

Efectividad en las Ventas: Cómo Superar Las Objeciones

PASO
UNO

PASO
DOS

PASO
TRES

PASO
CUATRO

PASO
CINCO

ESCUCHAR

PREGUNTAR

AMORTIGUAR

RESPONDER

EVALUAR

Es muy probable que durante el proceso de venta tengas que vencer los obstáculos que impiden que el comprador se decida. A veces, nuestra manera de gestionar estas objeciones hace que la persona desista de la compra. Resolver las objeciones con eficacia es un proceso que implica escuchar atenta y adecuadamente al cliente, y responder de forma positiva y objetiva a sus preocupaciones.

Las objeciones del cliente no siempre son racionales; de hecho, la mayoría de las veces son totalmente emocionales. Si quieres establecer una relación comercial duradera, tienes que satisfacer las necesidades emocionales del cliente y superar los impedimentos para la compra.



**"Si la vida te da limones,
no te limites a hacer limonada:
abre un puesto de zumos."**

—Dale Carnegie



PASO UNO

ESCUCHA

Escuchar las objeciones del cliente puede resultar muy difícil. Casi todos los comerciales se enfrentan cada día a las mismas dudas y todos las hemos escuchado una y otra vez. Seguro que sabes lo que el cliente va a decir antes de que lo diga, y también lo que tú le vas a contestar. Al estar tan habituado a los obstáculos más comunes, es probable que los escuches por encima y que interrumpas al comprador para responder a sus dudas. En vez de actuar así, utiliza este paso para ralentizar el proceso de ventas, escuchar atentamente y considerar las objeciones desde el punto de vista del cliente.

PASO CUATRO

RESPONDE

Tu respuesta estará determinada por muchos factores, incluyendo tu relación con el cliente, los intereses implicados y la prospección de compra. Sin embargo, una de las mejores maneras de responder a las objeciones es despejarlas con pruebas.

- **Explicación**
- **Ejemplo**
- **Datos**
- **Demostración**
- **Comparación**
- **Recomendación**
- **Estadísticas**

PASO DOS

PREGUNTA

Cuando un cliente pone una objeción, se puede interpretar de cuatro maneras:

- Lo que él dice.
- Lo que tú oyes.
- Lo que tú interpretas que quiere decir.
- Lo que quiere decir él en realidad.

Es esencial que, antes de responder a la preocupación de un cliente, los dos os aseguréis de que estáis hablando de lo mismo. Evita hacer interpretaciones sobre las objeciones del cliente, porque si son incorrectas te expones a perder la venta.

PASO CINCO

VALÚA

A lo mejor crees que has hecho un gran trabajo resolviendo las objeciones del cliente, pero lo verdaderamente importante es la percepción del cliente. Antes de avanzar, tómate un momento para evaluar si el comprador está preparado o no para comprometerse.

Ejemplos:

¿Le parece bien la modalidad de pago *leasing*?

¿Qué le parece?

¿Resuelve esto su duda?

PASO TRES

AMORTIGUA

Llegados a este punto, tendrás que amortiguar el proceso de ventas con un cojín. Un cojín es una frase que demuestra que has escuchado al candidato a cliente, que has prestado atención a su objeción y que reconoces su importancia. Cuando un comprador expresa sus reticencias, lo primero que tienes que hacer es amortiguarlas. Un cojín no avala ni contradice la objeción, ni tampoco la responde.

Ejemplos de cojines:

Objeción: El precio es bastante más alto de lo que me esperaba.

Cojín: Valoro que le preocupe el volumen de la inversión.

Objeción: Estoy contento con mi proveedor actual.

Cojín: No dudo de que su proveedor actual le haya sido útil.

Objeción: A mis trabajadores les gusta el sistema que están utilizando ahora.

Cojín: Como es normal, usted quiere que estén contentos.

Objeción: Creo que ahora mismo no estamos preparados para introducir cambios.

Cojín: Sé que quiere tomar la decisión a su debido tiempo.



DALE CARNEGIE®
TRAINING