



SKILLING  
CENTER

**TECMILENIO**



# Ventas

Tema 5  
Comunicación activa

Módulo 1 / Semana 2

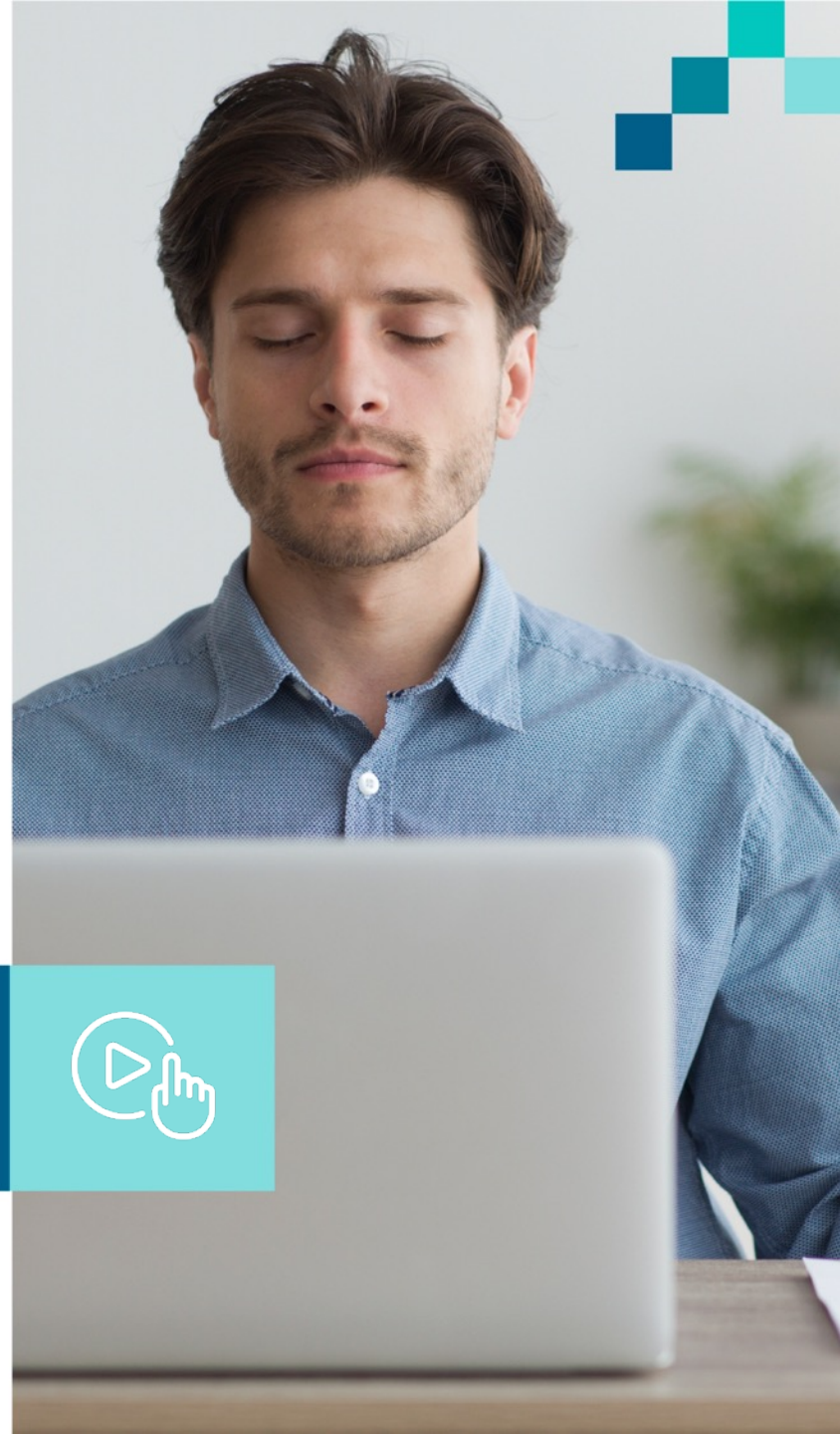


Bienestar - *mindfulness*

## Atención plena

Te invito a realizar la siguiente actividad de bienestar-mindfulness antes de comenzar a revisar el tema.

