servicios.

Huevo 7: Que le sigan comprando mañana y dentro de 10 años

El séptimo paso es saber cuidar y deleitar a cada cliente, con un nivel de servicio inigualable. La manera en que usted atienda a sus clientes será determinante para conseguir y retener más clientes, por más tiempo, que compren más, y que recomienden a más clientes. Nuestra mente y actitud pueden enfocarse de manera natural, espontánea y relajada, en encontrar formas de diferenciarnos y agregar valor a través de un servicio excepcional, único, especial, incomparable! Compartiremos anécdotas y casos reales de empresas y personas como usted, para que sepa cómo hacer que los clientes deseen fervientemente seguir trabajando y haciendo negocios con usted, y beneficiándolo con recomendaciones a colegas, familiares y amigos. Se trata más de un cambio de forma de pensar, que de grandes estrategias de largo plazo. Nada de cosas costosas de implementar, nada de complicaciones ni grandes reformas. Son cosas sencillas que podrá adaptar a su negocio y comenzar a utilizar inmediatamente.

Ey!! ¿Y los Huevos 8 y 9?: son ANDÁ y VENDELES

¿Usted tiene huevos para vender?, si puede aprender y poner en práctica paso a paso los Huevos del 1 al 7, entonces estará confiado y listo para conquistar el mundo de las ventas con SUS DOS HUEVOS (O CON SUS DOS OVARIOS) ANDÁ y VENDELES. De nada valen los otros huevos si no hace las cosas que tiene que hacer. Ahora ya sabe que no está solo: siempre lo acompañan ANDÁ y VENDELES.

En los siguientes capítulos analizaremos en detalle cada uno de los huevos de oro. Usted alcanzará una comprensión global de todos los conceptos, y aprenderá maneras específicas de personalizar y adaptar cada paso a su propio negocio y a su estilo personal. ¡¡Avanti!!