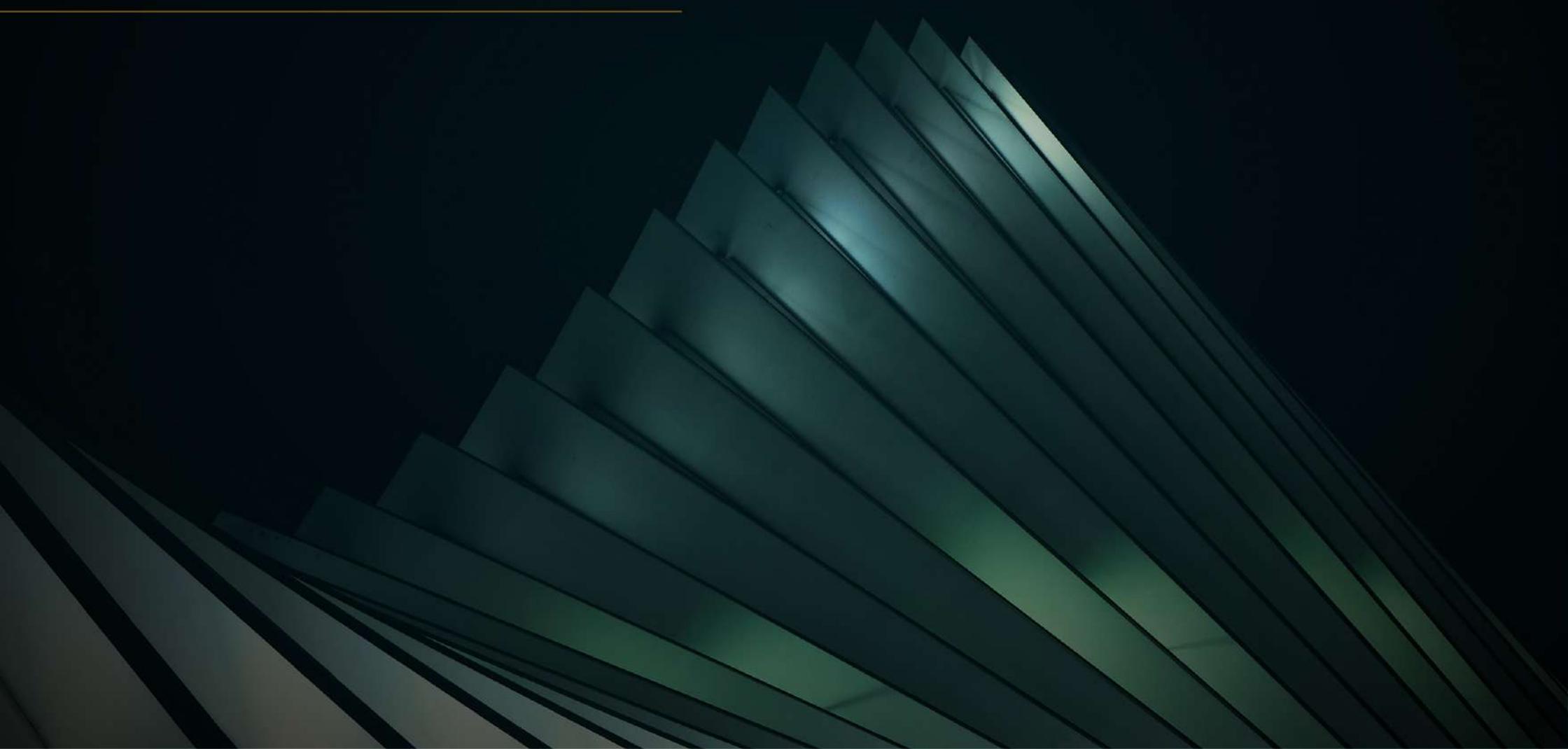


# 5 APRENDIZAJES EN VENTAS

LEVELUP

*DESCUBRE LAS CLAVES A LA HORA  
DE AFRONTAR UNA VENTA*

---



## 1. NO HABLES DEL PRODUCTO

¿Qué haces en una reunión de ventas? Seguro que empiezas hablando de tu producto. Eso es justo lo que no tienes que hacer a partir de ahora. Estadísticamente está demostrado que los factores que determinan si una negociación o una venta termina con éxito, no están basados en el producto. Además, está demostrado que el producto es lo menos importante a la hora de cerrar una venta.

