

“5 claves para convertir a tu equipo comercial en expertos generando Ventas”

*Tu Objetivo, es Nuestro Objetivo
Incrementar las Ventas de tus comerciales*



Bienvenido

Bienvenido a nuestra guía "5 claves para convertir a tu equipo comercial en expertos generando Ventas ", desde el equipo de Carbó&Domínguez hemos elaborado estas soluciones gracias a nuestra experiencia de más de 20 años en el sector. Estamos seguros de que podemos ayudarte, con estas 5 técnicas, a generar un cambio de actitud en tu equipo comercial y de relación con sus clientes, generando con ello mayor compromiso y ventas.

Deseamos que esta lectura te motive a la acción.



Mª Dolores Carbó
dolores@cydconsultores.com



Cristina Domínguez
cdominguez@cydconsultores.com

¿Existe un cambio de paradigma en la venta?

Podemos decir claramente que SÍ. El cambio de paradigma consiste en poner el foco de la venta en el cliente, y a la solución como el medio para cubrir su necesidad. Tu cliente quiere decidir y actuar.

Si entendemos Vender, como la acción de generar una relación de confianza con tu cliente y un posicionamiento como experto, que le ofrezca la seguridad de que contigo va a encontrar la mejor solución a su necesidad, las acciones que el comercial llevará a cabo pasan necesariamente por ser diferentes a las que en pasado veníamos haciendo.

El vendedor, debe tener un enfoque de negocio, donde plantear que nuestra propuesta contribuye a lo que su cliente más desea, que es el éxito de su empresa. Con este objetivo, nuestra propuesta debe hablar de beneficios, dando confianza y seguridad de contar con nosotros como aliado para el desarrollo de su propia estrategia

Hoy en día la venta es sinónimo de Relaciones.

Este nuevo enfoque comercial nos abre puertas a establecer nuevas relaciones sociales con nuestros clientes y ser percibidos como un asesor. Para ello necesitamos desarrollar **nuevas competencias comerciales**

Para ello Carbo & Dominguez ha elaborado esta guía, con 5 puntos claves para que saques el máximo rendimiento a tu equipo de comerciales.

1.- Conoce tu contribución.

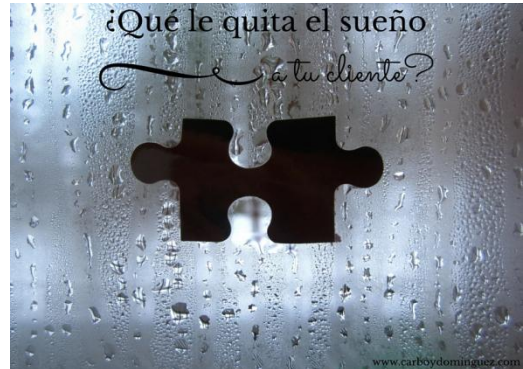
“Del Yo al TU”

¿Has preguntado a tus comerciales cuál es su contribución con sus clientes?, la respuesta puede hacer referencia a dos perspectivas:

- Lo que yo le ofrezco
- Lo que mi cliente recibe

Cuando ponemos el foco de la venta en “lo que yo ofrezco”, estamos mirando hacia dentro de la organización, hacia el servicio que desde la empresa se ofrece al cliente.

Cuando ponemos el foco en “lo que mi cliente recibe”, la importancia se centra en la necesidad que resuelve en tu cliente. Y aquí hablamos de **NECESIDAD** en mayúsculas, como veremos en los puntos siguientes.



Este cambio de enfoque sube un nivel el punto de mira, desde donde situamos nuestra responsabilidad y compromiso con el cliente. A esto le llamamos desarrollar la **“contribución al cliente”**.

Este concepto te permite, como empresa, ofrecer a tu equipo comercial una visión más amplia para comprender y relacionarse con su cliente, y ser más creativos en las soluciones que plantea.

Tus propuestas deben tener la suficiente riqueza, para aportar valor al negocio de tu cliente con los beneficios que le genera.

Si tu cliente tiene éxito con tu propuesta, la fidelización y valor añadido serán reconocidos al 100%.



2.- Escucha emocional. De Problema y Expectativas a Miedo o Deseo.

Si todos los estudios apuntan a que el mayor % de decisión de compra es emocional, ¿qué te impide apoyarte en la emoción de tu cliente para estimular su compra?

