

VERSIÓN DE 4 HORAS

Miércoles 12 de Octubre 2022

2



Argumentarios y Manejo de Objeciones

INSTITUTO COSVIC

Taller de Capacitación en Ventas



www.uventas.com
Universidad
de las **Ventas**

¡ Ayudándole a vender más, y a mercadearse usted como persona ! ®

Taller Presencial. Cuatro horas.
Miércoles 12 de Octubre de 2022.



¿Quiénes se nos han unido ya a nuestro Grupo de Facebook?



GERENTES DE VENTAS LATINOS

GRUPO VINCULADO CON LA UNIVERSIDAD DE LAS VENTAS



Gerentes de Ventas Latinos

<https://www.facebook.com/groups/gerentesdeventaslatinos>

¿Cómo les fue con las tareas?

1. Montar el Argumentario para vender a Cosvic.
2. Montar listado de Objeciones más frecuentes.

Su Instructor de hoy:

Olman Martínez

Director,
Universidad de las Ventas,
Mercadólogo.



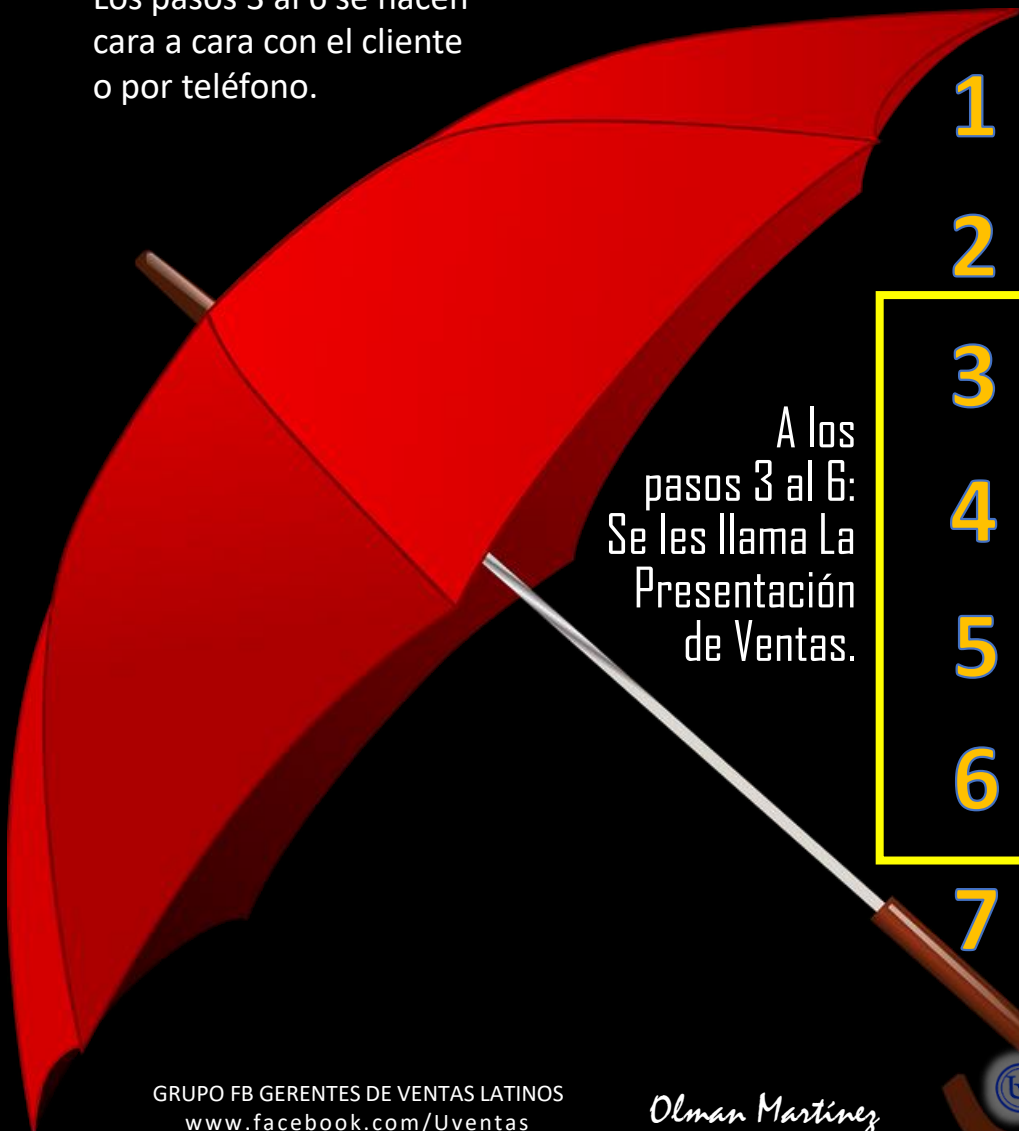
- Administrador de Negocios con énfasis en Mercadeo.
- Veinticinco años de experiencia como Consultor en Ventas.
- Trayectoria en casi todo el Continente Americano.
- Escritor de libros, tutoriales, instructivos y artículos de ventas.
- Experto en Gerencia de Ventas.
- Consultor de decenas de empresas en Costa Rica y Latinoamérica.
- **Pero, primero que todo, orgullosamente Vendedor.**