<https://youtu.be/lrsaUmq2l1w>



# Introducción

## Comunicación participativa

Se caracteriza por escuchar atentamente, hacer preguntas, mostrar empatía y responder de manera efectiva.

Beneficia al vendedor al permitirle comprender mejor las necesidades del cliente, construir relaciones sólidas y adaptar sus estrategias de venta de manera más precisa.

Para el cliente, promueve una experiencia de compra más satisfactoria al sentirse comprendido y valorado, lo que aumenta la confianza y la probabilidad de una compra exitosa.



# Explicación

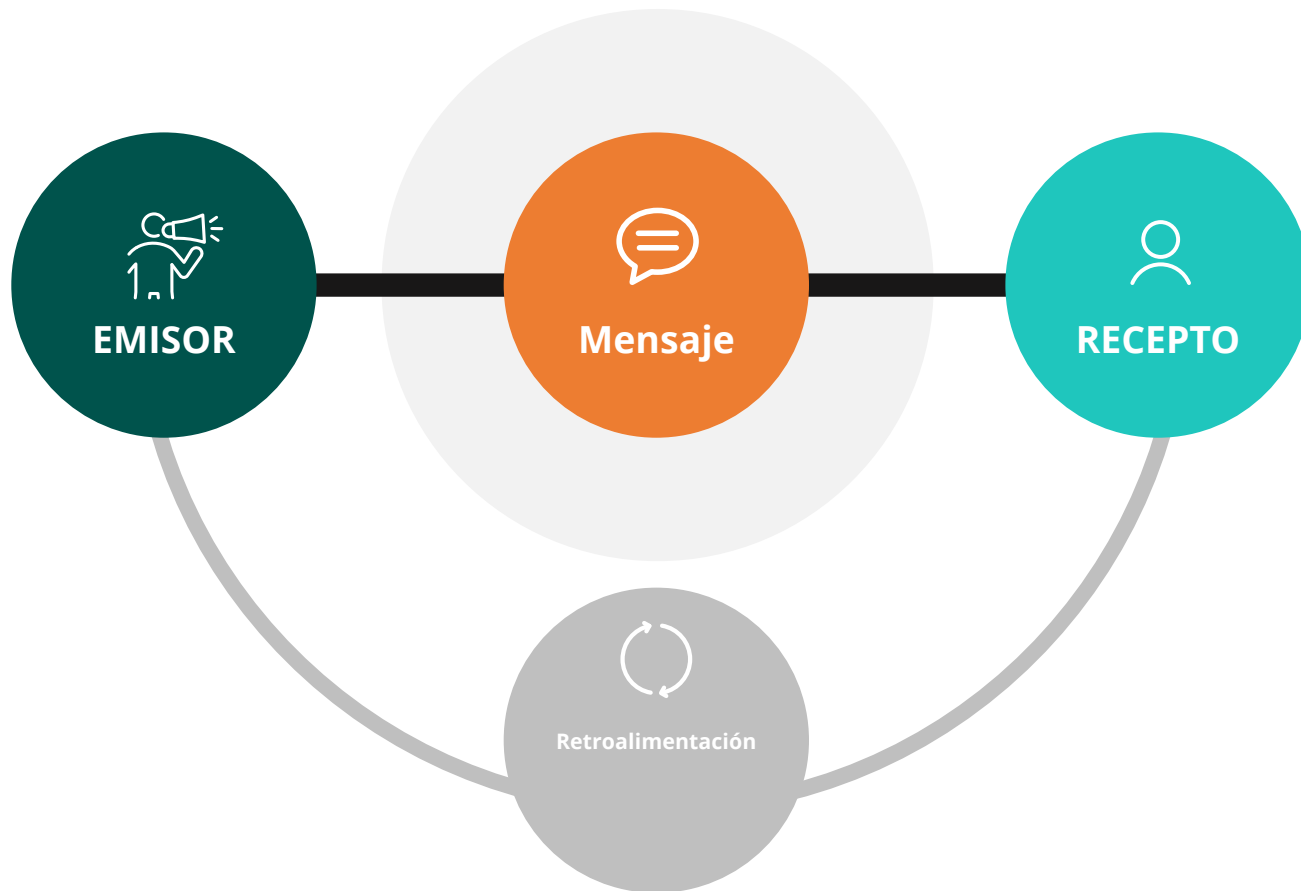
## Técnicas SPIN

- S** Las preguntas de situación son para establecer los antecedentes de la propuesta de trabajo.
- P** Las preguntas de problema, como el nombre lo indica, cuestionan al cliente sobre las dificultades que pueda tener actualmente.
- I** Las preguntas de implicación son sobre consecuencias que los problemas le acarrearán al cliente.
- N** Las preguntas de necesidad de resultado son aquellas que conectan directamente el producto que vendemos.