### LO MÁS IMPORTANTE A LA HORA DE CERRAR UNA VENTA

Céntrate en conectar y generar confianza a la persona que te va a comprar. Piénsalo... ¿Te gusta que te vendan? La respuesta es no. Porque estamos envueltos en un mercado saturado en el que recibimos un bombardeo constante de propuestas de consumo.

El cliente cuando detecta que le quieres vender, se cierra por completo.

De hecho, todos creamos una barrera de desconfianza cuando nos ofrecen un nuevo producto o servicio. No queremos que nos ofrezcan cosas nuevas. Tenemos ya de todo, ¿o no?

En el momento en que percibes nuevos clientes para tu negocio, tienes que pensar que son personas que, por defecto, no te quieren comprar. Y no solo es que no te quieran comprar, sino que además no quieren saber nada de tu producto o servicio. De nada sirve que les expliques en qué consiste, las características, cuántos años tienes de experiencia...

Esto es lo que menos quieren escuchar.

EN EL MOMENTO DE CERRAR UNA VENTA...

EN EL MOMENTO DE CERRAR UNA VENTA...

Olvídate de tu producto o servicio y vuélcate en conocer a la persona que tienes delante para ser capaz de ganarte su confianza.

### ¿CÓMO PUEDES HACERLO? ESTA ES LA HERRAMIENTA MÁS EFECTIVA:

**LAS PREGUNTAS.** Hazle preguntas sobre su persona. Empieza por preguntas fáciles. Por ejemplo: “¿De donde eres?”, “¿Qué vas a hacer en vacaciones?”... Este tipo de preguntas te ayudarán a encender la chispa que posteriormente derivará en la venta de ese producto o servicio.

Estas es la estrategia más utilizada por las grandes empresas. De hecho, cuentan con Departamentos dedicados exclusivamente a crear lazos de conexión. Porque saben que de eso depende en mayor medida si finalmente el proyecto se cierra o no.

### PROPUESTA:

- 1 Olvídate de hablar de tu producto.
- 2 Descubre y conoce a la persona más allá del comprador.
- 3 Establece lazos de conexión.
- 4 Presenta tu propuesta.
- 5 Resultado: Aumenta tu % de cierre de ventas.

## 2. PRIMERO APORTAR VALOR, LUEGO VENDER

En el mundo de autónomos y Pymes, es muy habitual pensar en el corto plazo. Pensar en lo que hoy, mañana o la semana que viene interesa. Y no son capaces de ver que los negocios que funcionan piensan a largo plazo. A partir de ahora, quiero que pienses siempre a largo plazo.

Con respecto a las ventas, lo que perciben autónomos y Pymes cuando tienen a un cliente delante no es una posible relación a largo plazo. Si no algo así como dinero viviente. Alguien a quién quiero captar y del cual quiero obtener un beneficio rápido y a corto plazo.

Cuando piensas en tu producto o servicio, ¿qué es lo primero que te viene a la cabeza?

Seguramente sean sus características, cómo funciona, qué conocimientos o habilidades hacen falta para poder entregarlo... Pero seguro que no lo has enfocado desde el punto de vista de quién lo consume, ¿verdad?

Esta es la única pregunta que te debe preocupar:

**“¿Qué es lo que obtiene mi cliente cuando consume mi producto o servicio?”**

Y es lo único que te debe preocupar porque cuando una persona compra tu producto o servicio, en realidad no está comprando el producto, está comprando las emociones que le provoca.

