

Resumen del libro **Vendes o vendes.**

Saber vender es indispensable para tu vida.

Por Grant Cardone

Síntesis y comentarios por Jesús Gómez Espejel

Video : <https://www.youtube.com/watch?v=RXreDCyZe64>
<https://www.youtube.com/watch?v=FvjlpHX0iCw>

Audio: <https://go.ivoox.com/rf/64059856>
<https://go.ivoox.com/rf/18699140>
<https://go.ivoox.com/rf/18699497>
<https://www.youtube.com/watch?v=zrPUROYHx9Y>



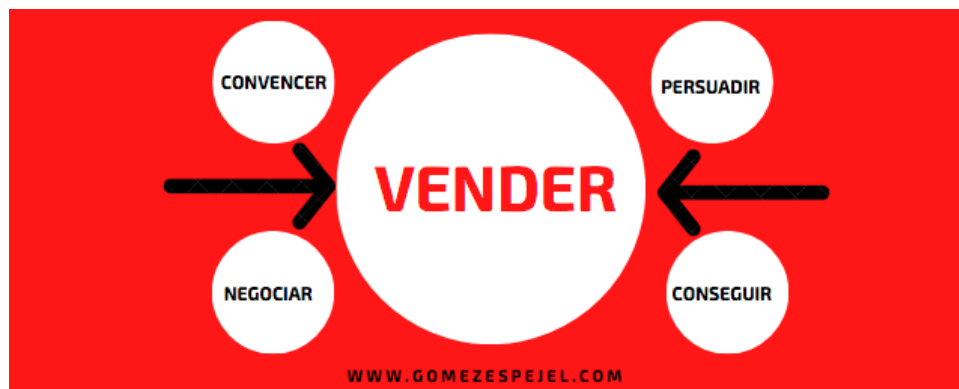
Sean cuales sean tus estudios o tu posición social, a lo que te dediques o el puesto que tengas dentro de una empresa, en algún punto de tu vida te verás en la necesidad de convencer de algo a alguien más. Tu capacidad para tener éxito depende directamente de tu habilidad para convencer a los demás de lo que tu crees.

Las ventas son habilidades esenciales para sobrevivir y garantizar una excelente calidad de vida, es más, tu capacidad para tener éxito depende directamente de tu habilidad para convencer a los demás de lo que tu crees.

Cuando se usa el término vender, se refiere a cualquier cosa que tenga que ver con convencer, persuadir, negociar o conseguir lo que tu quieres y para esto debes saber debatir y relacionarte con los demás.

Es común escuchar que la razón por la que un negocio o una persona está en la quiebra es debido a su falta de liquidez, ¡Esto es totalmente falso! La verdadera razón por la que un negocio fracasa es si bien, crearon un buen producto no lograron venderlo o introducirlo adecuadamente al mercado.

Sin excepción alguna, hay una venta en todos y cada uno de los intercambios de ideas o en cualquier comunicación entre personas. ¡Eres un vendedor y lo eres las 24 horas al día!



Las comisiones:

Hablemos de comisiones. Salirte con la tuya es una comisión dice Grant Cardone. No todas las recompensas tienen que ser monetarias. Recibir el reconocimiento por un trabajo, conseguir un ascenso, aumento de sueldo, tener nuevos amigos es una comisión.

Las mejores cosas de la vida son aquellas que vienen en forma de comisión por un esfuerzo bien hecho. Felicidad, seguridad, estabilidad, hogar, amor, confianza, etc. Mientras más consistente sea tu capacidad como vendedor, ¡Mejores serán tus comisiones en la vida!

Cuidado con la información falsa

Grant Cardone menciona un ejemplo: Durante mucho tiempo quería comprar propiedades y darlos a rentar. Muchos de sus amigos le decían que no, porque el negocio de arrendamiento es muy complicado y se tiene muchos problemas con los inquilinos. Pese a los malos comentarios Grant Cardone no hizo caso y hoy en día tiene más de 2500 departamentos y dice que los inquilinos no son la mayor dificultad, que el mayor problema es no tener inquilinos.