La respuesta, aunque dura, resulta fácil: Tu mayor impedimento eres tú mismos. Estamos entrenados técnicamente y no emocionalmente. Esto nos hace sentir inseguros cuando se trata de hablar de persona a persona, de necesidades y de emociones.

Ampliar la zona de confort y aprender a moverse desde el dato a la emoción del cliente, es todo un desafío para los profesionales comerciales.

No hay píldora mágica, hay **Autoconocimiento, Desarrollo y Entrenamiento**.

Si el comercial tiene un buen autoconocimiento, aceptación y gestión de sus propios miedos y emociones, será capaz de "escuchar" el miedo o deseo de su cliente, será capaz de ofrecerle la seguridad y confianza que necesita y no otra.

Para realizar una escucha emocional tenemos que entrar en sintonía con nuestro cliente.

¿Qué es entrar en sintonía?

Sintonía es conectar con tu cliente y que tu cliente se sienta conectado contigo. Para conectar tenemos que trabajaren tres ámbitos de actuación:

- Lenguaje
- Cuerpo
- Emoción.



Saber escuchar a nuestros clientes, en cada uno de ellos, es crucial para establecer esta **SINTONIA** tan necesaria para el éxito de nuestra Venta.

Quien domine estos 3 ámbitos, dominará la relación comercial.

Lo que el cliente dice es lo más importante, nuestro relato comercial, técnico o marketintiano, tiene que estar basado en la motivación de compra del cliente.

Una clave del buen vendedor, con respecto a la escucha activa, es cuando no necesitamos hablar más que el cliente, cuando somos capaces de entender sus motivaciones o necesidades y utilizarlas para elaborar la propuesta.

Si el comercial busca el SI rápido del cliente, puede vender Hoy pero para mañana no funciona.

3.- Necesidad Motivacional del comercial

Ya sabemos que cada persona tiene unas motivaciones diferentes, lo que no sabemos es cuales son las Necesidades que motivan nuestras decisiones.

La Necesidad Motivacional, es aquella necesidad esencial en la persona, que le lleva a tomar decisiones en cualquier área de su vida, personal o profesional, para sentirse bien consigo mismo.

Según la teoría de McClelland, en toda persona conviven tres tipos de Necesidades de Motivación:

Necesidad de Motivación de **Logro**

Necesidad de Motivación de **Afiliación/Equipo**

Necesidad de Motivación de **Influencia/Poder.**

Siendo que en todas las personas coexisten los tres tipos de necesidades, la diferencia en la motivación de cada persona, está en el % del tipo de Necesidad que predomina.

Así la persona en la que predomine la Necesidad de Logro, será una persona motivada a realizar tareas de superación, de esfuerzo, de lograr objetivos, de mejora.

La persona en la que predomine la Necesidad de Afiliación, será una persona motivada a sentirse parte de un equipo, que participa o contribuye en algo común, satisfacción por las relaciones humanas amistosas y cercanas.

La persona en la que predomine la Necesidad de influencia o Poder, será una persona motivada a tener cierto impacto e influencia en los demás y en sus comportamientos o ideas, dirigidas al estatus y prestigio social o profesional.

¿Cómo influye en nuestros comerciales?

Según la Necesidad Motivacional de cada comercial le llevará a realizar un tipo de acciones con sus clientes, establecer un tipo de relación, e influirá en el tipo de argumentación o enfoque de venta que realice.

Nos sirven de filtro en nuestra escucha hacia el cliente y la interpretación que hacemos de su información.

¿Cuál es tu Principal Necesidad de Motivación?



Comprender a uno mismo
permite comprender
a los demás

www.carboydominguez.com

Potenciar el autoconocimiento, a tu equipo comercial, les ayudará a que puedan comprender y gestionar mejor tanto sus propias emociones, como las emociones de los demás, adaptando sus propuestas a las Necesidades de su cliente.

Desde la Dirección comercial, conocer la Necesidad de Motivación de cada uno de tus comerciales te permitirá comprender, impulsar e implicar a cada comercial de una manera diferente.

5.- PNL en la venta. ¿Qué aporta?

La PNL es una potente herramienta, que nos permite lograr sintonizar con nuestro cliente para generar relación y liderar una conversación productiva.

Desarrollar técnicas de PNL nos permite optimizar los resultados comerciales en todo el proceso de Venta.