# Explicación

## El vendedor como comunicador



# Explicación

## Comunicación verbal y no verbal

La comunicación se compone de dos elementos fundamentales: verbal y no verbal. La comunicación verbal se refiere a las palabras que utilizamos para expresar pensamientos y sentimientos. Incluye el vocabulario, la gramática y el tono de voz. Por otro lado, la comunicación no verbal engloba gestos, expresiones faciales, postura y contacto visual. A menudo, esta forma de comunicación puede transmitir emociones y significados más poderosos que las palabras. Ambas formas de comunicación interactúan para dar contexto y profundidad a nuestras interacciones, siendo esenciales para la comprensión mutua en la comunicación humana.





# Ejercicio

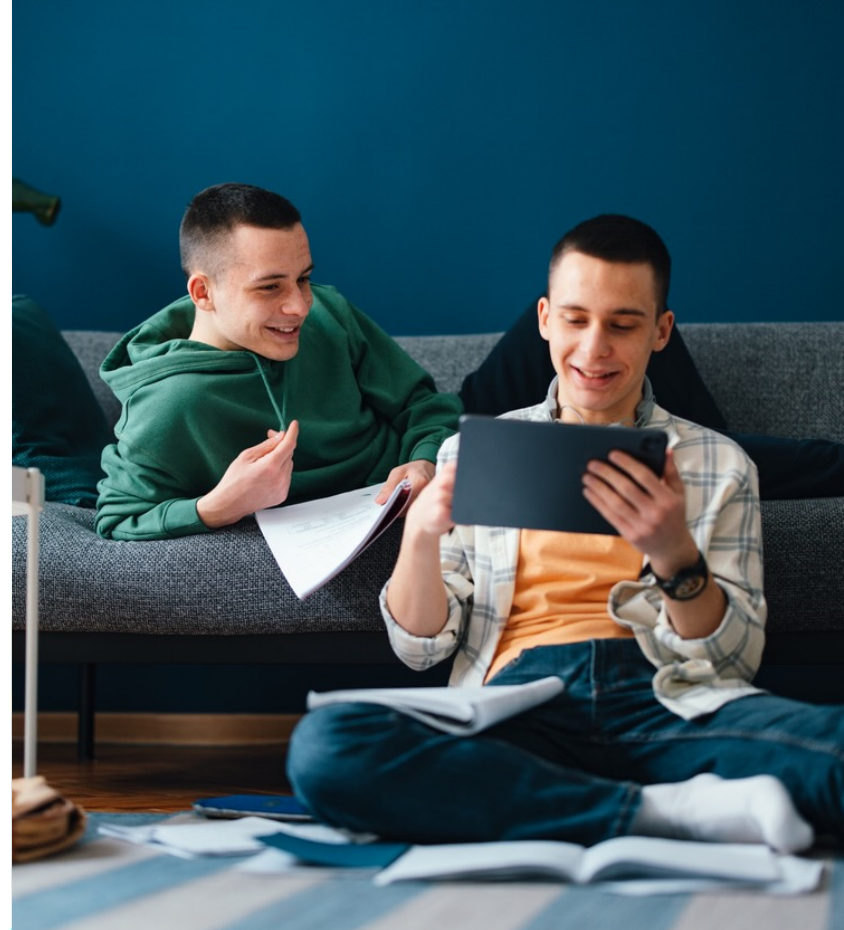
## Escucha activa individual para rescatar frases expresivas de la necesidad del cliente

### Actividad

En esta actividad, asume el papel de un vendedor y un cliente al mismo tiempo, con 15 minutos para una venta simulada. Escucha al cliente y registra frases clave que reflejan sus necesidades.

Luego, selecciona las frases más expresivas y explica cómo planeabas abordar sus necesidades.

La actividad promueve la escucha activa y la mejora de las habilidades de ventas, adaptándose a las necesidades de cada cliente.