Existen muchas personas que te van a dar consejos, solo debes asegurarte que la persona que lo dice ha tenido la experiencia o conocimientos, porque muchas de ellos no lo tienen. Todos en algún momento nos hemos topado con personas detractoras que dicen que no intentemos algo porque “es muy difícil, hay muchas complicaciones, van a perder dinero, etc”, y te dan “consejos” pero la mayoría de estas personas no tienen ningún negocio, nunca han logrado nada o simplemente no han sometido su información a un análisis y sin embargo lo dicen como si se tratara de algo cierto.

Ten cuidado de de las personas a quienes le pides consejo cuando se trata de tus sueños o aspiraciones, muchos pueden dar información que te disuada de seguir el camino a la felicidad

Así que si vas a escuchar algún consejo es mejor que sea de personas que te motiven y que estén donde tú quieres llegar.

En el caso de Grant Cardone, las personas que lo aconsejaron no tenían negocios pero si estaban llenos de consejos.

Lo mismo sucede en ventas. Las personas tienen una imagen irreal de lo que son las ventas hoy en día. Tienen una imagen negativa de las personas que se dedicaban a ventas en el pasado. Las personas continúan transmitiendo esa información, dicen que vender es difícil, que trabajas mucho para ganar poco. Dejame decirte que eso no es así. Un vendedor está lleno de libertades y beneficios financieros.

Las ventas son necesarias para sobrevivir

Las ventas son necesarias para sobrevivir. ¿Por qué? porque siempre tendrás que venderle algo a alguien para poder avanzar.

Toma un minuto de tu tiempo para pensar en todos los roles que desempeñas en tu vida e identifica que tanto involucras a las ventas.

Tal vez no sea tu profesión ni recibas un pago por vender algún producto o servicio, pero te aseguro que si lo piensas bien, saber vender influye en el éxito que puedas tener en cada uno de esos roles.

Por ejemplo, tú tal vez quieres un aumento, conquistar a alguna chica, obtener algún papel, para obtener esto, depende mucho tu habilidad que tengas para venderte.

Los vendedores hacen que el mundo gire

Los vendedores manejan la economía. ¿A qué se refiere Grant Cardone con esto?

Si no se vende un producto, ni circula entre la gente, las fábricas se detendrían, ¡no habría producción, ni ventas!

Es muy sencillo, si el vendedor no ofrece el producto o servicio, el cliente no compra y si no compra, las empresas no generan ingresos, y sin ingresos no pueden crear el producto, es así como se crea un ciclo en el que afectaría a toda la economía.

Y aun así con todo este impacto, existe mucha gente que no toma las ventas como algo que importe.

Uno de los errores más grande de nuestra cultura, es que las ventas no son valoradas. En las escuelas no te enseñan nada de esto, entonces muchas personas piensan que no es una carrera verdadera.



En las escuelas enseñan habilidades básicas para la vida y el mundo laboral, pero no cómo formar a una gran persona. Una escuela no garantiza el éxito de una persona, ésta siempre dependerá de la voluntad y compromiso que le pongamos a cada cosa que hagamos.

Conozco a muchas personas exitosas que no atribuyen su éxito a la escuela o incluso que nunca fueron a una. Y esto no quiere decir que ir sea una pérdida de tiempo, lo que significa es que te encuentras con un sistema escolarizado que produce profesionistas para recordar lo que leyeron pero no para aplicar lo que aprendieron.

Es un hecho que para que una persona tenga una gran vida, debe conocer y aplicar las habilidades de un buen vendedor

Profesional o amateur

¿Eres un vendedor profesional o amateur?

Muchas personas no tienen idea del éxito que tendrían si supieran vender. Ningún sueño se puede hacer realidad si no sabes vendérselo a otras personas.

Profesional: Persona que se dedica a alguna actividad en específico y se compromete al 100%, no como pasatiempo sino para recibir un pago.

Amateur: Persona que realiza una actividad como pasatiempo no como profesión. Carece de habilidades o experiencias y no están comprometidos.

Muchos dicen llamarse vendedores profesionales, pero la realidad es que muy pocos merecen este nombre.

La diferencia entre la mediocridad y la grandeza recae en el compromiso que le pongamos a las cosas y el deseo de estar siempre aprendiendo.

