

100 TÉCNICAS DE ORO PARA SER EL MEJOR VENDEDOR DEL MUNDO



C04-22-0540 © Brian Pieters / Masterfile www.masterfile.com

1. Documentétese al máximo sobre su producto: la fabricación, la utilización, y conozca los de la competencia, no para nombrarlos, pues les haría propaganda, sino para prevenirse.

2. No haga ostentación de conocimientos pues equivale a colocar a su cliente en situación de inferioridad.

3. No hable mal de la competencia. Simplemente conozca sus puntos flacos.

4. Ponga especial cuidado en la primera impresión. Su porte, su sonrisa, su entusiasmo, su manera de entrar, etc.

5. Sea siempre sincero, entusiasta y decidido en la demostración.

6. El apretón de manos constituye un gesto de acogida pero es la persona a quien vamos a visitar la que debe tendernos la mano, a excepción de las personas muy tímidas con las cuales el vendedor debe tomar la iniciativa.

7. Un buen vendedor debe hacerse respetar. También debe aprender a respetar.

8. No hable demasiado. Aprenda a escuchar. Los buenos habladores no son frecuentemente buenos vendedores.

9. Evite las palabras negras como: le vengo a vender... cómpreme. .. El dinero que usted gasta cámbielo por el dinero que usted gana.

10. Expresiones espinosas como no cree usted que cámbielas por indudablemente sabe usted que...

11. Palabras inútiles como vea usted, oiga usted, cámbicelas por: señor, tenga la amabilidad, si es posible.

12. Utilice el silencio sabiamente. Si el cliente pierde la atención haga silencio absoluto y mírelo.

13. Ensaye diariamente la sonrisa frente al espejo hasta que luzca franca.
14. Acompañe la palabra a la acción. Sea ágil.
15. Venza el miedo mediante el entrenamiento. Adquiera seguridad en el producto que vende.
16. El buen humor es importante pero dejemos que el cliente tome la iniciativa.
17. Encuentre detalles en el cliente que merezcan la felicitación sincera.
18. Nunca critique nada, NI A NADIE, ni trate de discutir.
19. No existe cliente pequeño: todos son importantes.
20. Recuerde que el dinero del pobre vale igual que el dinero del rico. Atienda a todos por igual.
21. Pídale consejo al cliente. Este se sentirá importante y le ayudará gustoso.
22. Los vendedores no nacen: SE HACEN. Vender no es un arte sino una técnica. Por tanto estúdiala y practíquela.
23. Recuerde que la personalidad es al hombre lo que el perfume a las flores.
24. Auto motive: creer en uno mismo es el salto grande hacia el éxito. Sonría... la sonrisa no cuesta nada y produce mucho.
25. El entrenamiento en las ventas ha de ser tan intenso que luego vender ha de ser un descanso.
26. Sea cortés y muéstrese generoso en la alabanza. No trate de encontrar defectos; mire las cualidades.
27. Consiga la buena colaboración de su cliente: no le venda, ayúdele a comprar.
28. No hablemos de nosotros mismos pero dejemos que el cliente nos hable de él.
29. Los buenos vendedores son los que trabajan intensamente.
30. Venza el miedo. Repítase sin cesar: lo puedo hacer, voy a hacerlo, lo voy a lograr.
31. Utilice una grabadora para perfeccionar su voz y sírvase del espejo para perfeccionar su figura y sus gestos.
32. Mientras más conozca su producto y su industria más ventas puede lograr.
33. Consagre momentos especiales a la lectura.
34. Asíciase con colegas y aprenda de ellos.
35. Recuerde que el hombre es lo que quiere ser. Defina sus metas y luche por alcanzarlas.
36. Para muchas personas la palabra trabajo puede significar cansancio. Para el buen vendedor significa progreso, desarrollo, salud, placer y éxito.

37. Una actitud mental positiva es esencial. Trabaje con placer, ánimo y confianza, para luego recibir felicidad, descanso y seguridad.
38. Conozca de antemano el nombre de su cliente: es la palabra más bonita que él puede escuchar. Nómbrelo varias veces durante la presentación.
39. Las ventas se descomponen en tres fases: CONOCER, CONVENCER Y CONCLUIR. Conozca al cliente, convéncalo y cierre la venta.
40. Si usted hace sentir al cliente que necesita del producto y, a la vez, que lo desee, la venta será un éxito.
41. El cliente compra porque lo motivan ofreciéndole: seguridad, comodidad, beneficio, novedad y garantías.
42. Pero lo más importante en el acto de vender es demostrar al cliente los beneficios que va a obtener y las pérdidas que puede evitar.
43. No se dedique a explicar demasiado las características técnicas del producto en sí, sino las ventajas y beneficios que disfrutará el cliente al poseerlo.
44. Cualquier edad es buena para triunfar en las ventas. Somos jóvenes en la medida que nos sentimos. No llenes tu vida de años sino tus años de vida.
45. La pereza camina tan despacio que pronto la pobreza la alcanza. Por tanto, la pereza y las ventas no pueden caminar juntas.
46. Olvídense del pasado con todos sus errores y piense en el futuro con todas sus posibilidades y triunfos.
47. Recuerde que el mejor modo de ganar una discusión es evitándola.
48. Aunque el cliente no tenga la razón, saber entenderle su razón antes es saber venderle.
49. Vivir en armonía con los demás es esencial para un vendedor.
50. Recuerde que la alegría es contagiosa. Esfuércese en ser amable, afectuoso y sus ventas se multiplicarán.
61. Lograr obtener la colaboración de los demás es saber vender.
52. Para obtener la colaboración de los demás debemos interesarnos en los problemas de ellos primero que en los nuestros.
53. Únicamente los clientes compran aquellas cosas que ven útiles ante la persuasión del vendedor.
54. El deseo de compra se aviva cuando el vendedor se muestra simpático y agradable.
55. El vendedor debe ser organizado manteniendo un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar.
56. Debe llevar una libreta donde anota todo: renovación de pedidos, nombres y direcciones. No confíe nada a la memoria.

