

Versión PDF gratuita
Argumentario Resumido de Venta Directa

Si quieres usarlo como plantilla para adaptarlo a tus necesidades,
bájate la versión Word que encontrarás en nuestra web

www.plantillasmil.com

Venta directa

Argumentario

INTRODUCCIÓN

Hablar poco y escuchar mucho:

Para llegar a un acuerdo con cualquiera de nuestros clientes, es decir vender, tan solo necesitamos:

- Hacerle algunas **preguntas** y **escuchar** sus respuestas.
- Hacerle **único protagonista** de la entrevista.
- **Ayudarle** a tomar la mejor decisión.

Tratar con interés a todos los clientes: Seguir el mismo proceso con todos

No nos aporta nada pensar que existen clientes de primera y otros de segunda salvo muy a menudo que nos predisponemos negativamente y perdemos oportunidades.

El interés de hecho lo debemos aportar nosotros: Debemos exigirnos ser excelentes, entender (preguntando y escuchando) cada cliente y **dar servicio** a todos y cada unos de ellos con calidad. Debemos encontrar sus motivaciones y ayudarle a tomar una decisión.

Debemos **entender** y **aceptar** que cada persona se expresa de forma diferente para, de hecho, preguntarnos lo mismo: **¿Por qué tengo que comprar?**

Si somos **pacientes** y le **escuchamos** entonces no nos importarán ni nos afectarán sus afirmaciones (aunque sean al inicio de la entrevista):

Sólo quería un poco de información o,
Sólo he venido a por el regalo o,
Tengo prisa y el coche mal aparcado o,
No tengo ni un minuto libre, etc.,

Preguntas, Excusas, Objeciones, etc. deben servirnos para:
Entenderle y ayudarle **NO** animarnos o desilusionarnos.

EL PAPEL DE LA RECEPCIONISTA

Es la primera persona que contacta con nuestro cliente, es la primera mirada, la primera sonrisa y las primeras palabras.

- Debe conocer perfectamente su papel de "repcionista comercial",
- Debe **transmitir entusiasmo**, simpatía, organización y celeridad,
- Debe **conocer y aplicar perfectamente el argumentario**,
- El cliente debe sentir desde el primer instante que nuestra empresa es diferente.

LA RECEPCIÓN Y LA IMAGEN DEL CENTRO SON EL 50% DE LA VENTA.

EL PAPEL DEL VENDEDOR

Hablar poco, enseñar lo que hacemos, averiguar y escuchar.
Interesarse, comprender y vender beneficios.

CUADRO RESUMEN DEL PROCESO DE VENTAS

EN RECEPCIÓN:

1. ACOGIDA. Responsable RECEPCIONISTA
2. PRIMER CONTACTO. Vendedor.

PASEO POR EL LOCAL:

3. Presentación del COACHCENTER. Vendedor

EN EL DESPACHO:

4. AVERIGUACIÓN & PREAMFIRMACIÓN
5. BENEFICIOS & SERVICIOS
6. CONFIRMACIÓN
7. PRECIOS & FORMAS DE PAGO
7. OBJECIONES
8. CIERRE

1- EN RECEPCIÓN:

ACOGIDA: LA RECEPCIONISTA

ACTITUD

Sonriente y extremadamente amable.

SOPORTES

Folleto genérico. Agenda central abierta (que la R pueda consultar en 2 segundos).

OBJETIVO

Atender enseguida (máximo 5s.) al cliente y que se sienta cómodo: Debe notar desde el primer instante que somos diferentes.

ARGUMENTOS PRIMERA ENTREVISTA:

RCP: “Bienvenido/a, ¿en qué puedo ayudarle?” **Inmediatamente con una sonrisa.**

Quiero información sobre sus servicios – Venía a buscar un regalo – Venía a...

RCP, sonriendo amablemente: “¿Tiene una cita concertada?” **SÍ - NO**

SI Tiene cita concertada:

RCP, sonriendo amablemente: “¿Su nombre, por favor?”. **M. Pérez**

RCP, sonriendo amablemente: “Sra. Pérez, le estábamos esperando, si quiere sentarse por favor, ahora mismo le atenderemos”

RCP Coge el teléfono y en voz alta: (Habla con el/la Vendedora correspondiente)

“Ana, la señora M. Pérez, ha llegado ¿Le tienes preparado sus regalos?, Gracias.”