# Ventas

## Tema 6 Manejo de objeciones

### Módulo 1 / Semana 2



# Introducción

## Manejo de prejuicios y sesgos antes de la compra

El manejo de objeciones es una habilidad crucial en ventas y negociaciones. Implica identificar, comprender y abordar las preocupaciones, dudas o resistencias que un cliente pueda tener en relación con un producto o servicio.

El objetivo es superar estas objeciones de manera efectiva, proporcionando respuestas convincentes y soluciones que eliminen las barreras para cerrar una venta o alcanzar un acuerdo.

Esta habilidad requiere empatía, argumentación sólida y la capacidad de transformar objeciones en oportunidades para fortalecer la relación con el cliente.



# Explicación

## Principales objeciones

**No lo necesito**  
(Objeciones relacionadas con las necesidades)

**No me gusta el producto**  
(Objeciones relacionadas con el producto)

**No confié en la compañía**  
(Objeciones relacionadas con la fuente)

**Está muy caro**  
(Objeciones relacionadas con el precio)

**Por ahora no lo necesito**  
(Objeciones relacionadas con el tiempo)





# Explicación



## El manejo de objeciones crea valor para el cliente

El manejo de objeciones crea valor para el cliente al abordar sus preocupaciones de manera efectiva. Proporciona respuestas convincentes que eliminan barreras, demostrando que el producto o servicio puede satisfacer sus necesidades y deseos. Esto aumenta la confianza del cliente, fortalece la relación y garantiza que la solución propuesta sea percibida como valiosa, lo que facilita compra.

# Explicación

## Técnicas para el manejo de objeciones

- 1 Negativa directa
- 2 Negativa indirecta
- 3 De compensación
- 4 Sentir, sintió, encontró
- 5 Boomerang
- 6 Dejar pasar
- 7 Posponer



# Ejercicio

Desarrollar una estrategia efectiva para manejar objeciones con base a un curso de ventas.

La actividad consiste en investigar el curso de ventas ofrecido por Brian Tracy, identificar posibles objeciones que una empresa podría tener al considerar una compra, categorizar estas objeciones y diseñar una estrategia integral para abordarlas. La estrategia debe demostrar un profundo conocimiento del producto, resaltar sus características y beneficios clave, mostrar cómo crear valor para el cliente, proporcionar respuestas sólidas a las objeciones y presentar una estructura organizada para una conversación de ventas efectiva. El objetivo es persuadir a los clientes potenciales al destacar el valor del producto.





# Ventas

Tema 7  
Técnicas de cierre

Módulo 1 / Semana 2

# Introducción

## Métodos de finalización de ventas

Las técnicas de cierre en ventas son estrategias utilizadas por los vendedores para persuadir a un cliente o prospecto a tomar la decisión final de compra. Estas técnicas están diseñadas para superar objeciones, reducir la indecisión y llevar a la acción de compra. Algunas de las técnicas de cierre comunes incluyen el cierre de suma, donde se destacan los beneficios adicionales; el cierre por asunción, donde se supone que el cliente ya ha tomado la decisión; el cierre por elección limitada, ofreciendo opciones limitadas, entre otros.