Los vendedores profesionales son personas entusiastas, con ganas de aprender, toman cursos, leen varios libros con relación a su carrera, se informan constantemente y cuando tienen una dificultad ven el lado positivo y buscan la forma de solucionarlo

¿Eres un vendedor profesional o amateur?

<p>Amateur: Persona que realiza una actividad como pasatiempo no como profesión. Carece de habilidades o experiencias y no están comprometidos.</p>		<p>Profesional: Persona que se dedica a alguna actividad en específico y se compromete al 100%, no como pasatiempo sino para recibir un pago.</p>
--	---	--

www.gomezespejel.com

Para los vendedores amateur las ventas son un pasatiempo, tal vez si son entusiastas pero carecen de experiencia y herramientas, no toleran el rechazo y ven todo desde un prisma negativo

Aunque el entusiasmo es bueno, esto no reemplaza al conocimiento

Los grandes

¿Entonces, cómo puedes llegar a ser un verdadero maestro de las ventas?

Compromiso, dice Grant Cardone, entregándote completamente a lo que haces.

Si te dedicas a ventas y entregas completamente tu energía y tus recursos serás realmente bueno en lo que haces. Pon el 100% en todo lo que hagas y si no, mejor no lo hagas.

Por ejemplo, quieres ser el mejor jugador de fútbol o la mejor bailarina de ballet, para eso tienes que poner 100 % de ti y entrenar todos los días, comer sano y estar totalmente comprometido, si ese es tu objetivo pon todo de ti y entrégate.

Pero ten cuidado, hay mucha gente que no estará de acuerdo o feliz por tus éxitos.

Nunca seas una de esas personas que envidia los éxitos de otros porque ellos están destinados a ser mediocres y miserables.

Muchas veces, algunas personas cuando abandonan sus intereses, estos dejan de agradarse y entonces comienzan a espiar la vida de los demás y creen que es mejor que la suya. Si es así, es por que ellos se comprometieron más.

Así que, comprométete con tu carrera, comprométete con tu vida, comprométete para aprender a vender.

La falta de compromiso no trae buenos resultados. Tu éxito está directamente relacionado con el grado de compromiso que te pongas y cumplas.

compromiso = resultados= felicidad.

Cuando decidas convertirte en profesional y comprometerte con tus objetivos tienes que adquirir una habilidad muy importante.

Predecir.

En ventas es importante saber “ que pasar después” es decir capaz de anticipar objeciones y ocuparte de ellas antes de que ocurran.

COMO PREPARARSE PARA "EL QUE PASA DESPUÉS"

- COMIENZA ESTUDIAR TODO LO RELACIONADO CON VENTAS.
- TOMA NOTAS DE TODOS TUS ENCUENTROS CON POSIBLES CLIENTES.
- GRÁBATE EN AUDIO Y VIDEO (ESTUDIA TUS GESTOS Y LO QUE DICES).
- ANOTA TODAS LAS OBJECIONES QUE PRESENTEN LOS CLIENTES.
- ESTUDIA TUS NOTAS.

www.gomez espejel.com

¿Y cómo puedes lograr esto?:

- Comienza estudiar todo lo relacionado con ventas.
- Tomar notas de todos tus encuentros con posibles clientes.
- Grábate en audio y video (estudia tus gestos y lo que dices).
- Anota todas las objeciones que presenten los clientes.
- Estudia tus notas.

La predicción es el gran secreto de los profesionales y que muy pocos lo saben. Debes observar todo lo que ocurre a tu alrededor de manera acertada y sin emociones de por medio.

Tienes que poner toda tu atención cuando platique con clientes, déjalos hablar y escúchalos.

Es una situación ganar-ganar tus clientes se sentirán tomados en cuenta y comprendidos y tu podrás saber qué es lo que quiere el cliente y atacar sus puntos de dolor de forma inteligente.

Conocimiento es sinónimo de poder, también significa recibir menos rechazos, recibir menos rechazos es sinónimo de más ingresos y una mejor calidad de vida.

La mayoría de los vendedores son amateurs, algunos son profesionales pero muy pocos son verdaderos maestros.