Porque las ventas no son más que un torrente de sustancias químicas que se generan en nuestro cuerpo una vez que tenemos interés por comprar un producto o servicio.

Y, eso, es lo único que te tiene que preocupar si quieres cerrar más ventas.

### ¿QUÉ PASA EN EL CUERPO DE NUESTROS CLIENTES?

En primer lugar, lo que aparece cuando desea algo es la dopamina. Una sustancia que genera nuestro cuerpo cuando tengo las ganas de consumir algo. Cuando pienso cómo me voy a sentir una vez lo tenga.

Una vez que has consumido el p/s y, suponiendo que la experiencia es óptima, lo que pasa es que aparecen las endorfinas. Éstas provocan la sensación de felicidad.

### CONSEJO: A PARTIR DE AHORA, PIENSA...



**1**

**Cómo harás que tu producto o servicio genere dopaminas en la mente de tu cliente.**

**2**

**Cómo harás para que la experiencia de tu cliente sea extraordinaria y quiera repetir una y otra vez.**

### 3. COMUNICA BIEN, VENDE MEJOR

Si quieres tener éxito en tu negocio, tienes que aprender a vender.

Estos consejos te ayudarán a mejorar tus habilidades de comunicación en ventas:

#### 1. LA ENERGÍA A LA HORA DE HABLAR DE TU PRODUCTO O SERVICIO.

Normalmente en reuniones con empresarios o en formaciones de LEVEL UP, hay personas que, en primer lugar, no quieren hablar de su producto o servicio (lo cual ya es extraño si lo que pretendes es darle visibilidad). Y, en segundo lugar, se percibe una falta absoluta de energía. Utilizan una forma de comunicar poco impactante y aburrida.

¡Despierta! Tienes que tener energía y convicción en lo que estás vendiendo. Si tú no confías en ello, ¿quién lo va a hacer?

#### 2. CAPACIDAD PARA NEGOCIAR.

Tienes que entender que cuando hay una venta, en muchos casos hay que negociarla. Es posible que las condiciones puedan cambiar. Aprende a dominar la situación, cuál es tu rol, cómo funciona ese cambio de cromos.

Debes entender cómo puedes dar a la otra persona lo importante y obtener lo que estás buscando, para obtener siempre las mejores condiciones para ambas partes.

#### 3. MIEDO A PERDER LA VENTA

Es sorprendente, pero en la mayoría de los casos, el vendedor baja el precio del producto sin que el cliente lo pida. Y eso es, sencillamente por miedo a que el cliente le rechace.

¡No bajes el precio! Y si lo haces, al menos, que el cliente te lo pida.

- Ten convicción en que esa venta se va a cerrar.
- Juega bien tu papel en la negociación.
- Pon toda tu energía siempre que tengas que presentar tu producto o servicio.

## 4. CAPACIDAD PARA ELIMINAR EL RIESGO

¿Cuánto dinero ganas al mes? ¿Cuál es tu nómina? ¿Cuánto facturas si eres empresario?

En cualquier caso, es una cantidad finita. No tienes dinero ilimitado, no eres abundante por definición.

Pues igual que te pasa a ti, le pasa a tus clientes. Mentalmente sabemos que no tenemos dinero para todo lo que nos gustaría tener.

Y, de alguna manera, de forma inconsciente nuestra mente nos está avisando todo el rato sobre eso. Así que, cuando surge una nueva oportunidad de comprar algo, tenemos un piloto automático que nos dice: ¡Cuidado!

Y, siempre, siempre, siempre, aparece la pregunta: ¿Es realmente necesaria esta compra? ¿Me va a dar esta compra más del dinero que voy a invertir?