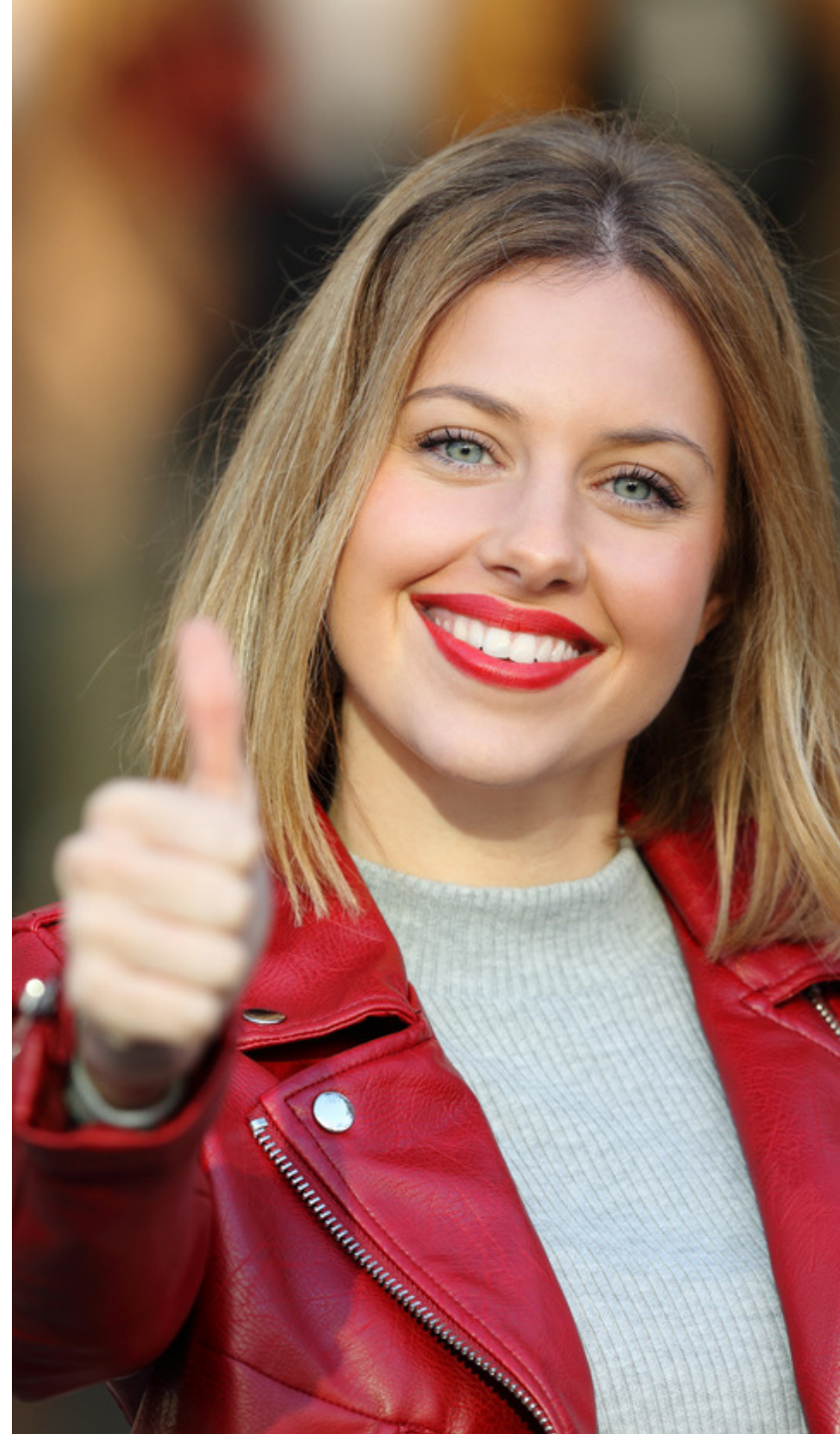


# Explicación

## El cierre de ventas

El paso más importante dentro de la entrevista de venta es el cierre. De nada sirve que hayas hecho una excelente argumentación y manejo de objeciones si fallas a la hora de cerrar, este es el auténtico momento vender es identificar necesidades, elegir soluciones correctas y demostrar las cualidades de un producto para resolver un problema.

Cerrar significa que el comprador tome una decisión y esté de acuerdo con lo que tú le ofreces; es decir, concordar con tu solución y tu propuesta.





# Explicación



## Tipos de cierres de ventas

- Cierre ascendente
- Cierre del sándwich
- Ultimátum de cierre
- Cierre secundario
- Cierre alternativo
- Cierre resumen
- Cerrar formulario de orden de compra
- Cierre de retirada
- Cierre de venta perdida

# Explicación

## Importancia de las técnicas de cierre

Las distintas técnicas de cierre son algunas de las que puedes usar para concretar la venta. Es necesario conocer muchas técnicas de cierre, pues los prospectos no usan una sola excusa, sino varias.

No es posible decir que unas sean mejores que otras, pero sí es posible pensar que mientras más técnicas conozcas, más habilidades tendrás para lograr que tus clientes te compren tus productos y servicios.