Todo se debe al nivel de compromiso y dedicación que le pongas, los GRANDES saben predecir, lo cual se debe al compromiso, observación y su capacidad para encontrar soluciones.

Es por eso que un verdadero maestro de las ventas debe estar siempre atento, observar, escuchar y obtener una visión estratégica del proceso de ventas.

La venta más importante . Saber venderte

En el mundo de los negocios saber venderse es fundamental. Es imposible vender bien un producto o servicio sin saber venderse a uno mismo.

Tienes que tener la convicción de que tu producto o servicio es el mejor, tener la firme creencia al punto de convencerlos que tu tienes la razón, si lo haces así, siempre habrá alguien dispuesto a comprar tu producto.

Si de verdad quieres que algo ocurra debes ser irracional, es decir venderte a ti mismo tus propios productos, y es esa convicción lo que hará que logres vendérselo a otros clientes.

No intentes venderle a alguien más algo que no te has vendido a ti mismo. Si no estás convencido de tus productos y tienes alguna crítica o crees que no será del agrado de tus clientes, considérate listo para el fracaso.

¿Por qué alguien debería comprarte lo que ofreces? ¿Por qué la gente elegiría tu producto en lugar de la competencia? ¿Porque comprar lo tuyo y no con la competencia que ofrece el producto más barato?

Predica con el ejemplo

Al poseer el producto que ofreces demuestras certeza a los demás, los actos son más convincentes que las palabras. no se trata de comprar todos los productos que ofreces si no de deseárselos.

Debes estar convencido que lo que ofreces lo usarías y se los venderías a tus seres queridos, sino, solo eres un mercenario que vende lo que sea por obtener dinero.

Tu convicción personal y credibilidad te llevarán a nuevas alturas. Compra el producto para ti y te volverás un vendedor extraordinario, capaz de responder a posibles objeciones como ningún otro.

La venta más importante.

En el mundo de los negocios saber venderse es fundamental. Es imposible vender bien un producto o servicio sin saber venderse a uno mismo.

Existen muchos vendedores que conocen pequeñas cosas acerca del trabajo que hacen pero no la compañía que representan. Debido a su falta de convicción no son eficaces.

Debes de estar totalmente convencido de que tu producto es infinitamente mejor que los demás, van a existir productos o servicios similares al tuyo pero tu siempre tienes q venderlo como algo más, seguro de lo que vendes es mejor que cualquier otra opción en el mercado.

Debes volverte un fanático de tu producto esto no quieres decir que te vuelvas arrogante, sino que te vendas a ti mismo a través del producto que ofreces.

Tienes que tener la convicción de que tu producto o servicio es el mejor, tener la firme creencia al punto de convencerlos que tu tienes la razón, si lo haces así, siempre habrá alguien dispuesto a comprarlas.

Pregúntate lo siguiente y si no puedes responderte es por que aun no estas convencido de lo que ofreces:

- ¿Por qué alguien debería comprar el producto que ofrezco?
- ¿Porque debe comprarlo ahora y no después?
- ¿Por qué deben pagar más por lo que les ofrezco en lugar de buscar una opción más barata?
- ¿Por qué preferir esta compañía en lugar de la otra?

Vende aquello en lo que crees, conoce tu producto y así serás capaz de responder a posibles objeciones como ningún otro.

Nunca confiaría en un vendedor que no esté dispuesto a comprar y usar el producto que ofrece. Tu convicción personal y tu credibilidad te llevarán a nuevas alturas. Compra el producto para ti y te volverás un vendedor extraordinario, capaz de responder a posibles objeciones como ningún otro. Convéncete del valor de tus productos o servicios y tus clientes se transformarán en clientes leales.

El mito del precio

Muchos vendedores a veces piensan que sus posibles prospectos terminan no comprando sus productos por cuestiones del precio, pero en realidad es lo que menos les importa.

Cerrar un trato no tiene nada que ver con el dinero. Tiene que ver con la confianza y valor que adquiera el cliente con tu producto o servicio.

Tener éxito viene de la mano de contar con un vendedor profesional que se tome el tiempo para vender cualidades y beneficios, no solo descuentos.