LOS PASOS DE LA VENTA



Los pasos 3 al 6 se hacen cara a cara con el cliente o por teléfono.



A los pasos 3 al 6: Se les llama La Presentación de Ventas.

- 1 CONSEGUIR CLIENTES
- 2 INVESTIGAR AL CLIENTE
- 3 HACER EL ABORDAJE
- 4 HACER LA PRESENTACIÓN
- 5 MANEJAR LAS OBJECIONES
- 6 LOGRAR EL CIERRE
- 7 DAR SEGUIMIENTO POST-VENTA

Aquí se da la PREPARACIÓN del Vendedor

Aquí se da la llamada telefónica

Aquí se da el SEGUIMIENTO post-venta

La preparación mínima del vendedor, antes de estar hablando con el cliente

QUEMAR NEURONAS



1. ¿Cuáles son las **NECESIDADES** de ese cliente que mi servicio (este curso o el simple hecho de estudiar) puede solucionarle?
2. ¿Cuáles son los **ARGUMENTOS** más fuertes que pueden abrir la mente del cliente (potencial estudiante) para que me dé el sí.
3. ¿Cuáles podrían ser las **OBJECIONES** que el cliente (el potencial estudiante) podría ponerme para no comprarme este curso?
4. ¿Cuáles **materiales** de ventas (Kit de Ventas) voy a utilizar, y en qué orden, para convencer al cliente del atractivo y calidad de mi oferta? (**Preparar la presentación.**) Este tema específico es el de Cierre de Ventas. (**Tercer taller.**)

3r Taller

1

NECESIDADES



Identificando
qué es
exactamente
lo que ese
cliente
NECESITA.

El buen vendedor primero identifica
qué es lo que el cliente realmente necesita.

Cómo determinar las necesidades del cliente



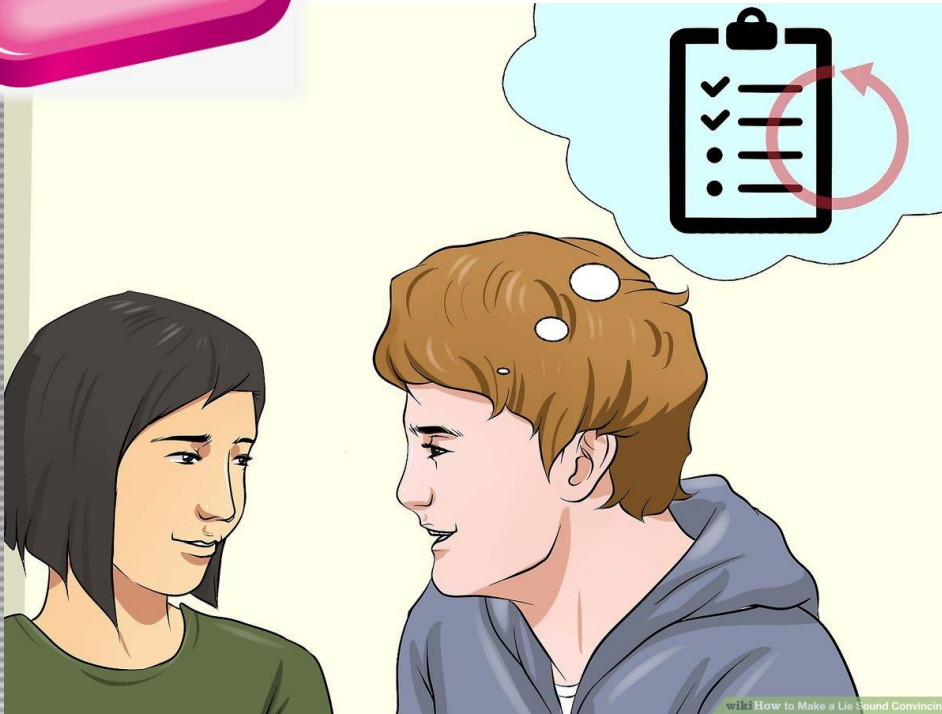
La consulta del Médico

- Ponga atención en las palabras y en el tono de quien llama.
- Póngase el sombrero del consultor.
- **Recuerde cómo realiza el Médico la entrevista con el paciente.**
- Interésese genuinamente en lo que el cliente le está diciendo.
- Tenga preparadas preguntas inductivas e inteligentes.
- Haga preguntas y escuche bien la respuesta.
- Deje hablar al cliente.
- Retroalimente al cliente sobre lo que usted entendió.
- Ahora ligue su presentación u oferta con las necesidades, deseos, inquietudes o problemas que el cliente tiene.