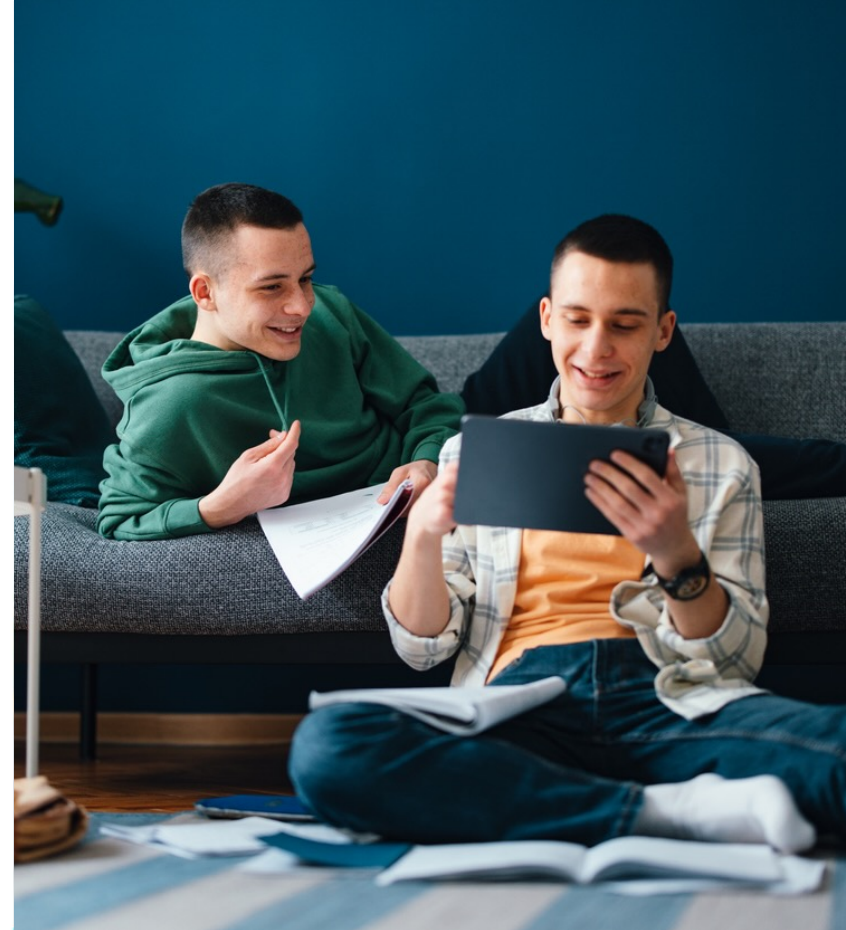


# Ejercicio

## Aplicar las técnicas de cierre de venta en el contexto de la promoción y venta de paquetes vacacionales

La actividad implica aplicar técnicas de cierre de venta en una agencia de viajes donde algunos clientes postergan decisiones de compra debido a la falta de actividades específicas en los paquetes. El gerente de ventas busca aumentar la tasa de cierre de ventas. Propón tres diálogos que utilizan diferentes técnicas de cierre.

Las técnicas ayudarían a superar objeciones, brindar soluciones adaptadas y aumentar las tasas de cierre. La elección de la técnica más adecuada depende de la situación y las preferencias de los clientes. Estas técnicas mejorarían la eficiencia y la satisfacción de los clientes en la agencia de viajes.





# Cierre

## Técnicas para la venta profesional

La comunicación activa es esencial en ventas, donde los vendedores escuchan a los clientes con atención. Cuando surgen objeciones, los vendedores utilizan técnicas de manejo de objeciones para abordarlas con empatía, argumentos sólidos y soluciones adaptadas. Luego, aplican técnicas de cierre para persuadir al cliente a tomar la decisión de compra. Estas técnicas incluyen el cierre de suma, el cierre por asunción y otras estrategias que ayudan a superar dudas y aseguran una venta exitosa. La comunicación activa, el manejo de objeciones y las técnicas de cierre se combinan para crear interacciones de ventas efectivas y satisfactorias para el cliente.



# Referencias bibliográficas

- Cardone, G. (2013). *Vendes o vendes*. México: Santillana Ediciones Generales S.A. de C.V.
- Castleberry, S., y Tanner, J. (2014). *Selling: Building Partnerships*. EE.UU.: McGraw-Hill.
- Tracy, B. (2011). *El arte de cerrar la venta*. México: Grupo Nelson Inc.
- Weitz, B., Castleberry, S., y Tanner, J. (2005). *Ventas. Construyendo sociedades*. México: McGraw-Hill.