Se dirige de nuevo al cliente:

RCP, sonriendo amablemente: “Sra. Pérez, Ana, la directora del CoachCenter, le atenderá inmediatamente, Gracias. (Si no podemos atenderla inmediatamente, advertirle que será en X minutos, nunca más de 10, nunca decir 5 minutos si no es cierto).

NO Tiene cita concertada:

RCP, sonriendo amablemente: “¿Su nombre, por favor?”. **MARIA PEREZ**

“Sra. Pérez, si quiere sentarse por favor ahora mismo le atenderemos”

RCP Coge el teléfono y en voz alta: (Habla con el/la Vendedora correspondiente) Coge el teléfono y en voz alta: “Ana, está aquí la señora María Pérez y desea información, Gracias”

RCP, sonriendo amablemente, se dirige de nuevo a la Sra.

“Sra. Pérez, Ana, la directora del CoachCenter, le atenderá en 5 minutos, Gracias.

PRIMER CONTACTO: VENDEDORA

ACTITUD

Tranquila y segura y muy sonriente.

OBJETIVO

Crear un clima que permita lograr la confianza poco a poco del cliente.

LUGAR

Recepción.

ARGUMENTOS:

SI Tiene cita concertada:

VENDEDORA, sonriendo amablemente:

Bienvenida, Sra. Pérez, soy Ana Padrón. Le da la mano Encantada de atenderle.

Muchas gracias por haber venido a conocernos. Le tengo preparado su regalo, si es tan amable de acompañarme le mostraré el CoachCenter. ..

NO Tiene cita concertada:

VENDEDORA, sonriendo amablemente:

Bienvenida, Sra. Pérez, soy Ana. Le da la mano Encantada de atenderle. Muchas gracias por haber venido a conocernos Si es tan amable de acompañarme por favor, le enseño el CoachCenter y además aprovecho para darle un pequeño obsequio de bienvenida.

2- PASEO POR EL CENTRO:

VISITA - PRESENTACIÓN DEL CENTRO:

ACTITUD: Relajada, amistosa, sonriente.

OBJETIVO:

Que quede impresionada por el CoachCenter, que vea dónde hacemos cada cosa, vender el CoachCenter.

LUGAR: Todo el CoachCenter.

La visita del Centro:

Esta parte es fundamental, es en esta parte que EL CLIENTE debe NOTAR NUESTRA CALIDAD, aquí nos jugamos el 50% de la venta

Caminamos lentamente, en el pasillo:

“¿Conocía los CoachCenters?” ...“Es una nueva forma de cuidarse, queremos que nuestros socios se diviertan, que sean felices, hoy en día casi no tenemos tiempo para nosotras mismas, el objetivo es que se lo pasen bien y así todo es mas fácil” ...

Tenemos que llevarla por todo el CoachCenter (SIN MOLESTAR A LOS SOCIOS) y explicarle BREVEMENTE qué hacemos en cada lugar, DEBEMOS DEJAR QUE OBSERVE y pregunte:

PROCURAMOS FIJAR LA ATENCIÓN EN LOS DETALLES QUE PUEDAN SER INTERESANTES PARA CUALQUIER CLIENTE.

ENTREGA DEL REGALO y pasar al despacho:

ACTITUD: Relajada, amistosa, sonriente y feliz: VAMOS A DARLE UN REGALO.

OBJETIVO:

Obtener la confianza del cliente para dar el siguiente paso.

LUGAR: Club o Área Coaching.

