

Resumen del libro ^o

El cierre perfecto.

El secreto para cerrar ventas. Las mejores prácticas y técnicas de ventas para cerrar el trato

Por James Muir y Lesley Kontowicz
Síntesis y comentarios por Jesús Gómez Espejel

Video:
<https://www.youtube.com/watch?v=9u2TYTGwl9M>

<https://www.youtube.com/watch?v=QFCyZrHlyzg>

Audio: <https://go.ivoox.com/rf/17360014>



La venta es difícil; para muchos vendedores, sin embargo, el cierre es más.

Si el intento de cerrar la facturación lo frustra, usa el "cierre perfecto" que el autor James Muir explica como un método confiable con con gran historial de éxitos. Es fácil de usar y no lo obliga a convertirse en un manipulador de alta presión digna de repuesto.

Este enfoque de ventas sin confrontación y cooperación se adapta a todos los tipos de ventas. Se basa en la psicología y tiene una alta tasa de éxito, aunque se puede aprender en cinco minutos. Esta tecnología ayuda a los vendedores a construir relaciones significativas con sus clientes, mientras que los clientes sienten que tienen control sobre la venta, a pesar de que el vendedor los lleva en cada paso del proceso.

La mayoría de los proveedores necesitan una mejor manera de cerrar.

La venta siempre ha sido un desafío. En el complejo de mercado actual, muchos vendedores lo encuentran más difícil que nunca. Y fue bastante difícil en el pasado cuando el empleado promedio de ventas solo logró entre el 50 % y el 60 % de su participación en las ventas.

Dado que las cifras exitosas para la mayoría de los vendedores empeoran, las ventas siguen siendo una de las posiciones de rotación más altas en el mundo de los negocios. Sin embargo, la venta mejora cuando sabes cómo cerrar.

Pasos para poner en práctica el "Cierre Perfecto".



www.gomezespejel.com

Si utiliza este enfoque de bloqueo, no presione a sus clientes potenciales. Se convierte en su "moderador" y "consultor". Cuando identifico por primera vez a un cliente posible, hago las "tres preguntas mágicas antes de llamar": ¿Por qué debería verme este cliente? ¿Qué debe hacer el cliente? "¿Cómo puedo afectar esta reunión?"

Siga siete pasos para poner en práctica el "cierre perfecto".

Estos siete pasos de ventas definen su camino hacia el éxito. Úselos como una lista de verificación para reuniones de ventas, presentaciones y cierres.

1. **Examine a los clientes potenciales:** recopile y comprenda información sobre sus clientes potenciales. Ser analítico. Aprende todo lo que puedas, quién eres y qué puedes desear. Trate de descubrir las características, preocupaciones, desafíos y objetivos de los clientes potenciales. Descubra la situación financiera de su empresa. Descubra si uno de sus competidores está actualmente en contacto con ellos. Identificar la responsabilidad principal de la toma de decisiones. ¿Es tu primer contacto? ¿Su jefe? ¿Alguna otra persona? ¿Un comité?

2. **Identificar el valor que ofreció:** ¿qué valor específico puede ofrecer este cliente potencial? Pregúntese: ¿por qué este cliente debería reunirse conmigo? Esto afecta directamente la propuesta de valor, el "valor medible", que su producto o servicio contribuye a un cierto cliente potencial. Para ser un vendedor efectivo y un negocio más cercano, debe conocer su promesa de valores para cada cliente.

3. **Construya sus mejores preguntas:** las preguntas razonables de "alta calidad" que se hacen a tiempo y de la manera correcta cómo puede hacer o deshacer una venta.

Estas preguntas le dan a la experiencia de ventas de los clientes potenciales un valor real.

Esta conversación es exactamente la razón por la cual los clientes potenciales se ponen en contacto con los vendedores en lugar de conectarse a Internet y llevar a cabo sus transacciones ellos mismos.

Los clientes quieren ofrecer ayuda - valor - los vendedores bien informados. Además, le ofrece la oportunidad de hacer preguntas inteligentes a los clientes y recibir respuestas útiles, la información esencial que necesita saber sobre sus clientes potenciales, así como sus situaciones y sus necesidades.