### Tu objetivo debe ser dar solución a esta pregunta:

- 1**) Incorpora en el proceso de venta de tu producto o servicio algo que identifique los miedos o riesgos que la persona puede experimentar al respecto de comprar ese producto o servicio.
- 2**) Y, por supuesto, que permita generar más tranquilidad, más confianza, más seguridad de que la inversión tiene sentido para tu cliente.
- 3**) Piensa los motivos por los cuales la persona que va a comprar puede tener miedo a que esa decisión no sea la correcta.

### UN EJEMPLO:

Imagina que vas a comprar un colchón. Lo harás porque en el que duermes ahora no es del todo cómodo.

¿Cuál es el mayor riesgo de cambiar de colchón?

Que el malestar y la incomodidad sigan estando ahí. En definitiva, que no solucione los problemas que tú ya tienes.

Hay colchonerías que para eliminar ese riesgo lo que te dicen es que te lleves el colchón, lo pruebes durante 30 días y lo devuelvas sin compromiso si no es lo que esperabas.

Si tu intención es crecer, tendrás que darle al cliente lo que el cliente quiere.

### CRECER = DARLE AL CLIENTE LO QUE EL CLIENTE QUIERE

Ahora te toca a ti...

- 1**) Detecta cuáles son los motivos por los que tu cliente no te elige y elige a otra empresa de tu sector. Quizá tenga miedo a que las cosas no salgan bien, detecte inseguridad en algún momento del proceso de compra...
- 2**) Una vez que lo has detectado. ¿Qué vas a hacer? ¡ELIMÍNALO!  
De esta forma, tu cliente confiará más en lo que le propones.

Si reduces riesgos, aumentas las ventas.

## 5. APRENDE CÓMO CERRAR VENTAS

El momento más difícil es que tu cliente finalmente compre. Seguramente te habrá pasado en muchísimas ocasiones que el cliente te dice que sí, que está interesado, que se lo pensará...

¿Qué pasa al final? Que la venta no se cierra.

En realidad, esas excusas aparecen por falta de deseo de compra.

### ¿QUÉ TE PROPONEMOS?

- Reconfigura la manera en la que presentas tu producto o servicio para que sea más efectiva e incremente la emoción y las ganas de que el cliente consuma.
- No le des mucho tiempo para comprar. Piensa que cuanto más tiempo pase, menos probabilidades habrán de que finalmente se cierre la venta.



### 3 PATRONES DE COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE QUE DEBES CONOCER PARA ELEVAR LA TASA DE CIERRE EN LAS VENTAS.

- 1 El cliente es DISPERSO. Cuando se dispone a comprar algo, tiene muy claro lo que quiere, pero... Su interés en el producto desaparece muy rápidamente.

**EJEMPLO:** Una librería no tiene todos los ejemplares. Cuando te piden uno en concreto que no está y lo pides para que te lo traigan... ¿Sabes que pasa en la gran mayoría de casos? Que el cliente no va a recogerlo.

Porque el cliente es disperso. En el momento que hace el pedido el cliente tiene muy claro lo que quiere, pero cuando pasa el tiempo el interés desaparece.

#### CONSEJO: CIERRA LA VENTA CUANDO EL DESEO ES ALTO

- 2 El cliente es AMNÉSICO. Es fácil que olvide toda la información que tiene sobre tu p/s. Dale unas condiciones limitadas en el tiempo. Si dejas que pase un mes, nunca comprará.

Si dejas que pase un mes sin que te compre, nunca lo hará.

- 3 El cliente es PEREZOSO. Todos solemos dejar las cosas para más adelante. Crea un proceso de seguimiento muy estricto hasta que la venta definitivamente se cierre.

**CONSEJO:** Llámale, resuelve sus dudas, desplázate, simplifica el proceso de compra y de consumo, pasa tiempo con él... para cerrar definitivamente la venta.

CONFÍO EN QUE ENTIENDAS MUCHO MEJOR EL APASIONANTE MUNDO DE LAS VENTAS.

**¡ES MOMENTO DE PASAR A LA ACCIÓN!**