INDUCCIÓN PARA PROMOTORES

MODELO DE VENTAS

2 · 0 · 1 · 9

Samsonite

CLAVES DEL ÉXITO EN VENTAS

SALUDAR
A CADA CLIENTE EN LOS PRIMEROS **30 SEGUNDOS.**

IDENTIFICAR
LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.

INTENTA
AGREGAR AL MENOS **UN PRODUCTO ADICIONAL** EN CADA VENTA.

CONCRETAR
EL CIERRE DE VENTA.

AGRADECE
A CADA CLIENTE.

PREPÁRATE Y ENTRENA
CONOCE EL PRODUCTO, AL CLIENTE Y A LA COMPETENCIA

PROTOCOLO

DE VENTAS

ANTES DE LA VENTA

#1 PRESENTACIÓN PERSONAL

#2 LIMPIEZA Y ASEO DE **PUNTO DE VENTA O TIENDA**

#3 REPOSICIÓN Y EXHIBICIÓN

#4 POSTURA CORPORAL

#5 PERSONALIZACIÓN

#6 COMUNICACIÓN **SEGURA Y AMABLE**

#7 CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO

#8 UBICACIÓN DE PRODUCTOS Y ESPACIOS ADICIONALES

PROTOCOLO

DE VENTAS

#1 APERTURA DE LA VENTA

#2 DESCUBRIR **NECESIDADES**

#3 DEMOSTRACIÓN DEL PRODUCTO

#4 MANEJO DE OBJECIONES

#5 CIERRE DE VENTA

#6 CONFIRMACIÓN DE VENTA E INVITACIÓN A VOLVER

PROTOCOLO
DE VENTAS

DESPUÉS
LA VENTA

#1 ANALIZAR EL DÍA

#2 FEEDBACK
CON EL JEFE

OPORTUNIDADES
DE MEJORAS

Samsonite

APERTURA DE VENTAS

- Satisfacer a cada uno de los Clientes
- Mantener Los problemas personales Fuera del Punto de Ventas
- No conversar en el Punto de Ventas
- No atender **llamadas o WhatsApp** en el Punto de Ventas
- **NUNCA** calificar al cliente (atender a todos)
- Escuchar las ideas de los Clientes
- Usar palabras para expresar *no impresionar*
- Nunca interrumpas a tus Clientes
- Siempre lucir profesional
- Vender toda la mercancía con entusiasmo

OBJETIVO Vencer la resistencia del Cliente y establecer una relación **persona – persona**

¿CÓMO? A través del **Contacto Visual** y **Saludo verbal**

DESCUBRIR

NECESIDADES

#1

Determinar

· Lo que el cliente quiere.
· Por qué lo quiere.
· Que confíe en ti.

#2

REALIZANDO PREGUNTAS

· ¿Realizará algún viaje?
· ¿Quiere un producto para su trabajo?
· ¿Le interesa comprar una cartera o quizás algo para una persona joven?

OBJETIVO Indagar la necesidad del Cliente para poder ofrecer el producto correcto y concretar la venta.

¿CÓMO? Con **Preguntas Abiertas**

DEMOSTRACIÓN

Queremos que nuestros Clientes **conozcan el producto.**
Para esto, es necesario que **“VIVAN”** el producto mediante la Demostración.

¿CÓMO?

- Toquen
- Prueben
- Deslicen
- Carguen
- Levanten
- Sientan

OBJETIVO Establecer el valor del producto en la mente del cliente y crear el deseo de poseer el producto.

INTENTO DE CIERRE

Una buena forma de intentar el cierre es dar a tu cliente **sólo dos opciones** de compra, así mejoras la probabilidad de conseguir una respuesta **"sí"** y conseguir el cierre de la venta.

Ejemplos de preguntas:

· ¿Le gustaría llevarse el equipaje de mano o la maleta?
· ¿Será en efectivo o tarjeta?
· ¿Le gustaría en azul o negro?

**Evita preguntas cerradas.*

OBJETIVO

Aumentar las posibilidades de venta y concretar el cierre.

MANEJO DE
OBJECIONES

Las objeciones son las **negativas o "peros"** que pone el cliente frente al producto ofrecido.

- Volveré.
- Seguiré mirando.
- No puedo decidirme.
- No estoy seguro; debí haber venido con mi esposa.

Superar las objeciones con éxito depende casi exclusivamente de **la capacidad del vendedor.**

PREPÁRATE Y ENTRENA

Conoce el Producto, al cliente y a la Competencia.

OBJETIVO

Determinar la verdadera razón del cliente para no comprar y **salvar la venta.**

CIERRE DE LA VENTA

Si lograste superar las objeciones…

¡¡FELICIDADES!!

Lograste el cierre de una venta.

IMPORTANTE

Acompañar al cliente en el proceso de cancelación puede significar perder otra oportunidad de venta.
Debes estar siempre pendiente de tu Punto de Venta.

AGRADECIMIENTO E INVITACIÓN

Luego es el momento de agradecer e invitar a tus clientes a volver a tu punto y hacerle saber lo contento que estás con su compra.

Ejemplo:

“Gracias y vuelva pronto, no olvide que mi nombre es …”

OBJETIVO

Alentar al Cliente a que vuelva a y tu punto de venta o que recomiende nuestras marcas.

INDUCCIÓN PARA PROMOTORES

MODELO DE VENTAS

2 · 0 · 1 · 9