4. **Defina cómo progresar**, los pasos que toman a una venta, deben de ser; **específicos, razonables, medibles y dirigidos a los clientes potenciales**, deben tomarse mediante medidas que promuevan las ventas en su camino.

5. **Identifique su "valor inesperado"**: ¿qué es lo que más valora sus clientes potenciales? Muchos clientes no creen que los vendedores puedan ofrecerles el nivel de valor que están buscando.

Sorprenda su potencial y ofrezca a los clientes más de lo esperado. Por ejemplo, puede ayudarlo a comprender sus necesidades más específicamente o ofrecerle ideas nuevas y agudas.

6. **Agenda de acuerdo**: el vendedor debe planificar y requiere el uso de una **agenda diaria formal**. Incluya al escribir su objetivo de reunirse con clientes potenciales. Colaborar con sus clientes en la planificación de reuniones. Para avanzar en el proceso de ventas, al final de cada reunión, discuta y confirme todos los detalles y la fecha acordada para la próxima reunión.

7. **Asegúrese de estar en la condición mental correcta**, para tener éxito en reunirse con el cliente, **prepárese mental y emocional**. Si no, su comunicación directa y no verbal con clientes potenciales puede enviar la señal incorrecta.

Comunicación claramente su intención al comienzo del proceso de ventas. Su claridad permite a los clientes potenciales saber que no solo intenta vender, sino que también quiere ayudarlo a resolver su problema.

Para emplear el Cierre Perfecto en cada venta, esfuércese por hacer avanzar cada transacción hasta el momento crucial de las dos preguntas (que pueden ocurrir al final de varias reuniones de ventas en el camino). **Estas dos preguntas promueven las ventas**.

La primera es: **¿Tenemos sentido para hacer x?** Y la pregunta de seguimiento es: **¿Cuál es el siguiente paso que es bueno?** Por ejemplo, la pregunta inicial típica es: **¿estamos hablando de hacer análisis de flujo de trabajo para ver dónde se puede obtener la mejor eficiencia?** **En general, los clientes potenciales llenarán espacio vacío. La respuesta única es: "La evaluación parece valiosa**. ¿Tiene un ejemplo de algo que ha preparado para otros clientes, para que podamos verificarlo como un equipo? Si llega a ese punto, su siguiente paso es claro.

Entrena el cierre perfecto para convertirse en un hábito profesional profundo.
Aplicar 22 secretos de cierre.

El cierre perfecto hace que el acuerdo con los clientes sea más efectivo y aún más divertido. Esta estrategia de cierre elimina el estrés y la tensión que algunos profesionales sienten durante el proceso de cierre. Además, cumple con los requisitos, condiciones y elementos de los 22 secretos de cierre:

1. El cierre funciona mejor cuando el vendedor no presiona a sus clientes potenciales.
2. Los enfoques de cierre complicados y difíciles no son útiles. Una estrategia de cierre perfecta puede ser algo natural cuando aprendes a usarla y confiar en ella.
3. Las ventas no se cierran solas. Para cerrar, debe hacer que los clientes potenciales se comprometan, los pasos que deben solicitar el vendedor. Nunca insistió.
4. Los vendedores entienden que el proceso de cierre en realidad les ayuda, en lugar de ingresar a clientes potenciales. El método de cerrar estos proveedores es inteligente y franco, por lo que el enfoque de cierre no viola la ética moral o empresarial personal.
5. El enfoque de cierre es importante, pero su intención es aún más importante.
6. El éxito del cierre requiere un plan.
7. El vendedor debe comprender el "avance" del proceso de ventas desde la "continuación". Progreso de la conversación de ventas a la decisión. Continuar lo extiende.
8. Establezca un propósito apropiado para cada reunión con un posible cliente.
9. Aclarar propuestas de valor atractivos para posibles clientes.
10. Lluvia de ideas para que pueda crear y participar en una reunión de ventas altamente rentable con clientes potenciales.
11. Todos los intercambios con clientes potenciales son especiales. En respuesta, póngalos en órbita para que valgan la pena.
12. Los vendedores de éxito deben ser efectivos para resolver problemas.
13. Para obtener las máximas ventas, preparar, preparar y un poco más.

