

GUIÓN DE VENTAS DE ALTO VALOR



NANO LAMBERTI

SESIONES EFECTIVAS QUE CIERRAN VENTAS DE FORMA FÁCIL

7 PASOS PARA CERRAR VENTAS EN TUS SESIONES

1. Introducción (Conexión)
2. Control
3. Descubrimiento
4. Recapitulación
5. Diagnostico
6. Descripción de la ayuda
7. Cierre y Manejo de objeciones

**ARE YOU
READY???**



CONTEXTO

Tienes que recordar que esto no es una llamada en frío ni vas a vender absolutamente nada.

Tu trabajo aquí es de conectar a través de esta sesión, una necesidad y una solución.

Si ha pasado a través de tu proceso (embudo de ventas) El cliente ya sabrá perfectamente quien eres, será consciente de su problema y de que tú conoces la solución.

Recuerda que, durante el camino para llegar a ti, fue trabajando su decisión, fue eliminando miedos y objeciones y ha dado un paso importante para reservar esa cita contigo.

Solo le falta nuestra ayuda para animarlos a tomar esa decisión

Pero en ocasiones el cliente no ha pasado por la totalidad del embudo de ventas y solo puede haber llegado a través del último filtro (El formulario de validación)

Esto hará que en la llamada seguramente nos encontremos con diferentes niveles de consciencia de prospectos.

5 NIVELES DE CONSCIENCIA DE EUGENE SCHWARTZ



LA PRUEBA DE LOS 7 SÍ

Hay detalles en los pasos previos y durante la llamada que pueden estar indicando que ese cliente puede no ser el indicado para trabajar contigo, para eso te recomiendo que te hagas estas 7 preguntas que servirán de prefiltro interno para no continuar con el proceso de selección.

1. El prospecto te ha buscado a ti
2. Es un prospecto con el que te gustaría trabajar
3. El prospecto tiene un problema que tu solucionas
4. El prospecto esta dispuesto a invertir en tu solución tiempo y dinero
5. Resolver ese problema es su primera prioridad
6. El prospecto cree que eres el indicado para hacerlo y no esta buscando otras opciones
7. El prospecto tiene la autoridad de tomar la decisión de aceptar o no tu propuesta sin necesidad de depender de otra opinión

REGLAS BÁSICAS ANTES DE COMENZAR

- Asegúrate el día anterior por una llamada o por un mensaje de que la persona estará presente.
- Ten a mano el formulario que haya completado previamente y los detalles de tu programa o servicio
- La llamada de cierre, no es un taller, ni una sesión de consultoría gratuita. No estás ahí para responder preguntas sobre su negocio. Estás ahí para escuchar sus necesidades y mostrarle el camino.
- Mantén la misma energía que provocó que la persona llegará hasta ahí. (No puedes ser una ayudando y otra en este momento)
- Tu llevas el control de esa llamada (tú estás entrevistando a esa persona para ver si podéis trabajar juntos. NO ÉL A TI)
- No es un cliente hasta que haya realizado el pago. Ten a mano el link a la pasarela de pago para que pueda realizar el mismo de una forma fácil.
- Toma apuntes de sus respuestas mas significativas (debes demostrar que has prestado atención a su historia, nombres de su entorno y a sus necesidades) Los detalles marcaran la diferencia.



INTRODUCCIÓN (Conexión)

Esta fase suele durar de 1 a 5 minutos.

En esta fase descubrirás el compromiso que el potencial cliente está teniendo con la llamada.

Es importante que sepas que ante todo la venta es una relación entre personas. Y por ello resulta esencial romper el hielo y crear un buen ambiente en el que te puedas ganar a la persona que tienes al otro lado.

Si el cliente no está receptivo, lo mejor es que con total naturalidad le expongas que sientes que no es un buen momento para hablar y reprograméis la reunión para otro día.

Es un momento donde buscar un factor de conexión hará que el resto de la llamada sea más cercana

Cuando se genera un clima de confianza entre ambos, todo el resto del proceso fluye de forma más sencilla. De hecho, hasta que no consigas crear esa química entre ambos, no debes pasar a la siguiente fase del proceso.

