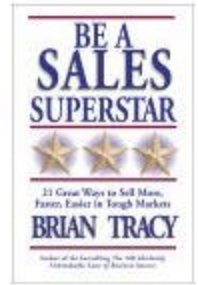




Resumido.com

Libros de Gerencia Resumidos



Sea un vendedor superestrella

21 formas para vender más, más rápido, más fácil en los mercados difíciles

por Brian Tracy

RESUMEN EJECUTIVO

Por 30 años, Brian Tracy ha entrenado a más de medio millón de profesionales de las ventas en 23 países. Tras discutir con los mejores, observar sus métodos, y acumular su propia experiencia, ha enunciado en este libro sus principios para el éxito.

Sus principios cubren tanto el juego de ventas interior, el componente mental, como el juego exterior, los métodos y técnicas para concretar las ventas.

Se trata de un libro práctico, orientado a los profesionales de ventas ocupados, para proveerles de ideas y métodos fundamentales para aumentar inmediatamente la efectividad y mejorar los resultados.

Entre otras cosas, aprenderá a:

- Obtener más y mejores citas de venta.
- Construir "rapport" en los primeros minutos.
- Hacer presentaciones de ventas mejores y más efectivas.
- Cerrar más ventas que nunca.

Comprométase con la excelencia

Con frecuencia, las personas se conforman con su segunda mejor opción; se limitan ante la posibilidad de tener éxito; ven a la ambición como una característica negativa. La realidad es que la ambición es una expresión del optimismo, ya que una persona optimista tiene altas expectativas de su vida.

Es por eso que la ambición es una característica sumamente importante a la hora de contratar y entrenar a vendedores profesionales. Juega un papel esencial a la hora de establecerse metas y al superar obstáculos.

Las personas ambiciosas tienen una característica muy importante en las ventas: sueñan en grande, tienen muchas aspiraciones y se ven capaces de ser los mejores en su campo profesional. Los vendedores ambiciosos sienten un gran optimismo por sus oportunidades y posibilidades, y están convencidos de poder alcanzar sus metas vendiendo cantidades extraordinarias de cierto producto o servicio.

Esto parece fácil, pero en realidad casi nadie sabe como lograrlo. Quizás lo más importante es empezar por comprometerse con la excelencia. Una vez que usted se decide a estar entre los mejores de su campo, lo próximo que debe hacer es aprender y adquirir todas las conocimientos y habilidades necesarias para convertirse en el mejor.

Tomar la decisión de ser el mejor es la línea que divide el éxito del fracaso. Recuerde que una persona que tiene hoy un gran desempeño, no lo tuvo siempre así. Lo más importante es el enfoque que le de a las cosas: si usted cree que es el mejor y se lo repite a diario, llegará un momento en que mejorará el desempeño.

La mayoría de los vendedores jamás han sido formalmente entrenados, y casi todos ellos podrían vender más con apenas pequeñas mejoras en sus habilidades.

Así lo señala el "principio de ventaja de los ganadores": las pequeñas diferencias en cualquier habilidad, pueden significar enormes diferencias en los resultados. Quizás esto sea lo que usted necesite: mejorar ciertas habilidades y competencias para lograr mejores resultados. Aprender un poco más podría hacer la diferencia para alcanzar sus objetivos.

Otro concepto clave es que un vendedor es tan fuerte como su habilidad más débil. Entonces resulta necesario que conozca sus debilidades, porque definirán su potencial y determinarán su ingreso. Sus debilidades son las que le están impidiendo avanzar hacia su futuro exitoso (no debe olvidarse de conocer sus fortalezas, ya que gracias a ellas usted se encuentra en donde está ahora).

¡Comience ya!

Para mejorar sus habilidades, debe comenzar por comprometerse a pensar como un vendedor. Hoy día existen más oportunidades que nunca para mejorar las habilidades y destrezas personales. Aprovéchelas.

Considere que:

- El 5% de las personas que han llegado a ser millonarias en los Estados Unidos, no lo lograron con su propia empresa, sino vendiendo para otros durante toda su vida.
- El 20% más exitoso de los vendedores estrella ganan el 80% de las ventas.

Resumido.com selecciona, traduce y resume los mejores libros de gerencia, para promocionar la lectura del tema en Ibero América.

En menos de 30 minutos nuestros clientes pueden captar las ideas principales de un libro y decidir si lo leen completo.