Llamamos sistemas representacionales a la manera en la que captamos, seleccionamos, almacenamos y codificamos la información del exterior en nuestra mente. Hablaremos de tres sistemas de Representación:

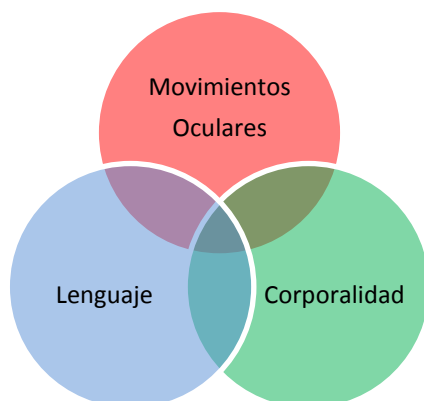
Visual: Representa su experiencia del mundo en términos de imágenes. Podríamos decir que una persona "ve" la información y la traduce en imágenes.

Auditivo: Representa su experiencia del mundo en términos de sonido. Podríamos decir que la persona "escucha" la información y la traduce en sonidos

Kinestésico: Representa su experiencia del mundo en términos de sensaciones. Podríamos decir que la persona "siente" la información y la traduce en sensaciones.

Conocer los diferentes sistemas de representación te proporciona la posibilidad de establecer un canal de sintonía en las conversaciones con tus clientes.

Para ello debemos centrar nuestro entrenamiento en tres grandes áreas:



¿Cómo puede afectar en mi comercial para generar más ventas en su cliente?

Entramos en sintonía con una persona, cuando somos capaces de conectar con su canal de comunicación. Si bien no podemos saber lo que nuestro cliente está pensando, sí podemos saber si están poniendo atención a lo que están viendo, escuchando o sintiendo, Cuando sintonizas con tu cliente, eres capaz de influir en la información que percibe y que luego recordará.

Tu acción, según el canal de tu cliente, tendrá que ser animada y rápida si es un cliente visual, dándole Feedback continuado si es auditivo, facilitando que sienta o toque el producto si es un Kinestésico, para hacer de la relación una buena experiencia para tu cliente.



Pongamos el ejemplo entre un *Vendedor auditivo* vs *Comprador visual*: el vendedor quiere llevar al cliente a su despacho para explicarle las promociones, mantener una conversación con él, pero el cliente quiere ver el producto antes de cualquier explicación. Esto genera un conflicto que si el comercial no sabe interpretar y gestionar, pone en peligro la venta.

Conocer tu canal preferente y entrenar las competencias del resto de canales, te facilita potenciar las ventas con tus clientes.

Bien, pues hasta aquí nuestra Guía, con las 5 claves, que te ayudará a convertir a tu equipo comercial en un equipo de éxito en ventas.

Desarrollar estas competencias, **harán de tu equipo comercial un EQUIPO INTELIGENTE EMOCIONALMENTE EN LA VENTA**

Vender es una ciencia, los pasos correctos nos aportan un grado de eficacia del 99%.

Si quieres reactivar las ventas de tu equipo comercial y darle un nuevo enfoque, podemos realizar un diagnóstico gratuito y plantearte una solución de Desarrollo a tu medida. Envíanos un correo

cyd@cydconsultores.com

“Queremos contarte que estamos haciendo, para ayudar a otras empresas a que sus Equipos incrementen sus ventas”.

A continuación os presentamos las "5 competencias claves", seleccionadas por más de 100 comerciales, como necesarias para lograr incrementar ventas en sus clientes.

