



La Guía del Experto para Superar las Objeciones

Sales Training: Ganando ventas con relaciones humanas

Versión
Febrero
2020

**Dale
Carnegie**

Copyright © 2017

Dale Carnegie & Associates, Inc.

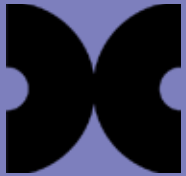
290 Motor Parkway

Hauppauge, NY 11788

All rights reserved. Except as permitted under the U.S. Copyright Act of 1976, no part of this publication may be reproduced, distributed, or transmitted in any form or by any means, or stored in a database or retrieval system, without prior written permission of the publisher.

Released to all authorized Franchises in Latin America for Local production by Dale Carnegie & Associates.

ISO-404-PD-PM-0883-TR1076-V2.0.1



Dale Carnegie Training: Fundada en 1912, ha evolucionado a partir de la creencia en el poder de la auto mejora individual impactando en la mejora profesional.

5 Pasos para Resolver Objeciones...

Es muy probable que durante el proceso de venta tengas que vencer los obstáculos que impiden que el comprador se decida. A veces, nuestra manera de gestionar estas objeciones hace que la persona desista de la compra. Resolver las objeciones con eficacia es un proceso que implica escuchar atenta y adecuadamente al cliente, y responder de forma positiva y objetiva a sus preocupaciones

Ganemos un entendimiento profundo del cliente:

4



¿Por que es importante?

Las objeciones del cliente no siempre son racionales; de hecho, la mayoría de las veces son totalmente emocionales. Si quieres establecer una relación comercial duradera, tienes que satisfacer las necesidades emocionales del cliente y superar los impedimentos para la compra.

“Si la vida te da limones, no te limites a hacer limonada: abre un puesto de zumos.”
-Dale Carnegie -

Paso Uno: Escucha

Escuchar las objeciones del cliente puede resultar muy difícil. Casi todos los comerciales se enfrentan cada día a las mismas dudas y todos las hemos escuchado una y otra vez. Seguro que sabes lo que el cliente va a decir antes de que lo diga, y también lo que tú le vas a contestar



Al estar tan habituado a los obstáculos más comunes, es probable que los escuches por encima y que interrumpas al comprador para responder a sus dudas. En vez de actuar así, utiliza este paso para ralentizar el proceso de ventas, escuchar atentamente y considerar las objeciones desde el punto de vista del cliente.

¿Que datos no estoy seguro de haber obtenido de mi cliente? ¿Que tipo de información podría obtener al dejar al prospecto hablar más?

Paso Dos: Pregunta

Cuando un cliente pone una objeción, se puede interpretar de cuatro maneras:

- Lo que él dice.
- Lo que tú oyes.
- Lo que tú interpretas que quiere decir.
- Lo que quiere decir él en realidad

Es esencial que, antes de responder a la preocupación de un cliente, los dos os aseguréis de que estáis hablando de lo mismo. Evita hacer interpretaciones sobre las objeciones del cliente, porque si son incorrectas te expones a perder la venta.

¿En que deberíamos ambos estar en el mismo acuerdo? ¿Donde podría estar yo asumiendo información? ¿Qué sería bueno preguntar que usualmente no hago?

Paso Tres: Amortigua

Llegados a este punto, tendrás que amortiguar el proceso de ventas con un cojín. Un cojín es una frase que demuestra que has escuchado al candidato a cliente, que has prestado atención a su objeción y que reconoces su importancia.



Cuando un comprador expresa sus reticencias, lo primero que tienes que hacer es amortiguarlas. Un cojín no avala ni contradice la objeción, ni tampoco la responde.

Ejemplos de cojines:

Objeción: El precio es bastante más alto de lo que me esperaba.

Cojín: Valoro que le preocupe el volumen de la inversión.

Objeción: Estoy contento con mi proveedor actual.

Cojín: No dudo de que su proveedor actual le haya sido útil.

Objeción: A mis trabajadores les gusta el sistema que están utilizando ahora.

Cojín: Como es normal, usted quiere que estén contentos.

Es tu turno.

8

¿Cómo pondrías en práctica el usar un “Cojín”? ¿Cuales son objeciones comunes en tu área de negocio? ¿Qué podrías decir tú para validar las preocupaciones de tu cliente y abrir campo para una propuesta?

Cliente 1:

Posible Objecion:

Cojín que podria usar:

Cliente 2:

Posible Objecion:

Cojín que podria usar:

Paso Cuatro: Responde

Tu respuesta estará determinada por muchos factores, incluyendo tu relación con el cliente, los intereses implicados y la prospección de compra. Sin embargo, una de las mejores maneras de responder a las objeciones es despejarlas con pruebas.



Las pruebas derrotan a la duda. Al proveer una prueba estaras dando una contundente razon al cliente de por que elegirte a ti. **Estos son unos metodos de dar pruebas:**

- Explicación
- Ejemplo
- Datos
- Demostración
- Comparación
- Recomendación
- Estadísticas

Paso Cinco: Evalúa

A lo mejor crees que has hecho un gran trabajo resolviendo las objeciones del cliente, pero lo verdaderamente importante es la percepción del cliente. Antes de avanzar, tómate un momento para evaluar si el comprador está preparado o no para comprometerse.

Ejemplos:

¿Le parece bien la modalidad de pago leasing?

¿Qué le parece?

¿Resuelve esto su duda?

¿Qué preguntas pudieras hacer tu para evaluar el estado del cliente?

Toma el siguiente paso.

**“El secreto para influir en las personas reside no tanto en hablar bien sino en saber escuchar bien”
-Dale Carnegie-**



**Dale
Carnegie**