Para más información visite: www.resumido.com

¿Cómo lo lograron? ¿Suerte? Probablemente no. Simplemente hacen las cosas distinto, un poco mejor que aquellos que no lo logran. Hacen uso de la ley de causa y efecto, que rige el destino de los humanos, y aplica muy bien en el mundo de las ventas: Si usted quiere obtener un resultado específico, deberá crearse las circunstancias que producirán ese resultado.

Usted es lo que piensa

El mundo externo tiende a reflejar su mundo interno. Con el paso del tiempo, usted va atrayendo cierta clase de personas, oportunidades y circunstancias a su vida, que van de acuerdo a la armonía con la que usted piense y actúe. Es muy cierta la afirmación de que uno es lo que piensa.

La mayoría de los vendedores superestrellas pasan la mayor parte de su tiempo pensando en lo que desean, y en cómo obtenerlo. Pasan el día hablando y pensando sobre cómo alcanzar sus metas.

Mientras más discuten sus metas, más positivos y entusiastas se vuelven; terminan vendiendo unas 5 o 10 veces más que un vendedor promedio, que tiende a pensar principalmente en sus problemas.

La cualidad más importante de los vendedores superestrellas es su optimismo, son así de naturaleza. Como tienen mayores expectativas sobre el éxito que van a lograr, hacen más llamadas, persisten ante la adversidad, y al final venden más.

Si usted hace los ejercicios mentales correctos a diario, pronto desarrollará gran agilidad mental, logrará altos niveles de autoestima y confianza, y tendrá una actitud positiva ante la vida. La cuestión está en cómo lograr todo esto.

Ponga su corazón en las ventas

Los vendedores superestrella tienen una cualidad especial que es el poder de creer. Ellos creen en sus compañías, en los productos y servicios que venden; de la misma forma creen en sus clientes. Pero sobre cualquier cosa, creen en sí mismos.

La habilidad que usted tenga para convencer a los demás está directamente relacionada al nivel de creencia que tenga en usted mismo, razón por la cual las ventas son descritas a menudo como una transferencia de entusiasmo. Usted no podrá transmitir entusiasmo si no tiene el necesario para dar esa impresión.

Una forma de convertirse en un vendedor superestrella –incrementar el poder de creer – es pensando a diario: “amo mi trabajo”. Mientras más lo repita más se gustará a sí mismo y amará su trabajo, disfrutando las actividades que le competen.

Todos los vendedores superestrellas se gustan a sí mismos y aman su trabajo. Los clientes perciben esa realidad y responden de acuerdo a ella. Si usted le pone todo su corazón y mente en su trabajo, como vendedor, usted estará destinado a tener éxito.

Posiciónese como un verdadero profesional

Cuando una empresa necesita asesoría, contrata a un consultor experto en el área que presenta problemas. La mayoría de los vendedores superestrellas se perciben como consultores, en vez de vendedores.

Los clientes, en efecto, se refieren a ellos como “asesores” o “consultores”. Confían en que estas personas les den buenos consejos, y es esto lo que en efecto están comprando.

Si usted logra vincular esto a la noción de que usted es lo que piensa, usted podrá poner en práctica este principio: las personas lo aceptan a usted basados en las evaluaciones que usted se hace de sí mismo. Cuando usted se comporta de forma confiable, conseguirá la confianza de sus clientes, y logrará sobresalir entre los demás vendedores.

Preparación para reuniones de venta

En cada campo, la preparación es la que distingue a los verdaderos profesionales. Los mejor remunerados repasan en detalle sus tareas antes de hablar o de hasta atender el teléfono. Por otro lado, los mal pagados piensan que nadie notará su falta de preparación.

Para lograr una entrevista de ventas exitosa debe:

- 1.- Hacer un análisis previo a la reunión: aprenda todo lo que pueda sobre sus prospectos, consiga uno de sus catálogos, estudie sus servicios, productos, historia y su situación competitiva dentro del mercado.
- 2.- Establecer objetivos previos a la reunión: determine qué está planeando conseguir con cada una de las reuniones de ventas. Piense a cabalidad y planee exactamente lo que espera conseguir de estas reuniones: plantee sus preguntas de acuerdo a ello.
- 3.- Hacer un análisis posterior a la reunión: tan pronto como haya finalizado la reunión, tómese unos minutos para escribir la información que haya obtenido de la discusión. Luego tómese un momento para estudiar lo que registró antes de su próxima reunión.

El verdadero vendedor profesional jamás deja de aprender sobre sus clientes o industria. Usted debe aprender más para poder ganar más dinero.

Una sugerencia más, invierta un 3% de sus ganancias en el desarrollo de su carrera. Estamos dentro de la sociedad del conocimiento y usted debe estar siempre al día.

