



INEFC
Leida

El proceso comercial y sus técnicas

El arte de vender abonos

Vicente Javaloyes Sanchis



¿Qué es vender?



Proceso por el cual hay que satisfacer las necesidades del cliente a cambio de un beneficio para la empresa y el vendedor.



El comercial es un cazador

Debe estudiar y preparar minuciosamente todos los pasos a dar para “cazar” a su presa

Debe tener preparadas las herramientas necesarias



Los 10 pasos de la venta

1. Introducción

El juego del espejo: Según como yo actúe, el cliente hará de espejo (mi comportamiento, atención, trato...). Presentarnos **relajados**, con una **sonrisa**, el interesado debe percibir que estamos ahí para atenderle de una forma personalizada

Presentación

Presentarnos

Conocer su nombre y primer apellido

El nombre debemos utilizarlo al menos **3 veces** durante toda la conversación



Los 10 pasos de la venta

1. Introducción

Preguntas

¿Tutear?

¿Cómo nos has conocido?

¿Vives cerca?

¿La inscripción es para tí?

¿Qué te ha motivado a venir hoy?

Desde el principio debemos despertar o acrecentar el interés por la instalación (producto).
Aquí voy a estar guay!!



Los 10 pasos de la venta

2. Agenda

“Primero te voy a hacer unas preguntas para saber lo que estás buscando y como te podemos ayudar. Después haremos una visita rápida por la instalación y luego te explicaré los precios y condiciones”

“Luego formalizaremos la documentación y podrá jempazar/entrenar/hacer actividades/acceder al Complejo hoy mismo!”

“Todo esto no tardará más de 15 minutos”
¿Dispones de ese tiempo ahora?

Los 10 pasos de la venta

3. Análisis de necesidades

Es con creces la fase más importante del ciclo de ventas y el que suele dejar resueltas la gran mayoría de dudas del proceso de ventas (simil de una cebolla: ir quitando capas)

- Ayuda a aumentar el ratio de cierre
- Invertir tiempo preguntando al candidato para averiguar sus necesidades. Hacerlo mucho antes de que llegue el cierre
- Reducir el aburrimiento conociendo información personal con el candidato. Las personas son más interesantes que hacer simplemente el tour
- Reducir la hostilidad enfocando la entrevista en los interesados y sus necesidades
- Reducir objeciones haciendo una conversación de doble vía que revelará cuanto antes algunas objeciones (feedback)

Los 10 pasos de la venta

3. Análisis de necesidades

Intereses ↔ **Necesidades**

Pilates Cicloindoor Sala Fitness Piscina EP Tai-chi	Perder peso Reducir stress Autoestima Hacer amigos Dolores espalda
--	--

¿?

Los 10 pasos de la venta

3. Análisis de necesidades

Has estado antes en otro club? Por qué lo dejaste?
 Qué te gustaba/no?

Qué quieres conseguir cuando te apuntes aquí?

Cuándo fue la última vez que te encontraste bien/cómodo? Te gustaría sentirte así de nuevo?

Cuánto tiempo llevabas pensando venir? Por qué no antes?

Tienes el apoyo de tus familiares? Hay amigos tuyos que vienen al Complejo?

Los 10 pasos de la venta

3. Análisis de necesidades

Los 10 pasos de la venta

Las claves las tenemos en los dedos de una mano....

Los 10 pasos de la venta

4. El Tour

Es el momento para poner en acción los beneficios del tour (visita) y hacer que el candidato se sienta cómodo estando en nuestra instalación

- Intenta encontrar a gente con quién hablar y saludar mientras estás caminando por el club. Ayudará a quitar esa sensación fría, de clínica (no es la visita a un museo, mecanizado. No limitarse a enseñar lo que yo ya veo)
- Tienes que llegar a conocer el máximo de nombres de abonados de la instalación
- Caminar al lado, no delante
- Intenta cerrar su incorporación durante la visita: "Pruebas de cierre" (*)
- Enseñar lo que le interesa al candidato (adaptar SIEMPRE la visita a sus necesidades)

Sentimientos
Percepciones



Los 10 pasos de la venta

4. El Tour

-Pruebas de cierre. Realiza preguntas como por ejemplo:

- * "Cuándo pensabas empezar?"
- * "Cuántas veces a la semana vendrás?"
- * "Cuándo vendrás, por la mañana o por la tarde?"
- * "Vendrás sólo o con tu familia/amigos?"