Se trata de amor, no de costo, el precio no es problema para el cliente. Se trata de amor y confianza. Si amas el producto estarás dispuesto a pagar lo que sea para adquirirlo. Debes de ser capaz de hacer que el cliente necesite lo que ofreces, resolver sus problemas y conseguirás la venta.

Si la gente no te compra, te aseguro que casi nunca se trata del dinero ni de salirse de presupuesto. A ti te faltó decir o hacer algo que los convenciera,. Si todo recayera en el costo de un producto ¿Por que hay gente haciendo filas en los Starbucks comprando cafés muy caros cuando los podría hacer mucho mas barato, mas ricos en sus casas?

El dinero de tus compradores

La segunda compra es más sencilla que la primera

Ponte a pensar las veces que has salido a comprar buscando un producto en específico y al final terminas comprando ocho más, este fenómeno es común en todos los compradores. “Una vez que la billetera se abre, el comprador está dispuesto a gastar más dinero”

¿Por qué alguien recomendaría un restaurante? para ayudar al restaurante quizás. Pero la mayoría de las veces se hace como medida para asegurar que la decisión de ir a ese lugar fue correcta.

Mientras más gastan, mejor se sienten.

Tu cliente quiere gastar más, no menos. Aunque no lo creas, a la gente le encanta gastar su dinero mientras más disfruten hacerlo más seguros se sentirán de sus decisiones.

A la gente le encanta llegar a su casa con un montón de cosas, no solo una. Quieren presumir con sus amigos y vecinos todo el dinero que gastaron y lo caras que son sus adquisiciones. **A la gente le gusta presumir.** Si no nadie querría comprar autos deportivos ni ropa de diseñador.

Esta es una sociedad consumista y en ella los compradores son ganadores

Las personas que te dicen que no seas ambicioso y te conformes con cerrar el primer trato está en un error, es un pensamiento mediocre.

Estás en el negocio de las personas

Si bien es importante conocer a detalles toda información sobre los productos o servicios que vendes, es vital que como vendedor sepas más sobre la gente que te va a comprar tu solución.

Existen vendedores que conocen a detalle lo que ofrecen pero no logran cerrar ningún trato.

Tu negocio es el de las personas, y en segundo lugar las mercancías. Tienes que saber los elementos básicos de producción pero primero debes entender cómo funciona la gente y como mostrarles los beneficios de lo que ofreces.

Aprende a pensar como piensan los clientes. Considera que te dedicas a ayudar a la gente para que tome la decisión adecuada no a vender.

Grant Cardone dice que debes hacerte las siguientes preguntas antes de ofrecer tu solución:

1. ¿Qué le importa a los compradores?
2. ¿Qué necesitan?
3. ¿Cuál es el escenario ideal?
4. ¿Qué desean con su compra?
5. ¿Que los hará sentirse realmente bien?
6. Si pudieran conseguir lo que desean ¿que sería?

Si cuando estas frente a un cliente no te interesas en él y en sus preocupación, entonces pronto se dará cuenta de que lo único que te importa es tu comisión.

El 90% de los vendedores no se toman el tiempo de escuchar a sus clientes o averiguar qué necesitan. **¡Necesitas interesarte y comunicarte bien!**

No solo hablar, la verdadera comunicación requiere identificar qué necesita el cliente para dárselo.

Comunicación=ventas

Si no te comunicas con tu cliente, no tienes oportunidad de cerrar un trato.



Comunicación es : “ intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas.”

Hablar solo de tu producto no es comunicarte, conseguir información significa que debes hacer muchas preguntas

1. ¿Qué buscas en un producto para estar satisfecho?
2. ¿En una escala de 1-10, cómo calificas el producto que ya tienes?
3. ¿El producto lo necesitan a corto o largo plazo?
4. ¿La persona toma la decisión?
5. ¿Cómo influye esta persona en la toma de decisión?
6. ¿Presupuesto actual?
7. ¿Qué expectativa tiene de mi producto?

No uses tecnicismos

Tanto vocabulario técnico confunde. Tal vez se escuche bonito e impresione pero si el cliente no te entiende no va a comprar.

Nota: regla de oro para los ejecutivos.

