

## **Antes de salir a vender sus servicios o productos, un profesional debe hacerse las siguientes preguntas clave:**

### **□ 1 ¿Cuál es mi propuesta de valor?**

- ¿Qué hace que mi servicio o producto sea único en el mercado?
- ¿Por qué deberían los clientes elegirme a mí en lugar de a la competencia?

### **□ 2 ¿Quién es mi cliente ideal?**

- ¿Cuál es el perfil de mi cliente objetivo (demografía, necesidades, comportamientos)?
- ¿Qué problemas o necesidades específicas tienen estos clientes que mi producto o servicio puede resolver?

### **□ 3 ¿Cómo voy a comunicar mi propuesta de valor?**

- ¿Cuál es el mensaje clave que quiero transmitir?
- ¿Cómo puedo explicar claramente los beneficios de mi producto o servicio?

### **□ 4 ¿Qué objeciones podrían tener mis clientes potenciales?**

- ¿Qué razones podrían dar los clientes para no comprar?
- ¿Cómo puedo prepararme para responder a esas objeciones de manera efectiva?

### **□ 5 ¿Cuál es mi estrategia de precios?**

- ¿Cómo se compara mi precio con el de la competencia?
- ¿El precio refleja adecuadamente el valor que estoy ofreciendo?

### **□ 6 ¿Cuál es mi proceso de ventas?**

- ¿Cuáles son las etapas que seguiré desde la generación de leads hasta el cierre de la venta?
- ¿Cómo haré seguimiento a los prospectos interesados?

### **□ 7 ¿Qué canales de venta utilizaré?**

- ¿Voy a vender en persona, por teléfono, online, a través de redes sociales, o una combinación de estos?
- ¿Cómo puedo optimizar mi presencia en estos canales para llegar a mi cliente ideal?

**8 ¿Qué resultados espero y cómo los mediré?**

- ¿Cuáles son mis objetivos de ventas (número de ventas, ingresos, cuota de mercado)?
- ¿Qué métricas utilizaré para evaluar mi éxito y ajustar mi estrategia?

**9 ¿Estoy preparado para ofrecer un excelente servicio al cliente?**

- ¿Cómo voy a asegurarme de que los clientes reciban un servicio de alta calidad?
- ¿Tengo un plan para gestionar y resolver posibles problemas o quejas?

**10 ¿Qué materiales de apoyo necesito?**

- ¿Tengo presentaciones, folletos, casos de estudio, testimonios, o demos listos para apoyar mi venta?
- ¿Mi sitio web y perfiles de redes sociales están actualizados y alineados con mi mensaje de ventas?

Cuáles son los métodos de venta más conocidos son:

1. **AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción):**
  - **Atención:** Captar la atención del cliente.
  - **Interés:** Generar interés presentando los beneficios del producto o servicio.
  - **Deseo:** Crear un deseo fuerte por el producto mediante argumentos convincentes.
  - **Acción:** Motivar al cliente a tomar una acción, como realizar una compra.
2. **SPIN Selling:**
  - **Situación (Situation):** Comprender la situación actual del cliente.
  - **Problema (Problem):** Identificar los problemas o necesidades del cliente.
  - **Implicación (Implication):** Explorar las implicaciones negativas de no resolver esos problemas.
  - **Necesidad de solución (Need-Payoff):** Mostrar cómo tu producto o servicio resuelve esos problemas y mejora la situación.
3. **Venta Consultiva (Consultative Selling):**
  - Se enfoca en actuar como un asesor, ayudando al cliente a identificar sus necesidades y brindando soluciones personalizadas.
  - Involucra construir relaciones a largo plazo en lugar de centrarse en la venta inmediata.
4. **Venta Relacional (Relationship Selling):**
  - Se basa en construir y mantener relaciones sólidas con los clientes.
  - Prioriza la confianza y la lealtad a largo plazo, lo que puede resultar en ventas repetidas y referencias.
5. **Venta Basada en Soluciones (Solution Selling):**
  - Consiste en identificar un problema específico del cliente y ofrecer una solución que resuelva ese problema.
  - En lugar de vender un producto, se vende un resultado o solución.
6. **Venta Basada en Beneficios (Benefit Selling):**
  - Enfocarse en destacar los beneficios del producto o servicio, en lugar de sus características.
  - Ayuda al cliente a ver cómo el producto puede mejorar su vida o negocio.
7. **Venta Social (Social Selling):**
  - Utiliza redes sociales y plataformas digitales para identificar, conectar y construir relaciones con prospectos.
  - Se centra en interactuar y ofrecer valor a través de contenido relevante, antes de intentar hacer una venta.
8. **Venta de Valor (Value-Based Selling):**
  - En lugar de competir en precio, se compete en el valor que el producto o servicio aporta al cliente.
  - Se trata de demostrar cómo la solución puede generar un retorno de inversión significativo.

Estos métodos pueden ser utilizados individualmente o combinados según las necesidades del vendedor y las características del cliente.

Ejemplos

1. Técnica para articular tu mensaje

Sé claro, directo y breve. No seas repetitivo.

¿En qué te puedo ayudar? ¿Necesitas------(repito textual lo que el cliente me ha dicho)

Entrena antes con un trabalenguas

'El otorrinolaringólogo de Parangaricutirimícuaro se quiere desotorrinolangaparangaricutirimicuarizar. El desotorrinolangaparangaricutimicuarador que logre desotorrinolangaparangaricutirimucuarizarlo, **buen** desotorrinolangaparangaricutimicuarador será'.

2. ¿Cómo construir mensajes impactantes? Elevator pitch

Aporta datos estadísticos o relevantes de tus servicios

Enfócate en el beneficio directo para el cliente.

¿Qué, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué?

3. Desarrollo de las estrategias de ventas: Identifica 3 beneficios principales. ¿Cómo lo presentarías?

Recuerda una historia personal que cuente cómo eres de pies a cabeza, que resalte valores y algo de humor.

4. Ponte una meta para esta semana.