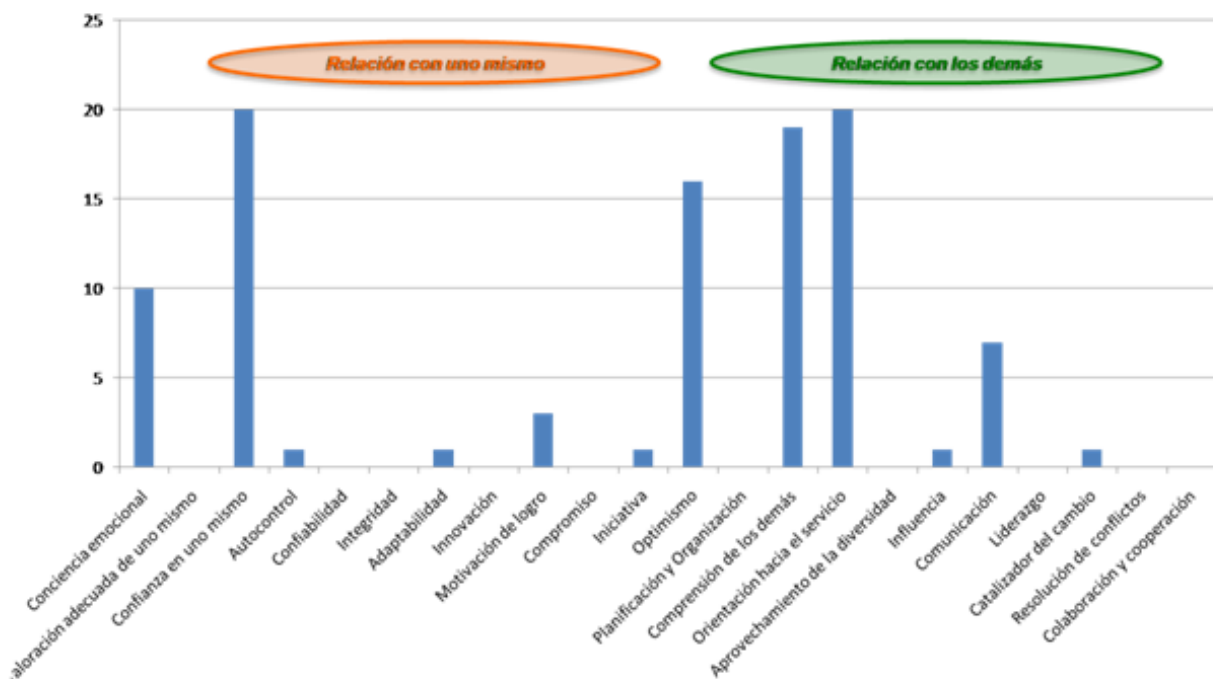
ESTUDIO COMPETENCIAS COMERCIALES más relevantes para incrementar Ventas.

A continuación queremos compartir contigo los resultados de nuestro trabajo de investigación, realizado con la Universidad Europea de Madrid, en el año 2015, con la participación de más de 100 comerciales a nivel nacional, en el que se les preguntaba cuales eran las competencias más importantes para incrementar sus ventas.

Como base para realizar la encuesta, trabajamos con las competencias emocionales de Daniel Goleman. Entendemos por Inteligencia emocional la capacidad que tenemos para:

1. Conocer las propias emociones
2. Gestionar las emociones
3. Motivarse a sí mismo
4. Reconocer las emociones de los demás
5. Establecer relaciones

Competencias emocionales



Confianza en uno mismo	Orientación al Servicio	Comprensión de los demás	Optimismo	Conciencia emocional
<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad en la valoración que hacemos sobre nosotros mismos y sobre nuestras capacidades y transmitirlo en nuestra acción comercial con los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Anticiparse, reconocer y satisfacer las necesidades de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener la capacidad de captar los sentimientos y los puntos de vista de nuestros clientes e interesarnos activamente por las cosas que les preocupan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Persistencia en la consecución de los objetivos a pesar de los obstáculos y los contratiempos que surgen durante el proceso de venta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer las propias emociones y las de los clientes, así como sus efectos en el proceso de venta.

Como Resumen, en este Manual te aportamos 5 herramientas que ayudaran a tu Equipo Comercial a potenciar la venta, desarrollando competencias de Inteligencia emocional que permitirán:

- Que tu comercial abandone el “automático” y sea capaz de generar y ejecutar una acción diferente para cada cliente.
- Que tu comercial sea capaz de empatizar y conectar con su cliente.
- Que tu comercial sea capaz de detectar las Necesidades reales de su cliente.
- Que tu comercial se convierta en un aliado de su cliente.

En definitiva que tu comercial incremente las ventas en cada Cliente.

En Carbó&Domínguez, tenemos una amplia experiencia en consultoría y gestión de equipos ¿Necesitas asesoramiento personalizado para tu empresa?

Envíanos tu e-mail a cyd@cydconsultores.com y te responderemos en menos de 24 horas.

¡Y te contaremos más sobre nuestros programas de Desarrollo para Equipos comerciales!