

TALLER DE VENTAS Y CALIDAD

DIGITAL
EVOLUTION

NODS

BIENVENIDOS

HOJA DE RUTA.

Este tiempo juntos Abordaremos algunas herramientas para mejorar la interacción con los leads y con los aspirantes.

Reconocemos que cada estudiante es único, con metas, sueños y expectativas distintas al buscar su camino académico. Durante el taller, nos centraremos en tres pilares fundamentales que definirán nuestra excelencia en ventas: la indagación, la escucha activa y el cierre. La indagación nos permitirá explorar las aspiraciones individuales de cada estudiante, la escucha activa nos guiará hacia una comprensión más profunda de sus necesidades y deseos, y el cierre de la venta nos brindará la oportunidad de convertir esas aspiraciones en una realidad.



EDUCATION
& EVOLUTION

NODS

*«ESCUCHAMOS NO SOLO CON NUESTROS OÍDOS,
SINO CON NUESTROS OJOS, CON NUESTRA MENTE,
CORAZÓN E IMAGINACIÓN».*
CARL ROGERS

La escucha activa es un componente esencial en el proceso de ventas que implica prestar total atención al aspirante no solo a sus palabras, sino también a sus emociones y tono de voz. Al practicar la escucha activa, el vendedor demuestra empatía, comprensión y un genuino interés por las preocupaciones del cliente. Esta habilidad va más allá de simplemente oír; implica interpretar el mensaje del cliente y responder de manera adecuada.

Ambas habilidades, indagación y escucha activa, son fundamentales en el proceso de venta por varias razones:

- **1. Comprensión Profunda del Cliente:**
- **2. Personalización de la Oferta:**
- **3. Establecimiento de Conexiones Personales:**
- **4. Manejo Efectivo de Objeciones:**

TECNICAS

Elimina el ruido externo al evitar interrupciones.



Emplea métodos de comunicación alternos con un lenguaje corporal consciente.



Reafirma y comenta lo que te dice tu interlocutor y confirma si entendiste bien.



Establece contacto visual para generar confianza.



Mantén una buena actitud y disposición.



Secciona la información al agruparla por temas y relevancia.



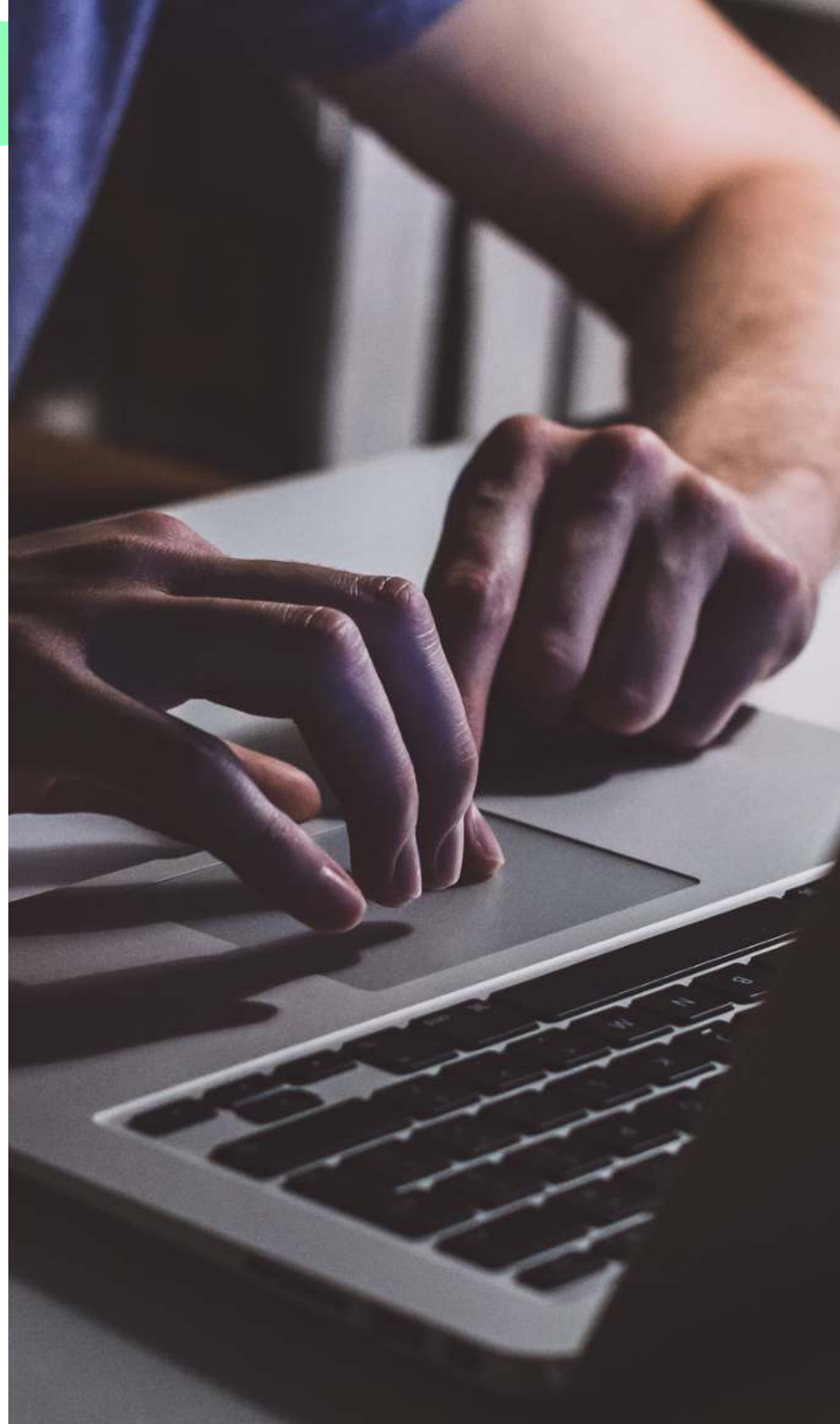
Toma notas para remarcar tópicos y las ideas que te surjan.