14. Para el éxito productivo y exitoso, es necesario aplicar desde una planificación cautelosa hasta una ejecución cautelosa.

Las ventas y la productividad de las ventas no son producidas por coincidencia o por casualidad.

15. Los expertos en ventas necesitan herramientas apropiadas, como agendas diarias organizadas y eficientes que se centran en reunirse con clientes potenciales e intercambios.

16. Cuando los vendedores preguntan directamente a los clientes potenciales sobre la fijación de una hora concreta para reunirse, dificultan que los clientes potenciales les rechacen a ellos o a su acción prevista, aunque los clientes potenciales pueden pedir que se cambie la hora de la reunión.

Para determinar si una hora de reunión es adecuada para un cliente potencial, puede recurrir de nuevo a la pregunta ¿tiene sentido para nosotros X? Por ejemplo: ¿Tiene sentido que hablemos de programar una visita a sus instalaciones, para que pueda ver el producto en un entorno real?

Los profesionales de ventas deben emprender las acciones adecuadas en los momentos adecuados. Demasiado pronto y pueden perder sus clientes potenciales. Demasiado tarde y sus clientes potenciales pueden dejar de ser viables.

17. Si la posible política de acción es razonable, pregunte al cliente potencial si realmente indica la solicitud de acción. En cambio, informe a los clientes potenciales lo que piensa el vendedor y dónde están.

Siempre es inteligente proporcionar información porque es poco probable que la perspectiva basada en la información esté nerviosa.

18. Haga la preguntas apropiadas y transfiera toda la transacción a un entorno emocional superior. De hecho, es importante para su éxito.

19. Las ventas a menudo resuelven problemas de tiempo. No los confunda con problemas de precios.

20. Los clientes potenciales siempre están involucrados en los pasos de ventas que proponen.

21. Todos los vendedores, incluidos las superestrellas productivas, comenzaron con casi o si experiencia.

22. Si usa esta táctica, incluso aquellos que se han vendido recientemente pueden concluir transacciones a gran escala.

En cada paso, quiere que su proceso de ventas progrese y no solo continúe.

La anticipación es crucial. Su progreso reacciona al conocimiento de la respuesta a una pregunta fundamental e importante: ¿qué debería hacer mi cliente potencial en cuanto a esta reunión?

EL PROCESO DE VENTA 3.0



Su plan de progreso describe cómo actúan los clientes potenciales y los siguientes pasos que quieren que se le dan. El éxito de las ventas y el cierre requiere que el agente de ventas impulsen intencionalmente la venta. La venta nunca progresará, y no está cerrada por si sola.

Siempre apunte a un "progreso ideal" con sus clientes potenciales. Desea que acepte el nivel máximo de compromiso que puede esperar razonablemente de usted, en función de sus compromisos actuales y anteriores con usted.

Recuerde distinguir entre progresos y continuaciones. Con una secuela, solo llega a un acuerdo para que su compromiso con sus clientes potenciales continúe, incluso si no ha acordado las medidas o en particular en el futuro. Esto puede significar repetir conversaciones, perder el tiempo. **Siempre apunte al progreso y evite las continuaciones.**

Realmente crea en su mensaje y cuide a sus clientes.

En las ventas hay algo más que tener los métodos adecuados o, al menos, debería haberlo. Realmente debe preocuparse por sus clientes y su éxito continuo, y debe creer que sus ofertas ayudarán a sus clientes a lograr sus objetivos.

Intente generar empresas repetidas y una relación real con sus clientes. Esto requiere una auténtica convicción personal de que proporcione bienes o servicios que realmente lo ayuden a comprarlos. Cuando cierra, se siente bien tanto por el bien de ellos, como por el suyo.



Jesús Gómez Espejel

- 🌐 www.gomezespejel.com
- ✉ jesus.gomez@estrategica.mx
- ☎ 521 (33) 3122 0202
- 📍 Guadalajara, Jalisco, México

