



# El Ciclo de Venta

## Cómo Cerrar la Mejor Venta

CÓMO AYUDAR  
A SU CLIENTE  
A TENER ÉXITO.



## Aumenta tu Conversión de Ventas

### EL DESAFÍO

Una investigación de "CSO Insights" mostró que solo una de cada seis presentaciones de ventas tenía una probabilidad mayor a 50% de concretarse. Entendemos que muchos vendedores, incluso profesionales sólidos, pierden una venta por dos razones comunes:

**1. Muchas presentaciones de ventas se pierden incluso antes de que ocurran.**

Los vendedores presentan para iniciar un ciclo de ventas en lugar de para cerrarlo.

**2. Las presentaciones de ventas son ricas en información y malas en decisiones.**

Las presentaciones terminan en "muchas gracias", "lo pensaremos", "Oye, ¿podrías dejarnos algunas de las diapositivas de PowerPoint?". Básicamente, no se toma ninguna decisión.

### LA SOLUCIÓN

Con las habilidades de defensa adecuadas, puedes demostrar de manera más efectiva cómo su solución ayudará a su cliente a obtener lo que quiere y necesita. En este programa aprenderá cómo ganar ofertas de manera más consistente aplicando los conjuntos de habilidades de los mejores vendedores del mundo.

Diferenciadores del mejor desempeño en ventas:

- Venden con la intención de lograr resultados beneficiosos para todos.
- Preparan y crean hábilmente las condiciones para una buena toma de decisiones en cada reunión de clientes.
- Pasan menos tiempo hablando y más tiempo discutiendo con el cliente las decisiones que mejor satisfagan sus necesidades.
- Siguen un proceso simple y confiable para una buena toma de decisiones.

NUESTROS CLIENTES HAN REPORTADO



**\$54 Millones**

de incremento de facturación  
...y más!



MÓDULO	LOS PARTICIPANTES APRENDERÁN A:
LA ZONA DE CIERRE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organizar cuidadosamente cada llamada del cliente para influir y beneficiar el proceso de toma de decisiones.</li> <li>Comenzar a reducir las posibles decisiones que conducen a la decisión comercial final.</li> </ul>
IDENTIFICANDO LA DECISIÓN EN LA MENTE DEL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar la única decisión que el cliente debe tomar al final de la reunión.</li> <li>Asegurarse de que la decisión esté centrada en el cliente, sea singular y que "no" sea una respuesta aceptable.</li> </ul>
DEFINIENDO LAS CREENCIAS CLAVE DEL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Demostrar la capacidad de validar las creencias clave del cliente para su satisfacción.</li> <li>Desarrollar puntos de prueba que permitan la decisión que tiene en la mente el cliente.</li> </ul>
RESOLVIENDO OBJECIONES Y QUEJAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ver las objeciones como una oportunidad, más que como una amenaza.</li> <li>Aplicar un enfoque predecible de 3 partes para resolver objeciones.</li> </ul>
PREPARANDO LAS CONDICIONES PARA UNA BUENA TOMA DE DECISIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar un plan sobre cómo influir en las condiciones para una buena toma de decisiones antes de cada reunión con el cliente.</li> <li>Centrarse en lograr resultados beneficiosos para todos.</li> <li>Preparar una poderosa apertura y cierre para cada reunión de clientes.</li> </ul>

## IMPLEMENTACIÓN DE 12 SEMANAS



- Durante 12 semanas, los participantes implementan los principios que aprendieron en la sesión de trabajo mientras practican y aplican los conocimientos con mayor profundidad.
- Los participantes se hacen responsables a través de informes programados regularmente a sus líderes de ventas.



- Manual del Participante
- Manual de Implementación - 12 Semanas
- Manual de Cierre
- Tarjetas de Práctica

## ¿TE INTERESA ESTE PROGRAMA?

Habla hoy mismo con uno de nuestros especialistas.

**¡Hablar con un Especialista!**