2

ARGUMENTOS

9



El Vendedor
tiene que
decidir qué
razones
usará para
convencer
al cliente.

Para que el cliente le compre...
¡PRIMERO TIENE QUE CONVENCERLO!



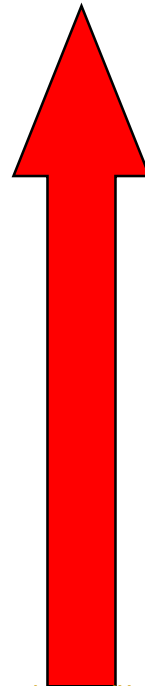
La batalla de los **ARGUMENTOS** entre el Vendedor y el Prospecto



EL VENDEDOR

Tiene preparadas
MUCHAS RAZONES
para que Sí le compren.

Esto es lo que en la venta
profesional llamamos: Los
ARGUMENTOS
DE VENTAS.



EL PROSPECTO

Esgrime diversas razones y
dudas para NO comprar. Hace
preguntas y comentarios.

Esto es lo que en el proceso
de la venta llamamos
OBJECIONES.

Dígame, señor Vendedor, ¿por qué habría yo de matricular a mi hijo en Cosvic y en ese curso en particular?

Y el Vendedor le responde: Sí, señora: Usted debería matricular a su hijo aquí y en ese curso porque...

-  Razón 1
-  Razón 2
-  Razón 3
-  Razón 4
-  Razón 5
-  Razón 6
-  Razón 7
-  Razón 8
-  Razón 9
-  Razón 10

OCUPAMOS DESARROLLAR LOS 3 ARGUMENTARIOS DE VENTAS

1. Por qué a usted le conviene matricular este curso

2. Por qué a usted le conviene matricularlo con nosotros

3. Por qué a usted le conviene matricularlo AHORA



Fact Sheets: Referencia rápida sobre cada curso que ofrecemos

Hay preguntas o consultas que se repiten a menudo por parte de los clientes.

Los “Fact Sheets” son hojas (volantes o similares) preparados de antemano para solventar algún tipo de necesidad de información general o “repetitiva” que identificamos.

Los “Fact Sheets”, bien usados, nos ahorran tiempo, aclaran de manera correcta y completa la consulta del cliente, y nos ayudan a proyectarnos como un profesional bien preparado.



Determine cuál (o cuáles) de los 5 motivos de compra están presentes en la mente de su prospecto



Véndame a su Empresa

- ¿Quién es Cosvic?
- ¿Qué hace Cosvic?
- ¿Dónde está ubicado Cosvic físicamente?
- ¿Cuál es la trayectoria de Cosvic en el país?
- ¿Qué o quién respalda a Cosvic?
- ¿Quiénes están detrás de Cosvic?
- ¿Quiénes se han matriculado anteriormente en Cosvic?
- ¿Qué tipo de cursos ofrece Cosvic en el país?
- ¿Hace cuánto tiempo están en operación en Costa Rica?
- ¿Qué tipo de profesionales trabajan para Cosvic?
- Y otras **GENERALIDADES** de nuestro Instituto.

Generalidades



PRIMERO VÉNDAME
LAS
GENERALIDADES,
ESPECIALMENTE
SI SE TRATA DE UN
ESTUDIANTE NUEVO

Deme al menos **cinco** fuertes razones para que una persona quiera matricular un curso con el Instituto Cosvic.

Véndame al Instituto, no el curso.

Argumentario de Ventas



Vendiendo al INSTITUTO COSVIC

A usted, señor(a) Prospecto, le conviene matricular y estudiar en el Instituto Cosvic, porque...

1

Empty rounded rectangular box for reason 1.

2

Empty rounded rectangular box for reason 2.

3

Empty rounded rectangular box for reason 3.

4

Empty rounded rectangular box for reason 4.

5

Empty rounded rectangular box for reason 5.

- La presentación de ventas logra un in-crescendo.
- Usted está convencido de que el cliente sí necesita ese producto.
- Usted está convencido de que sí tiene el dinero para comprarlo ahora.