Los 10 pasos de la venta

4. El Tour

-Utiliza otro tipo de cierre (estrategia) para que el candidato te conteste afirmativamente durante el tour. Por ejemplo:

- * **En el vestuario:** "Andrés, el acceso a la instalación se realiza mediante un código personal y el registro de tu mano, para guardar la ropa puedes tener reservada tu propia taquilla o usar cada día una"
- * **En las (AD) clases colectivas:** "María. Hablamos antes de cómo te gustaría hacer step para tonificar las piernas, tenemos una clase cada mañana ¿qué días vendrías?"
- * "Además, contamos con amplio programa de AD: "A todas horas" y de distinta intensidad. Verás como te divertirás mientras alcanzas tus objetivos"



Los 10 pasos de la venta

4. El Tour

- * **En la sala fitness:** "Paco, recuerdo que me comentaste que dejé de entrenar en el club X por las malas instalaciones y el estado de éstas, como verás ese no es un problema en este centro, hay muchas AD y contamos con el equipamiento puntero, le presento a Marti uno de nuestros monitores, es LCAFD, como hemos hablado te haremos un programa personalizado, así como sesiones de seguimiento gratis. Te gustaba utilizar las máquinas de pesas, pero no te enseñaron a utilizarlas correctamente. No te preocupe, te daré cita para un programa personalizado y podrá empezar enseguida"
- * **En la zona de cardio (sala fitness):** "Luisa, esta zona te será de gran utilidad para quitar esos kilos que me comentaste antes y además podrás estar viendo ese programa de TV que tanto te gusta mientras entrenas, buena manera de matar 2 pájaros de un tiro"



Los 10 pasos de la venta

4. El Tour

- * **En la zona acuática:** "Carmen, ya verás como esos problemas de circulación sanguínea mejoran en la piscina y con tu participación en las ADA. Además también contamos con AD de natación. Te presento a Verónica, socorrista y una de nuestras monitoras, ella te ayudará en todo lo necesario"
- * "En verano podrás disfrutar del sol en el **solarium** mientras te das un agradable baño en las **piscinas**"
- * **En el spa:** "Lucas, que mejor final para un día de ejercicio que relajarse en esta zona de spa donde puedes disfrutar de los beneficios de los diferentes espacios. O si lo prefiere darte un masaje en el **centro de salud**"
- * "Además, podrás saborear una comida baja en calorías en nuestro **restaurante**"



Los 10 pasos de la venta

5. Presentación de precios

-Siempre presentar el 100% de la matrícula para establecer valor

-Presentar primero el tipo de suscripción (abono) que nos interesa vender. No abrumar al cliente con demasiadas posibilidades (precios – promociones)

Todos los privilegios
Acceso ilimitado
Todos los días 7.30-23.00 h
"1 café al día"



Los 10 pasos de la venta

6. Cierre

Comprométete
Abono
3/6/12 meses

Alternativas

-Presunto cliente: "Nuestro abono VIP, es el más popular y el que más vendemos. Vamos a formalizar la documentación, te daremos tus regalos de bienvenida y ya puedes empezar a entrenar"

-Cierre alternativo: "Nuestros 2 tipos de abonos más populares son el VIP SALUT y el A + F, la mayoría de personas eligen el primero porque les sale más rentable y les asegura alcanzar sus objetivos. ¿Cuál prefieres?"

-Cierre de la última objeción: "Si pudiéramos resolver el problema que tienes con X, habría alguna otra cosa que te impidiera empezar hoy?"

Los 10 pasos de la venta

7. Objeciones

- Callarse y Escuchar
- Empatizar
- Aislar
- Resolver
- Cerrar



Los 10 pasos de la venta

7. Objeciones

Argumento o dificultad que se presenta en contra de una opinión o propuesta

Consecuencia lógica de la venta. Debe entenderse como una **ayuda** porque permite **descubrir las dudas** y las **motivaciones** del cliente, y adapta el resto de la conversación, encadenándola

Lo importante es **haberla previsto** y contestar para poder continuar la conversación en busca de nuestro objetivo



Los 10 pasos de la venta

7. Objeciones

Tipos

Auténticas: Cuando la oferta no se ajusta a las necesidades del cliente o la objeción que se menciona es real
Ej.: ¿Pero no tenéis piscina?

Falsas: Cuando el cliente no desea abonarse, prefiere aplazarla y busca pretexto para salir de la situación
Ej.: Bueno, pues lo consulto en casa y en breve os contesto

Objeciones ocultas: El cliente, sin querer reconocer sus dudas, busca una aclaración o algún punto que no ha entendido bien
Ej.: Pero el instructor de sala hace un seguimiento periódico de las rutinas?

Los 10 pasos de la venta

7. Objeciones

Producto/servicio: Horarios, número y tipos de AD ...

Instalaciones: Carencias, limpieza ...

