



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



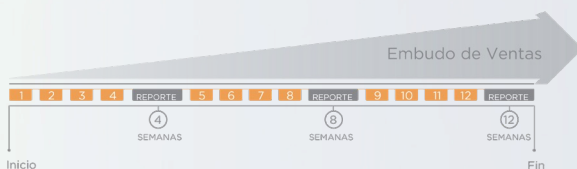
\$54 Millones

de incremento de facturación
...y más!



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

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!