Aprovecha las tecnologías disponibles y adapta tu escucha incluso en videollamadas y otras comunicaciones.



HubSpot



EDUCATION
& EVOLUTION

NODS

“NO HAY RESPUESTAS CORRECTAS A PREGUNTAS EQUIVOCADAS”

¿Qué tal si empezaran escuchando lo que la gente necesita decir sobre el problema que quiere resolver y sus propias dudas? Aquí es donde aparece el método SPIN.

Si quieres saber cómo optimizar tus técnicas de venta y tener más éxito, aplica el método SPIN.

SPIN son las siglas de Situación, Problem, Implicación y Need pay off. Es el método que se basa en averiguar las necesidades del cliente y presentarle los beneficios de un producto o servicio que serán la solución.

Te permite reunir datos e información relevante de la situación del cliente. Así es más fácil detectar cuáles son sus problemas, limitaciones e insatisfacciones, y determinar cuál es la oferta que más encaja con su necesidad.

Las necesidades del cliente se pueden dividir en dos tipos:

- **Implícitas:** no las manifiesta realmente, es necesario que las busques entre líneas. Presta atención a los detalles y analiza los comentarios respecto a los problemas o las cosas que le preocupan.
- **Explícitas:** son las cosas que menciona directamente sobre las características que busca en un producto o servicio específico.

El método SPIN ha demostrado que los vendedores con más resultados positivos son los que siempre hacen el mismo tipo de preguntas y en el mismo orden. Cada pregunta tiene un propósito y la secuencia tiene un valor estratégico.

TECNICAS

Método SPIN

- S** → Situation - Identificar la situación
- P** → Problem - Escuchar el problema
- I** → Implication - Entender las implicaciones
- N** → Need pay off - Resolver necesidades



EDUCATI
& EVOLU

NODS

PREGUNTAS ENFOCADAS A LA SITUACIÓN

Con estas preguntas sabrás en dónde está ubicado y cuál es su sentir, además de sus procesos y planes próximos. ¿Tiene una estrategia de ventas dentro de su negocio?» o «¿Qué herramientas digitales usa actualmente para el análisis de su contenido web?».

PREGUNTAS ENFOCADAS A SUS IMPLICACIONES

Una vez que ubiques el problema, averigua qué tan grave es y qué tan urgente es la solución. ejemplos de preguntas se encuentran: «¿Sus empleados estarían más comprometidos si no experimentaran problemas organizacionales?» o «¿Cómo se afectan las metas de su negocio por la gestión que lleva ahora?».