➤ Pero el cliente trata de POSPONER

la decisión de compra.

- ¿Qué hacer?

➤ **NEGOCIACIÓN**

para que el cliente compre el producto AHORA.

¿CÓMO CERRAR
ESA VENTA
AHORA?

- **NEGOCIAR.**
- **AS BAJO LA MANGA.**
- **CONVENCER.**



Argumentario de Ventas



Vendiendo el por qué
COMPRARME
AHORA

A usted, señor, le conviene matricular este curso **AHORA**, porque...

1

2

3

4

5

OBJECIONES

3

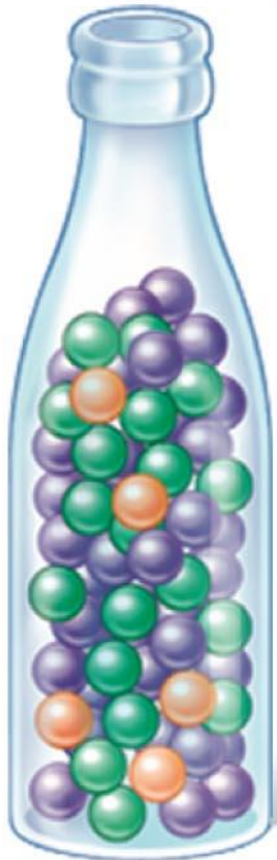


**El Vendedor
piensa en las
razones
PARA QUE
NO LE COMPREN.
Y PREPARA
RESPUESTAS.**

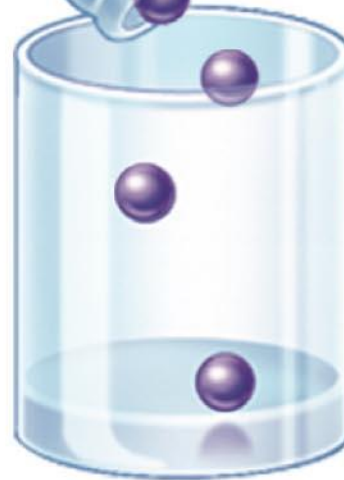
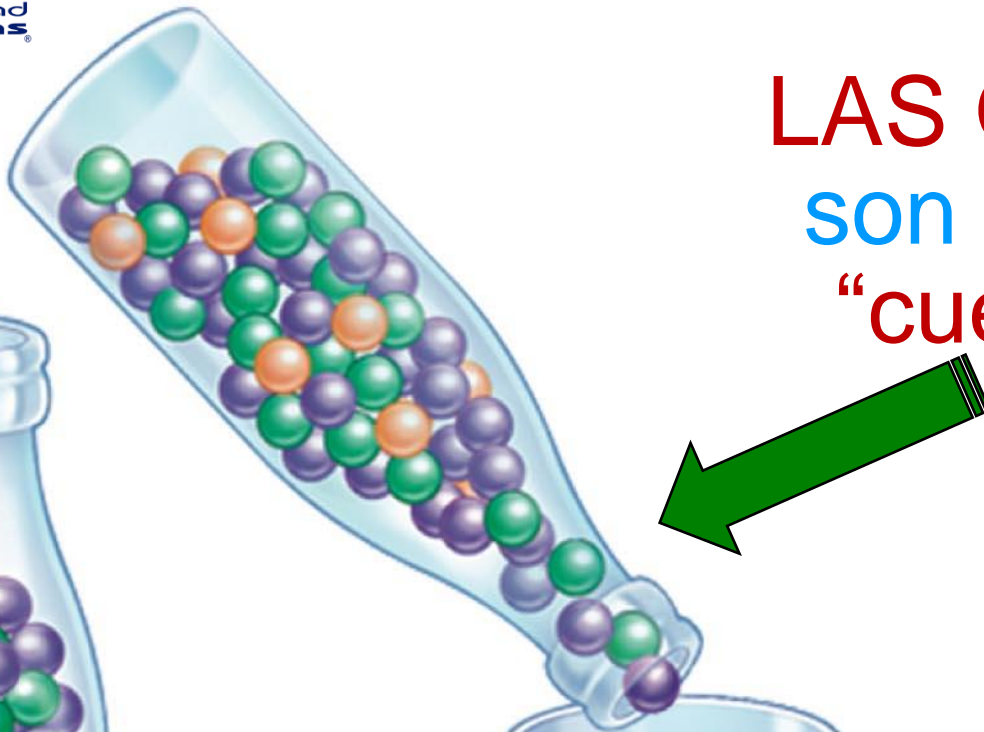