Entrega del regalo:

En el Club (donde tenemos ubicados los regalos):

**Aquí están los regalos, puede escoger entrey ...
¿Qué es lo que más le gustaría?**

Pasar al despacho:

Cita concertada de emisión:

Con una sonrisa amable y con decisión: **“Si me lo permite, en tres minutos le doy la información sobre nuestros servicios y así, cuando lo necesite, ya sabe donde estamos”... Venga, por favor. La sentamos en el despacho.**

Visita o cita de recepción:

“Venga por favor, le informaré sobre los servicios”

3- EN EL DESPACHO: Presentación

PASO 1: AVERIGUACIÓN

ACTITUD

PREGUNTAR, ESCUCHAR CON INTERÉS. HABLAR POQUÍSIMO.

OBJETIVO

1/ SABER QUÉ ES LO QUE LE PUEDE INTERESAR y cuáles son sus ambiciones.

2/ PREVER/ANTICIPARSE A LAS OBJECIONES.

LUGAR

En el despacho, en la mesa redonda, sentado al lado del cliente, cómodamente y desenfadadamente.

PREGUNTAS AVERIGUACIÓN:

1- INTRODUCCIÓN

¿Qué te ha parecido nuestro CoachCenter? ¿Qué es lo que más te ha gustado o lo que menos? ¿Qué es lo que más te ha llamado la atención?

Escuchar y contestar brevemente sus observaciones.

La verdad es que estamos muy contentos con los resultados, tenemos un montón de socios contentos, eso es lo que nos compensa...

Me alegra que estemos de acuerdo.

2- AVERIGUACIÓN INTERESES

Hoy lo difícil es la falta de tiempo ¿no crees? ¿Tú trabajas o tienes la suerte de dedicarte a tus hijos? ¿Trabajas cerca?

Preguntar y averiguar: Lista de preguntas.

3- AVERIGUACIÓN TIEMPO DISPONIBLE

¿Qué horarios haces?... o sea que, en principio, dispones de... (indicar las horas que tiene libres)...

PASO 2: PREAMFIRMACIÓN

ACTITUD: SEGURIDAD ABSOLUTA.

OBJETIVO

Captar la atención y transmitir que hemos escuchado, entendido y que tenemos la solución..

UNA FRASE CONCRETA Y DIRECTA (cierta):

SINCERAMENTE: ¡CREO QUE AQUÍ TENEMOS LO QUE NECESITAS!

PASO 3: BENEFICIOS & SERVICIOS

ACTITUD: SEGURIDAD ABSOLUTA, CLARIDAD Y BREVEDAD EN LA EXPOSICIÓN.

SOPORTES: HOJA NIVELES.

OBJETIVO: VENDER BENEFICIOS

PROPUESTA Y BENEFICIOS:

Te propongo (Explicar brevemente LO QUE LE PROPONEMOS)

Son SESIONES SEMANALES... pero también se puede hacer a medida (según las horas que tenga disponibles).

Cerrar con los beneficios:

“Aquí TENDRÁS LOS RESULTADOS QUE BUSCAS..., la razón es simple: Es un Programa individual, basado en la práctica constante, no hay sesiones ni clases masivas, no hay pérdida de sesiones, cada uno trabaja a su ritmo con un coach personal, y además se divierte, ¡Es la mejor forma!

PASO 4: CONFIRMACIÓN

ACTITUD

Entusiasmo y seguridad.

OBJETIVO

Averiguar si le ha quedado todo claro.

Buscar y resolver las posibles objeciones o cosas que no hayan quedado claras y puedan convertirse en objeciones, antes de darle más información (explicación de los precios y formas de pago).

ARGUMENTOS:

¿Qué te parece?

¿Te parece interesante para ti?

Acabar con:

Ya me hubiese gustado a mí que hubiese CoachCenters en mi época, con lo aburrido que era ir al gimnasio.

PASO 5: PRECIOS & FORMAS DE PAGO

ACTITUD: SEGURIDAD ABSOLUTA.

SOPORTES: Lista de precios.

OBJETIVO: Dar precios y que sepa que hay otras opciones (a parte de la que le hemos propuesto).

ARGUMENTOS:

Vamos a ver los servicios y los precios. **Revisamos la lista de precios, de nuevo repasamos todas las posibilidades.**

LOS SERVICIOS A MEDIDA CUESTAN ENTRE... Y ... AL MES (**COMENZAR POR LOS MÁS CAROS**), PERO LOS NORMALES, con CREDISERVICIO, TE SALEN SÓLO POR AL MES

¿Qué te parece?