PREGUNTAS ENFOCADAS AL PROBLEMA

Plantea dudas más específicas y cuantitativas parecidas a: «¿Cuánto tarda en realizar el inventario del almacén?» o «¿Está satisfecho con sus proveedores actuales?».

PREGUNTAS ENFOCADAS A LAS NECESIDADES

Las preguntas que harás en este paso deben centrarse en el valor y la utilidad del producto. Pero ten presente que es mejor no referir las situaciones o problemas que tu producto no resuelve.

EDUCATION
& EVOLUTION

NODS



EJEMPLO

Método SPIN

Situación: «¿Quieres continuar tu formación o especializarte en un tema en una institución de prestigio?»

Problema: «¿Las mejores opciones son demasiado caras o muy lejanas e implican una mudanza que no puedes hacer por tu situación actual?»

Implicación: «¿Sientes que te estancas en tu campo laboral y temes quedarte atrás?»

Necesidad: «Con un diplomado a distancia puedes inscribirte en nuestra universidad, fuera de tu ciudad o país, sin pagar traslados o vivienda, te conectas en tus propios horarios, tienes acceso a nuestros recursos y tutorías personalizadas y obtienes un certificado legítimo con validez internacional.»

En primera instancia, las preguntas son directas, plantean un situación y afirman algo que la persona necesita o requiere.

El análisis de preguntas expone una característica que tu producto o servicio le puede proporcionar al lead. Pero, antes, en la etapa de implicación afirmas una situación, la cual previamente has comprobado tras el análisis de comportamiento y respuestas. El cliente ahora sabe que tiene un problema al que no le daba importancia. En el último paso afirmas la necesidad del cliente. En este momento la persona ya sabe que sí necesita lo que ofreces, pues así solucionará la imperfección, fallo o insatisfacción.

EDUCATION
& EVOLUTION

NODS

“PRETENDE E IMAGINA QUE CADA PERSONA QUE CONOZCAS TIENE UN LETRERO COLGADO QUE DICE ‘HAZME SENTIR IMPORTANTE’. ESTO NO SOLO TE HARÁ EXITOSO EN VENTAS, TE HARÁ EXITOSO EN LA VIDA” - MARY KAY.

Como representante de ventas, seguramente ya conoces el impacto de una palabra bien elegida para despertar el interés de tus potenciales clientes. Por eso, hemos seleccionado 5 palabras que, sumadas a tu destreza como vendedor, tendrán un poderoso efecto en las personas y en tu habilidad para cerrar contratos:

- **«Comprobado»:** la gente quiere saber cuántos se han beneficiado de lo que ofreces y cómo sucedió.
- **«Beneficio»:** si hablas de características, quizá suene a algo abstracto. Si anclas cada fase de venta en la ayuda que tu producto puede dar, será invaluable.
- **«Dinámico»:** los clientes gustan de soluciones que crezcan día a día, y recuerda que el dinamismo es otra forma de decir que hay una mejora constante y palpable.
- **«Personalizado»:** tu estrategia de venta está centrada en el cliente y con esta palabra le harás saber que tienes una solución específica y relevante.
- **«Disfrutar»:** cuando alguien busca mejorar algo que no funciona correctamente, también quiere despreocuparse. Expresa con tus actos a tu cliente: «Estoy aquí para hacer tu vida un poco más fácil».

EJEMPLOS

5 palabras clave para tus frases de ventas



«COMPROBADO»

«Venimos dando apoyo de buena voluntad, más allá de nuestras fronteras con tu producto o servicio»

«GENÉRICO»

«Basta y basta! Necesito servicios que puedan ayudarme a estar al tanto de las novedades con sus modalidades»

«DINÁMICO»

«Un negocio sólido como el tuyo es el resultado de un trabajo duro. ¿Qué sucede con tu producto o servicio?»