Precio: \$\$\$\$\$\$ abono o matrícula

Personales: Desconfianza, falta de empatía entre el comprador y el vendedor



OBJECIÓN	RESPUESTA
No es el producto/servicio que necesito	- Lo siento, Juan. ¿Podría decirme por qué piensas que no es el producto/servicio que necesitas? - ¿Me podrías decir cuál es el tipo de producto/servicio que realmente necesitas? - ¿Podríamos contrastar sus argumentos con los míos y ver dónde coinciden y dónde se separan? ¿En calidad? ¿En precio? ¿En horarios?
Este producto / servicio no es para mí	- ¿Puedo ofrecerte algo más adaptado a tus necesidades? - ¿Esa diferencia que comentas no crees que puede ser beneficiosa para ti?
Su producto/servicio es demasiado caro	- María no podemos hablar si el precio es caro sin considerar el valor que el producto/servicio lleva aparejado. Estoy seguro que estarás de acuerdo con esto. Así que repasemos, ¿te parece conveniente que enumeremos las ventajas que conlleva mi precio? - Mi precio seguramente es más caro que el de la competencia, pero ello es debido a las ventajas que ofrece, instalaciones, número de AD, horarios más amplios, etc. Si consideras todas las ventajas el precio carece de importancia, ¿no crees?

Esta es una decisión que ahora no puedo tomar. Déjeme un tiempo para pensarlo	- Sin lugar a dudas pensáretelo dos veces es una sabia decisión, pero si me permites vamos a pensarlo juntos. ¿Me podrías decir que es lo que no te ha gustado de mi presentación? - ¿Existen otras personas que deban intervenir en la decisión o es exclusivamente tuya?
En estos momentos no tengo tiempo de atenderles. Vuelva o llame otro día	- Entiendo que una persona con sus responsabilidades disponga de poco tiempo, pero no me atrevería a hacérselo perder si no tuviese la seguridad de que nuestra oferta será interesante y beneficiosa para usted, ¿me permite 5 minutos de su valioso tiempo para explicársela? - ¿Le viene bien que le llame o venga en otro momento para explicarle los beneficios que le reportará que me atienda 5 minutos? - Comprendo que esté muy ocupado y más en los tiempos en los que estamos en el que el mismo es oro. Por ello, ¿podría dedicarme 5 minutos de su valioso tiempo para convertirlos en oro para usted y para mí?
No soy la persona que toma la decisión	- ¿Qué opinión le ha merecido nuestra propuesta? - ¿Cuándo podríamos mantener otra reunión con usted y con la persona que debe tomar la decisión, para presentarle nuevamente la propuesta con las modificaciones que usted nos ha propuesto? - ¿Necesita algún tipo de información adicional para presentar a su responsable?

Los 10 pasos de la venta

8. Referencias (prescriptor)

- "Esta demostrado que las personas que entrenan acompañadas suelen ser más constantes. Al apuntarte aquí hoy te regalamos 2 pases de invitados para 2 personas diferentes para que vengas a entrenar/hacer AD acompañado con la persona que quieres. A quién te gustaría invitar?"

(Acuérdate que pueden usar el móvil para encontrar los teléfonos. Tiene usted a disposición una invitación para ... de parte de...)

- "Rellena esto mientras termino de cumplimentar el resto de la documentación y te traigo los regalos/invitaciones"

Si dice que no, tacha esto, "por favor firma aquí para justificar ante mi jefe que no quieres los pases de invitado"

Los 10 pasos de la venta

9. Establecer vía de contacto si no firma

- "Piénsatelo. No dejes pasar esta oportunidad, ya que la promoción es válida durante este mes. Déjanos tu teléfono y si te parece bien te llamo en unos días"

- Te dejo mi tarjeta personal. Ya sabes que estoy a tu disposición para lo que estes necesario.

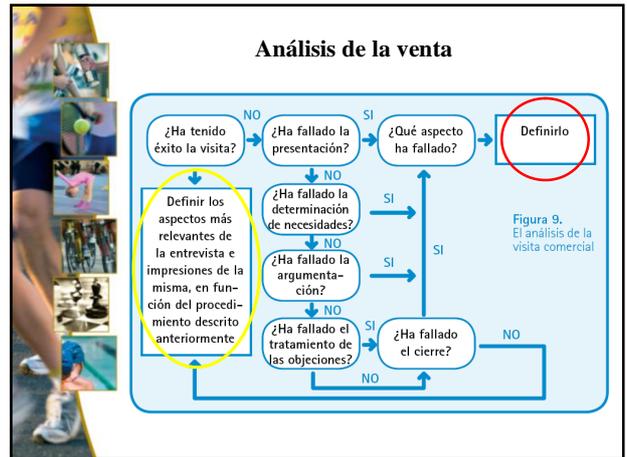
Es el momento adecuado para hablar de bonificaciones o promociones
Nadie debería irse sin abonarse

Los 10 pasos de la venta

10. Despedirse

Tanto si se ha realizado la venta o no:

- Agradecerle la atención y el tiempo que nos ha dedicado
- Finalizar la entrevista con una despedida breve y cortés



Ficha primera atención

El verdadero secreto del éxito es el entusiasmo

Walter Chrysler