Me quería inscribir a un gym que estaba cerca de mi casa, convencí a una amiga de ir juntas ese mismo día. Nos cambiamos y quedamos de vernos en el gimnasio. Al llegar nos pidieron la credencial a lo cual respondimos que no la llevamos con nosotras en ese momento, y nos dijeron que no podíamos entrar al gym.

Le respondí que sí podíamos entregarlo al día siguiente, pero que nosotros si queríamos entrar al gimnasio incluso no íbamos a tomar el día muestra y pagaríamos la mensualidad en ese momento.

Nos respondieron que no, que por políticas del gimnasio no se podía, me sentí frustrada porque **éramos clientes listos y dispuestos a pagar en ese momento**. Salí de ahí frustrada pensando qué forma tan mas tonta de perder un cliente.

Si bien los procesos son importantes, se convierten en un obstáculo cuando se vuelven más prioritarios que los clientes.

La gente escribe cheques y te da dinero, las políticas no.

Tomar en cuenta a tu cliente es mucho más importante que tus mercancías o procesos, preocúpate que la gente consiga lo que busca. Mantente interesado antes, durante y después de realizar la venta.

La magia de los acuerdos

Siempre ponte de acuerdo con tus clientes

Esta es la regla más importante y la menos comprendida. Si quieres conseguir un acuerdo debes ser agradable con tus clientes. no debe confundirse con el viejo dicho "el cliente tiene la razón" puesto que esto no es verdad. El punto es, tenga o no la razón, acuerda con el.

Cuando alguien está en desacuerdo con una persona y de acuerdo con otra, se acerca a la segunda y deja a la primera.

Si por ejemplo, tu cliente quiere pensar un poco sobre tu producto y lo contradices fortaleces su necesidad de pensar, pero si eres empático con él le caerás bien y se acercará a ti,

Tenga o no tenga razón, debes hacer que el cliente sienta que la tiene. escucha sus opiniones y ponte en sus zapatos. No existe una forma más sencilla de terminar una discusión que concordar con la otra parte. Acordar con los clientes significa tener el control de la venta. **Cientes felices toman decisiones más rápidas.**

Establecer verdades

Es común escuchar noticias de vendedores estafadores y con poca ética, esto ha hecho que los clientes sospechen de todo.

Si el cliente no confía en ti o en lo que ofreces se dedicara a cuestionar y oponerse a la información que le des.

Los clientes no obstaculizan las ventas, lo hacen los vendedores. Ocurra o no la venta, esta depende del vendedor no del cliente.

La gran mayoría de los vendedores echan la culpa a los clientes cuando una venta se cae. “no sabe lo que quiere, quiere mas de lo que puede pagar, solo me hizo perder el tiempo”. Este tipo de conducta es reflejo de falta de responsabilidad y esto genera menos ventas.

El vendedor debe asumir su responsabilidad, la del cliente y de todo lo que ocurra entre ambos.

Credibilidad= más ventas.

La falta de confianza te costará ventas y reducirá oportunidades para cerrar un trato. La credibilidad es uno de los bienes mas preciados como vendedor. Cuando algo pone en entredicho tu palabra, es muy difícil que el cliente confíe en ti y haga negocios contigo.

Para evitar esto puedes mostrar un folleto o data que **respalde lo que dices**. Esto hace que el comprador se de cuenta de que eres digno de su confianza y sabes de lo que hablas.

Siempre pon por escrito tus presentaciones, ofertas y precios para que el cliente lo pueda ver. Los clientes no creen en las palabras que dices sino en tus palabras cuando las puedan ver.

Es increíble la importancia que le dan las personas a la palabra escrita. Todos los días la gente lee en alguna parte algo y lo cree sin detenerse a investigar si es cierto, simplemente asumen que sí es.

La dificultad de las ventas

Si no crees de corazón que el producto o servicio que ofreces es capaz de darle a tu cliente más felicidad, beneficio o seguridad, entonces nunca serás un gran vendedor”

La fórmula para lograr una venta difícil

Sólo hay un par de cosas que te pueden llevar al punto de ser un verdadero profesional de una venta difícil

- Debes creer que lo que ofreces es bueno para tus clientes
- Debes estar entrenado para objeciones.