57. Organice una lista de personas a visitar y zonifíquelas.

58. Es mejor gastarse trabajando que podrirse vegetando. El que malgasta el tiempo será malgastado por el tiempo.

59. Conviértase en un hombre elegante para distinguirse de otros, pero sin ser excéntrico.

60. Cultive su voz, cante canciones, module, vocalice. No hable demasiado rápido ni eleve el volumen de su voz más alto que el de su cliente. Hable poco y preciso.

61. La empatía es la facultad de adaptar su propia personalidad a la personalidad de los demás: utilícela.



C04-22-0637 © Peter Griffith / Masterfile www.masterfile.com

62. Si su cliente es un hombre de mucha importancia espere hasta que él le extienda la mano primero.

63. Si su cliente es tímido extiéndale usted la mano amigablemente.

64. Si su cliente es indeciso ayúdele a decidir, decida por él sin que lo note. Si es pesimista, tranquilícelo.

65. Si trata con un egocéntrico déjelo que él decida después de una demostración corta pero precisa.

66. Si se encuentra frente a una persona determinada, es conveniente saber utilizar la determinación de él para venderle.

67. Si se encuentra con un excéntrico, sígale la corriente; felicítelo, así a éste le quedará difícil decir no.

68. Si tiene que tratar con un oportunista es fácil hacerle creer que él puede aprovecharse de la

situación. El vendedor debe aprender sicología para agrupar a sus clientes según sus caracteres.

69. Debe asegurarse, desde un principio, la atención completa de su cliente; de lo contrario perderá su oportunidad.

70. El vendedor debe decir siempre la verdad y no exagerar las cosas.

71. Recuerde que nadie convence a otros de lo que no se ha convencido a sí mismo.

72. Por lo anterior, si no se convence a sí mismo de la bondad de un producto, no lo venda. Para convencerse de un producto es necesario conocerlo a fondo y disfrutarlo un poco.

73. La conversación es el puente del pensamiento entre los seres humanos.

74. En la conversación no utilice palabras rebuscadas, tampoco emplee palabras vulgares.

75. Cuando encuentre personas dotadas de un talento extraordinario al conversar, no se acompleje: felicítelas por ello y las tendrá a su favor.

76. Organice el proceso de la venta en los siguientes puntos:

77 A: Saludo de entrada •= primera impresión.

B: Presentación personal = primer contacto.

79 C: Presentación del producto = primera impresión de lo que se ofrece.

80. D: Elogio del producto == sus ventajas, razones de su utilidad o necesidad.

81 E: Explicación = las ventajas a obtener y pérdidas a evitar.



004-22-0565 © Jim Craigmyle / Masterfile www.masterfile.com

82 F: Cierre = remate de la venta, solicitar el pedido; firma.

82 G: Felicitación: agradecer la compra y animar al cliente.

83 H: Despedida = servicio de postventa.

84. Hablando de otro tema, es conveniente apoyarse en las emociones humanas para fabricar ventas, por ejemplo:

85. El miedo: señor es el ultimo artículo que me quedó y no sé si llegarán mas como éste.

86. El amor propio: señorita, por su porte usted merece vestidos elegantes como éste.

87. Los hijos: seguramente usted deseará lo mejor para sus hijos, ¿ no es cierto ?

88. Ganancias: señor: esta estufa, por su economía, se pagará prácticamente sola y usted saldrá ganando.

89. Los sentimientos se esconden muy mal: no visite a un cliente cuando se encuentre ofuscado... él lo notará.

90. Por el contrario, caliéntese antes de la venta inyectando en su mente pensamientos positivos.

91. No permanezca mucho tiempo en una sala de espera... pida otra cita.



C04-22-0539 © Valerie Simmons / Masterfile www.masterfile.com

92. Entréguele su producto a su cliente para que lo aprecie... a él le costará devolvérselo. Recuerde; ver es comenzar a creer.

93. Aprenda a callar. Recuerde que si la palabra es plata, el silencio es oro.

94. No trate de enseñar sino de demostrar. Los profesores enseñan, no venden.

95. Ponga la hoja de pedido bien a la vista del cliente para que él se acostumbre a ella.

96. Durante la venta haga preguntas en las que el cliente obligatoriamente deba responder sí, al final estará inclinado a decir

97. Hable en términos como sí el cliente ya hubiere comprado el producto. Esto genera en él el deseo de comprar. Elimine frases como ¿Qué piensa usted ¿Siempre me lo van a comprar? Lo vendo, cómpreme...

99. Una pregunta mágica, pues ha dado resultados sorprendentes es: ¿No es cierto. El no que contiene no es categórico y obliga a responder sí. Utilícela. Ejemplo: señora: a usted seguramente le gustaría darle a sus hijos las mismas posibilidades que usted tuvo, ¿no es cierto?

100. No haga que su profesión de vendedor sea una esclavitud, descanse cuando crea conveniente hacerlo; pero ame su profesión pues el amor aumenta las posibilidades. Recuerde que el poder de la automotivación es la fuerza que usted adquirirá sobre sí mismo y es el mayor de los poderes del cerebro. Nadie convence si no está convencido de sí mismo. Si sus ideas son grandes atraerán oportunidades poderosas. La riqueza está dentro de usted y debe aflorarla mediante el empleo correcto de la mente y de todos sus infinitos recursos. Usted es la criatura más grande que pisa la tierra. ¡USTED ES UN ÉXITO!

Magnum Astron

LIBROS