**El vendedor se pregunta:
¿Qué podría decirme este señor para no comprarme?**

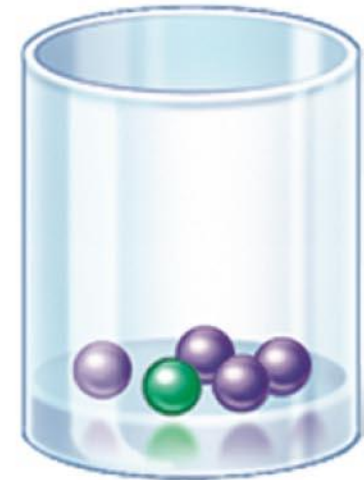
LAS OBJECIONES
son el más grande
“cuello de botella”
del proceso
de ventas.



de llamadas
hechas o atendidas



Objeciones
mal
manejadas



Menos Cierres
de Matrículas

¿ES UN PROSPECTO?



Recordemos que para que alguien sea un prospecto (y no sólo un “suspecto”) debe cumplir con tres requisitos:

- 1. Tiene una necesidad.**
- 2. Tiene poder de pago.**
- 3. Tiene poder de decisión.**



Olman
Martínez

Clasificando las Objeciones para manejarlas mejor

- ✓ Objeción al producto en sí.
- ✓ Objeción a la utilidad de ese producto.
- ✓ Objeción al precio o a las condiciones de compra.
- ✓ Objeción al servicio al cliente.
- ✓ Objeción a la compañía.
- ✓ Objeción al vendedor.
 - ✓ No quieren tomar una decisión ahora.

Clasificar las objeciones ayuda a buscarles respuestas previas



Precio: La objeción número uno en el mundo.

¡ Está muy caro!



*Olman
Martínez*

Acostúmbrese:
Toda su vida,
no importa
dónde esté
vendiendo,
escuchará
siempre esta
objeción.
Pero no se
preocupe:
¡Ocúpese!



- Monte al menos 5 diferentes respuestas para rebatir bien la objeción del precio.
- Recuerde vender siempre "valor", no "precio".
- Compense el precio más alto que su competencia con "Argumentos Compensatorios".
- Aclare: Si no es un precio más alto que el promedio del mercado, aclare y convenga al cliente de que su precio es justo y razonable.
- El producto no es caro, ¡es valioso!
- Si es posible y oportuno, negocie.

GRUPO FB "GERENTES DE VENTAS LATINOS"
www.facebook.com/Uventas

Costa Rica
Tel. (506) 7180-7335
info@uventas.com



UNIVERSIDAD DE LAS VENTAS

**OBJECCIÓN
UNIVERSAL**

**EN
N
R
S
U
M
E
N**

Graficando la relación

Precio-Valor en la mente del cliente



Precio

Valor

Si usted no logró cerrar la venta, es porque el valor del producto o servicio que usted ofreció le pareció al cliente menor que el precio. ¡Venda valor, no precio! (Value.)



Precio

Valor

Valor

Precio

Escenario 1

AQUÍ NO HAY VENTA.

Escenario 2

AQUÍ TAL VEZ HAY VENTA.

Escenario 3

AQUÍ SÍ HAY VENTA.

DOS PREGUNTAS:

1. ¿Quién es su “competencia control”?
2. ¿Qué sabe usted de su competencia control, que le pueda ayudar a cerrar una venta?

**¡USTED NECESITA
CONOCER A SU
COMPETENCIA!!!**



**Mentalidad
Competitiva**

Supertécnica

OBJECIONES: LA MEJOR
TÉCNICA DE TODAS

La Ley de las 5



dccomics.com

TM & © DC Comics



La Ley de las 5

Manejo de Objeciones



Todo producto
tiene cinco
objeciones
básicas.

El buen vendedor
las conoce bien y
tiene diversas
respuestas listas
para responderlas
profesionalmente

La mejor técnica
del mundo para salir
airoso ante las
objeciones
es y seguirá siendo...



TENER
RESPUESTAS
PARA TODO!!!

¡A quemar neuronas!

Monte su “Banco de Objeciones”

.....

**Debe tener
al menos
5 RESPUESTAS
para cada objeción
o tipo de objeción.**

.....

¡Esta es la técnica más importante de todas!



TAL VEZ NOS VEMOS EN EL TERCER MÓDULO:
ASÍ SE CIERRA UNA VENTA



Tercer Módulo Cosvic

Técnicas Cruciales para el Cierre de una Venta

Universidad de las Ventas. Facebook: www.Facebook.com/Uventas WhatsApp: (506) 7170-7335. info@uventas.com