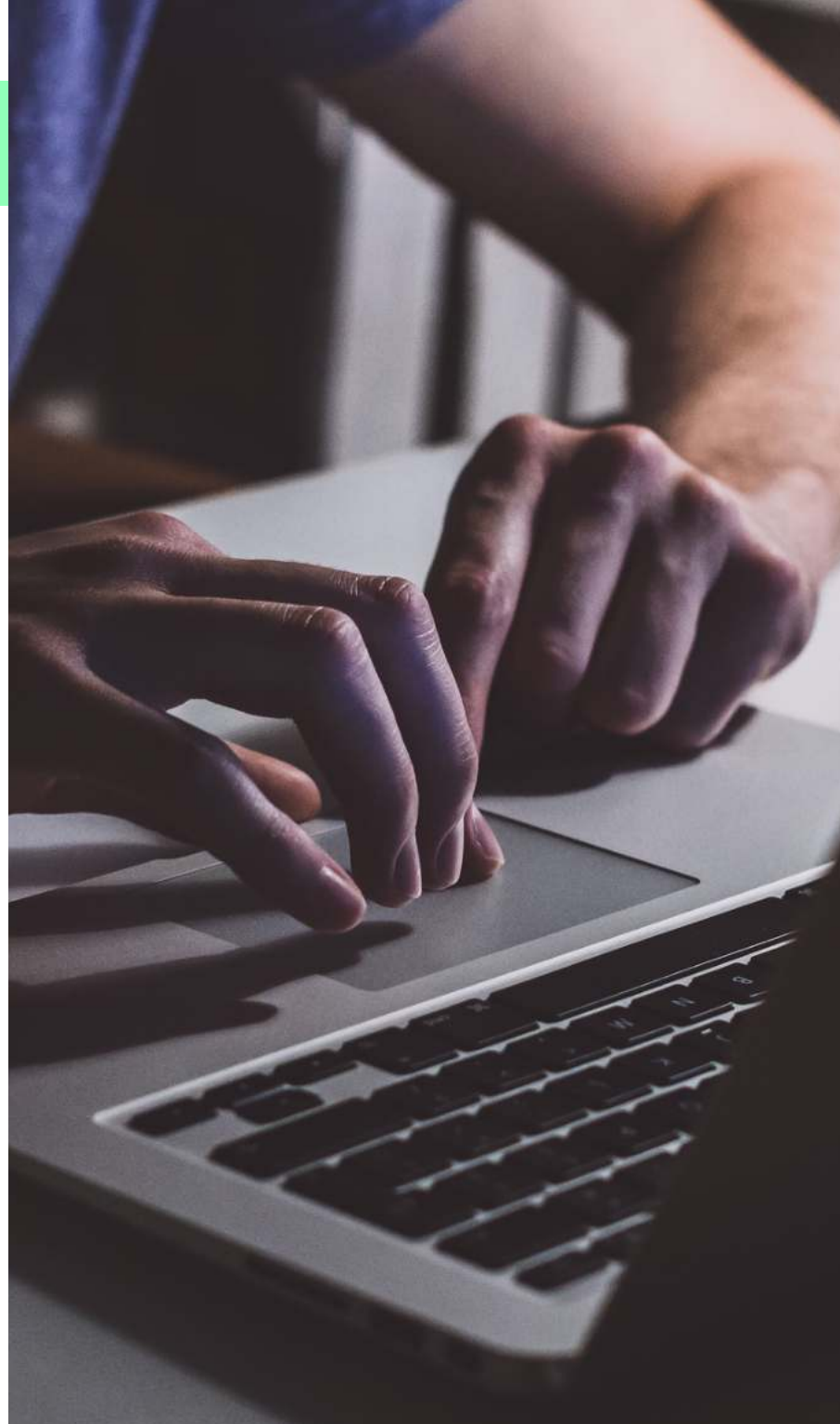
«PERSONALIZADO»

«Cada persona es diferente así que díjeme qué estrategias están para cada uno de sus negocios locales»

«DISFRUTAR»

«Recuerda a tus clientes que son la esencia de todo, así que ellos también se disfrutan»

- “Mucha gente se lo lleva”;
- “Son los últimos que quedan con estas características en el mercado”;
- “Son los últimos días con este descuento único”;
- “Hay una promoción especial para clientes nuevos”;
- “Es original y nunca se ha visto”;
- “Tenemos un producto especialmente recomendado para ti”;
- “Es el producto más completo del mercado”.



PRACTICAMOS

AUDIOS Y ROL
PLAY

NODS
EDUCATION
& EVOLUTION

FIN

*LLEGAMOS AL
FINAL*

THANK YOU!

NODS
EDUCATION
& EVOLUTION