Para cerrar un trato debes saber que decir y sonar natural. Esto significa que debes tener respuestas preparadas con anticipación para responder objeciones, mientras más practiques tus respuestas más natural sonarás.

Acción masiva.

Cuando se trata de conseguir grandes resultados y ser exitoso, se deben tomar acciones masivas. No hay otro camino

Acción masiva=más problemas

Existen cientos de vendedores que hacen un par de llamadas, mandan un par de correos y luego se van a tomar un cafecito y platicar con sus compañeros. Esto es un error. La mayoría de la gente no consigue lo que quiere por que no hace lo suficiente para obtenerlo

Si quieres conseguir citas, toma acciones masivas de manera que tu preocupación ya no sea tener citas, sino obtener el tiempo suficiente para llegar a cada una de ellas.

Las bases de poder

Los vendedores hacen llamadas a desconocidos todo los días, pero se olvidan de un ámbito importante. Conocidos.

Todos poseemos una base de personas en la que podemos ejercer cierto poder, familia y amigos. Lo primero que tienes que hacer es crear una lista de tus conocidos. Puedes incluir amigos, familiares, colegas de trabajo, ex empleados, clientes actuales y del pasado. Puedes contactar a las personas de tu lista por teléfono, en persona, correo electrónico.

El proceso perfecto de las ventas.

Grant Cardone dice que un proceso de ventas debe ser rápido y sencillo para el comprador y el vendedor. Consiste en averiguar lo siguiente de un comprador:

- ¿Quién es?
- ¿Qué quiere?
- ¿Por qué lo quiere?
- ¿Que debo hacer para satisfacer tus deseos y necesidades?
- ¿Como debo mostrarte mi producto o servicios de manera que tengas sentido para ti?

5 pasos por los que debe atravesar un proceso de ventas.

Grant Cardone menciona 5 pasos por los que debe atravesar tu proceso de ventas

- **Saludo:** Preséntate, causa buena impresión y ponte a disposición del cliente. No toques temas sobre tu producto a menos que te pregunten.
- **Determinación de deseos y necesidades:** investiga qué es lo que quiere el cliente y cómo presentarlo. Subraya el valor de tu producto y cómo lo ayudará.
- **Elección del producto, presentación y descripción de su valor:** A partir de lo que investigaste ofrece al cliente la solución que pueda ayudarlo a resolver sus puntos de dolor.
- **Hacer oferta:**
- **Conclusión de la transición o salida del cliente:**



El éxito en ventas

Para ser exitoso en cualquier área es convertir el éxito en asunto ético. Una de las principales razones por las cuales las personas no tienen éxito es por su falta de compromiso. Se lo dejan a la economía, tiempo, y a otras circunstancias sobre las que no tienen control. Mucha gente se queja de que quieren una vida exitosa, libertad financiera, negocios solventes, pero no van tras sus sueños con una actitud triunfadora.

Hazte estas cuatro preguntas

- ¿Cumples con tu potencial?
- ¿Te aproximas al éxito como un deber y una obligación?
- ¿Tener más éxito sería dañino para ti?
- ¿Tu familia marcha bajo el mismo plan para tener éxito?

Si tu respuesta fue no, es muy poco probable que seas exitoso. Tu problema aquí no son las ventas, tu problema es que no estás comprometido con el éxito como un deber y una obligación. Si el éxito no se vuelve un asunto ético para ti (una obsesión o un deber) entonces no harás lo que hace falta para conseguirlo.

No hay ninguna buena excusa que justifique no conseguir lo que quieres o necesitas. No siempre conseguirás cerrar la venta, pero no falles y luego te pases toda la tarde inventando excusas sobre como eso no era importante para ti. Se honesto contigo mismo cada vez que vendas o falles. Pregúntate por qué no lo lograste, que podrías hacer diferente, cómo podrías mejorar tu presentación, solo así podrás mejorar.



Jesús Gómez Espejel

• www.gomezespejel.com
• jesus.gomez@estrategica.mx
• 52(33) 3359 6876
• Guadalajara, Jalisco, México