El modelo AIDA

El modelo AIDA describe las bases del proceso de ventas:

- 1.- Atención: antes de comenzar a vender, usted debe hacer que sus clientes le presten atención. Cuenta con una oportunidad muy breve para demostrarles la relevancia de sus productos o servicios.

2.- **Interés:** estimule el interés en los demás demostrándoles cómo su producto o servicio los puede beneficiar, mejorar su calidad de vida personal o profesional, etc. Una demostración del producto usualmente estimula el interés, porque las personas son de naturaleza curiosa.

3.- **Deseo:** las características del producto llamarán la atención de las personas, pero es el deseo lo que hace realmente que los clientes deseen comprar. El deseo debe surgir al demostrar a los clientes que ahorrarán o ganarán dinero, u obtendrán un beneficio al utilizar su producto.

4.- **Acción:** cuando usted sienta que su cliente desea su producto, es el momento para la acción y el cierre del negocio.

No es suficiente conocer los elementos, sino aplicarlos en el orden correcto.

Creación de relaciones a largo plazo

El éxito de su carrera como vendedor va a depender de la calidad de las relaciones a largo plazo que usted forme con sus clientes. Ellos deben depender de usted, para que usted pueda depender de ellos; una vía de doble sentido.

Los vendedores superestrellas son expertos en las relaciones personales y se centran en la relación, incluso antes de comenzar a hablar sobre sus productos o servicios.

Un 80% de las veces, los prospectos no compran debido a que temen a cometer un error. Los clientes encontrarán que existe un riesgo mayor en la compra si el producto es costoso, si muchas personas se involucran en la decisión, si es primera vez que adquiere algo por el estilo, etc. Su trabajo como vendedor es atender esa inquietud. La credibilidad será la clave.

La mega-credibilidad es definida como un nivel de confianza que está por encima de la calidad y el servicio del producto; ésta debe crearse en el corazón y la mente del cliente prospecto. En cierto sentido, el cliente no solo está comprando el producto, sino también al vendedor. Esto significa que la apariencia, las credenciales, la limpieza personal y la actitud positiva son todos componentes de la mega-credibilidad.

Manejo de objeciones de forma eficiente

Existen dos formas de incrementar las ventas de un producto o servicio, mejorando su trabajo al:

- 1.- Presentar los beneficios de su producto.
- 2.- Refutar las objeciones que pueden surgir.

Debe estar siempre preparado para superar cualquier objeción. La más difícil y común es: “No estoy interesado” o “está perdiendo su tiempo tratando de venderme eso”.

La mejor forma de superar esta objeción es decir calmadamente: “Está bien, la mayoría de mis clientes se sintieron igual cuando nos reunimos por primera vez. Ahora, se han convertido en nuestros mejores clientes y nos recomiendan”.

También existen los clientes que quieren que el vendedor vaya al punto sin hacer presentación alguna. Antes de que usted abra su maletín, ellos ya están preguntando qué les va a mostrar y de qué trata el asunto; en este caso su respuesta debe ser: “precisamente a eso he venido a hablar con usted. Solo le tomará un momento y estoy seguro que valdrá la pena”.

Reciba cada objeción como una pregunta o un pedido de ayuda. Cuando escuche: “no puedo pagar tanto”, quiere decir “dígame, ¿cómo puedo pagarlo?”.

Una excelente respuesta a cualquier objeción es detenerse, sonreír y simplemente preguntar “¿qué quiere decir con eso?”. Si sus clientes potenciales le están dando negativas sin especificar la causas, esta es una excelente forma de desarmarlo.

Aplique la regla de 80/20 a todo

Probablemente usted ya ha escuchado que el 80% de sus ventas provienen del 20% de sus clientes. Pues he aquí una nueva versión de dicha regla:

El 80% de sus ventas provienen del 20% de sus actividades. El verdadero secreto para llegar a ubicarse en el tope 10% de su profesión es simple, usted debe determinar cuáles de sus actividades están relacionadas con su verdadero ingreso, olvidarse de lo irrelevante y concentrarse en los resultados. De esta forma usted estará encaminado a ser un vendedor superestrella.

Este Resumen ha sido parcialmente patrocinado por:



Directorio y Buscador de Negocios
en Hispanoamérica



Lo mejor de las revistas de negocios



Estadísticas e Investigación de Mercado Digital
en Latinoamérica

¿Le gustó el Resumen? Compre el libro en: <http://www.resumido.com/es/libro.php?cod=233>