CARO

Tienes razón no somos los más baratos, pero ¿no te parece que la calidad que ofrecemos justifica un precio algo mayor?: 1/Sesiones casi particulares. 2/ Entrenador personal. 3/Ritmo personal de trabajo sin pérdida de sesiones.

¿No crees que te iría muy bien?

SUPERAR LAS OBJECIONES

PRECIO CARO:

Te propongo lo siguiente: pruébalo, si después de 15 días sigues pensando que el precio es caro, te devuelvo todo lo que hayas pagado.

¿Te parece bien?

SÍ: Hacer inscripción (**ver cierre con inscripción provisional**).

NO:

¿Por qué? ¿Hay algo que te ha parecido mal? Averiguar exactamente por qué no lo acepta, quizás no se fíe de nuestra palabra en este caso le mostramos el folleto "Cuídate" (donde lo tiene por escrito).

Contestar todas las otras posibles objeciones.

NO TIENE TIEMPO:

¿Si resolviésemos el tema del tiempo te inscribirías?

NO: ¿Por qué? Averiguar y aclarar la objeción real.

SÍ:

Entonces tenemos que encontrar una fórmula para adecuarnos a tus posibilidades... ¿te parece que hagamos un repaso a todas las posibilidades? Con muchísima amabilidad repasamos día a día sus disponibilidades (EL HORARIO LABORAL YA NOS LO DIJO EN LA AVERIGUACIÓN). SI CONSEGUIMOS SABER LAS DISPONIBILIDADES REALES SIEMPRE ENCONTRAREMOS UNA PROPUESTA VÁLIDA.

AHORA NO:

¿Y por qué no aprovechas ahora? Seguidamente, muy suave:

Corrígeme si me equivoco:

- Estamos de acuerdo en que tienes tiempo.
- Estamos de acuerdo en que venir te será muy beneficioso para (**indicar sus objetivos-motivaciones**)

... entonces... Te propongo lo siguiente: pruébalo, si después de 15 días sigues pensando que el precio es caro, te devuelvo todo lo que hayas pagado.

Seguir argumentario objeción precio.

ME LO PENSARÉ:

Perfecto ¿Si te parece te doy los folletos con la información, tu te lo piensas y quedamos otro día? Te propongo... Pasamos a cierre con inscripción provisional.

PASO 7: CIERRE con inscripción provisional

ACTITUD: SEGURIDAD ABSOLUTA, tranquilidad, amabilidad y sonreír.

SOPORTES: DOCUMENTO DE INSCRIPCIÓN.

OBJETIVO: CIERRE CON INSCRIPCIÓN PROVISIONAL.

ARGUMENTOS y procedimiento:

Te propongo lo siguiente: **HACEMOS LA RESERVA** y aseguramos no perder plaza, **TU TE LO PIENSAS** (o lo comentas en casa) **CON TOTAL TRANQUILIDAD Y CUANDO NOS VEAMOS EL PRÓXIMO DÍA ME DICES LO QUE HAS DECIDIDO.**

¿Te parece bien?

Ponemos un documento de inscripción encima de la mesa y lo cumplimentamos con total naturalidad, se lo damos para que lo firme y le aclaramos:

CON ESTO TIENES LA PLAZA ASEGURADA SIN NINGÚN TIPO DE COMPROMISO HASTA EL DÍA QUE VOLVAMOS A VERNOS...

CIERRE 1/2:

¿Qué día te va mejor **lunes o miércoles?**

¿**A esta hora o más tarde?** *Acordamos un día y una hora para que venga*

Quando el cliente se ha marchado...

- Completamos el PS y lo guardamos correctamente por fecha de próxima acción.
- Anotamos la cita en nuestra Agenda y en la Agenda Central.
- Actualizamos los datos en la aplicación.
- Guardamos la inscripción provisional para el cierre definitivo.

Si se inscribió:

- Seguimos el procedimiento habitual de inscripción (documentos de pago, archivo, BD, etc.).