



 **FAMIEMPRESAS**
Actuar
CORPORACION ACCION POR ANTIOQUIA



**MODULO DE
VENTAS**

ACTUAR

FAMIENTRESAS

1994

VENTAS

Definición:

La venta es una actividad mediante la cual se establece una relación de intercambio entre el productor o distribuidor de un bien y el consumidor.

Para que el consumidor acepte comprar el bien que se le está ofreciendo, necesariamente éste debe de satisfacer una necesidad.

1. FACTORES PARA LOGRAR EL EXITO EN VENTAS:

El éxito en una venta se puede lograr si se tiene en cuenta los siguientes aspectos:

Cuándo atienda al cliente busque persuadirlo y no pelear con él. recuerde que al comprador le interesa ser bien atendido.

A los clientes les gusta que les den información completa sobre los productos que piensan comprar proporcionándole las características, usos, servicios, ventajas y todo lo que le ayude a tener confianza en la compra que está haciendo.

Muestre conocimientos sobre los deseos de su clientela y enseñe los artículos y servicios que encuentre puedan satisfacerlo mejor.

Tenga siempre presente que en el proceso de venta hay 3 elementos fundamentales para lograr su éxito: **INFORMAR, PERSUADIR Y SATISFACER**

2. COMO CONCRETAR MEJOR LAS VENTAS:

Todo empresario tiene el objetivo de vender adecuadamente sus productos o servicios y por lo tanto debe saber concretar una venta.

Para lograrlo es necesario seguir estos pasos: PLANEAR LA VENTA, EFECTUAR LA VENTA EN SI Y HACER VISITAS POSVENTA.

a) La planeación de la venta:

Consiste en analizar y organizar todas aquellas actividades anteriores a la venta.

Para desarrollar este paso tenga en cuenta lo siguiente:

Si tiene un punto de venta, organice y exhiba correctamente lo que ofrece y brinde comodidad al cliente; si realiza una visita de ventas lleve preparado lo que ofrecerá y muestre lo que desea vender.

Identifique claramente las ventajas que tiene su producto. Así mismo las posibles desventajas frente a la competencia y busque la forma de volverlas poco importantes.

Organice y aprenda a mostrar los beneficios que su producto ofrece al cliente.

Investigue y conozca lo más que pueda las necesidades que normalmente tiene un cliente.

Tenga presente los cuatro pasos básicos del proceso de venta: ATENCION, INTERES, DESEO Y ACCION.

Haga una lista de los motivos de compra que puedan influir en el cliente para adquirir el artículo: emocionales, racionales, el producto o de clientela. Así al ver la forma de actuar del cliente, podrá efectuar una mayor venta.

b) La realización de la venta:

Es el momento en que el cliente y el empresario están ejecutando el intercambio.

La visita efectiva de venta es aquella donde se cierra la venta.

Las partes fundamentales por tener en cuenta son:

- Preparar la forma como atenderá al cliente. Para ello debe conocer muy bien las características, ventajas y beneficios de su propio producto; así como las posibles necesidades que tenga el cliente.

- Atención, interés, deseo, acción (AIDA) son los cuatro puntos básicos del proceso de venta. El vendedor debe lograr que el cliente siga estos pasos durante la entrevista de venta.

ATENCION: Busca captar la atención del cliente. Puede conseguirse mediante una pregunta o frase. Debe lograrse que el posible cliente preste inmediata atención.

INTERES: Una vez lograda la atención del posible cliente, hay que mantener el interés.

DESEO: Lograr que el cliente desee el producto. Aquí se entra en la parte más importante de la presentación o visita de venta, o sea de mostrar, enseñar, explicar, comprobar. Esto exige un conocimiento a fondo del artículo que se va a vender.

ACCION: Es obtener que el cliente firme el pedido, o sea el remate o cierre de la venta.

- Manejo de Objeciones: Pocas ventas tienen lugar sin que se presenten objeciones de parte del cliente. Incluso un cliente que está decidido a comprar un artículo puede hacer objeciones.

Las objeciones no deben desanimar al vendedor y tampoco debe temerles. Este ha de considerar las objeciones como algo que forma parte del proceso normal de la venta.

Presentación de Pruebas: Las pruebas se deben presentar cuando un beneficio parece ser importante para el cliente y este duda que el producto que se le ofrece pueda proporcionárselo.

Palabras de Apoyo: Las palabras de apoyo las debe utilizar el vendedor cuando la observación que hace el cliente le brinda la oportunidad de hablar de una ventaja del producto.

Cierre de la Venta: Lo mas importante en la visita de venta es conseguir compromiso de compra por parte del cliente, o sea la firma del pedido.

Ha esto se le llama cierre de venta.

Si el vendedor no sabe como desenvolverse para intentar el remate de la venta, la opinión que de él y su producto se tomará el cliente; será muy pobre y probablemente se le cerrarán las puertas para otra visita de ventas.

Es fundamental dominar la técnica del cierre de ventas.

Cuando se haga un cierre de ventas, nada de lo que se dice debe reflejar duda, vacilación o inseguridad.

Los componentes del cierre de una venta son:

- a) Resumir solo aquellos beneficios que en la visita de ventas fueron importantes para el cliente.
- b) Suponer que se ha llegado a un acuerdo con el cliente.

c) Solicitar al cliente, un compromiso de compra.

Un resumen de los beneficios que le interesaron al cliente durante la visita, asegura que esos beneficios estén en la mente del cliente, cuando éste vaya a responder la solicitud de pedido que le haga el vendedor.

c) La visita de posventa:

Obtener una venta es un triunfo y hay necesidad de defenderlo. Muchos negocios se pierden luego de obtener el pedido el cliente los anula.

El por qué: porque el vendedor se olvidó del cliente.

Creyó que con obtener el pedido bastaba. No hizo visitas de posventa para verificar si el cliente satisfizo su necesidad y estaba recibiendo los beneficios que compró.

El vendedor debe ofrecerle un buen servicio a su cliente con visitas periódicas de posventa.

Tomado de: Revista Mercadeo y Ventas de Fundación Carvajal.