EJEMPLO:

¿Hola Alicia, cómo estás? Soy Nano Lamberti, es un placer conocerte

Bueno, esta sesión es para conocernos un poco más y ver si realmente soy yo la persona indicada para poder ayudarte.

Pero antes me gustaría que me cuentes un poco de ti, no de tu negocio, de ti. En el formulario vi que vives en..... Que envidia de lugar 😊

¿Ahora mismo tienes tiempo de disfrutarlo o eres de esas personas adictas al trabajo que no descansan ni un segundo?

¿Tienes hijos? ¿Ahora entiendo lo del poco tiempo, yo también tengo hijos, se llaman Luca y Olivia y tienen 3 meses y 6 años, los tuyos?.....

CONTROL DE LA LLAMADA

2 minutos para explicar esto

Ha llegado el momento de tomar el control de la llamada explicándole cómo será la misma.

Establece las reglas del juego para evitar que el cliente dirija la llamada queriendo adelantarse preguntando el precio u alguna otra pregunta que te haga perder el hilo de la misma.

En esta fase deberás explicar la duración y la dinámica de la misma.

EJEMPLO:

1. Cuanto durará la llamada

Esta llamada durará aproximadamente unos xx minutos y para garantizar que le saquemos el máximo provecho a la misma nos moveremos rápidamente.

*¿Hay alguna persona que deba estar en esta llamada que tenga que tomar alguna decisión contigo? **Eliminamos objeción “Lo tengo que consultar con...”***

2. La dinámica de la misma (preguntas – diagnostico - invitación)

Tengo unas preguntas muy específicas que quiero hacerte para cumplir con los objetivos de la misma que son...

- *Identificar el momento exacto en el que te encuentras*
- *Establecer un plan con las acciones prioritarias que deberías realizar*

*Al finalizar si veo que podemos ayudarte a acelerar este proceso, te contaré las condiciones de cómo vamos a hacerlo así no tienes ninguna duda al respecto. **(esto es importante ya que con esto eliminas que el cliente este durante la llamada solo esté pensando en el precio)***

¿Te parece bien?

Perfecto empecemos Alicia

DESCUBRIMIENTO

En esta fase recopilaremos algunos datos con el fin de conocer, desde nuestra perspectiva, cuál es su situación y que nos revele como la ve desde la suya.

Las preguntas tienen el objetivo de que el mismo se dé cuenta de sus carencias, reafirme el problema que está teniendo y de cómo este afecta a otros aspectos de su vida.

Para ello trabajaremos haremos preguntas que estarán directamente relacionadas desde su perspectiva y otras relacionadas directamente con nuestra solución, desde nuestra capacidad analítica como profesional.

EJEMPLO:

Desde su perspectiva

- *¿Cuéntame un poco sobre ti?*
- *¿Qué fue lo que te motivó para solicitar esta llamada?*
- *¿Hace cuánto que tienes este problema?*
- *¿Has intentado solucionarlo anteriormente?*
- *¿Qué resultados obtuviste?*
- *¿Cómo es ahora mismo un día tuyo? Cuéntame tu rutina diaria*

Desde la nuestra

Perfecto ahora vamos a hablar de tu negocio...

- *¿Cuánto ha facturado tu negocio el mes pasado? (problema principal del cliente)*
- *¿Qué servicios o productos ofreces?*
- *¿Qué precios tienen?*
- *¿Cómo le pusiste el precio a tus productos / servicios?*
- *¿Quién es el tipo de clientes al que ayudas?*
- *¿Por qué la gente adquiere tu producto o servicio?*
- *¿Conoces a tu competencia? ¿La tienes detectada?*
- *¿En qué te diferencias de ella?*
- *¿Cuál producto/servicio se vende más?*
- *¿Cuál quieres vender más?*
- *¿Cómo llegan los clientes a ti?*

IMPORTANTE: En esta fase deberás tomar apuntes de todos los datos para detectar en detalle el problema específico y como afecta en su día a día.

Estos datos los necesitarás para la siguiente fase.

RECAPITULACIÓN

Esta parte es muy importante porque bajamos a tierra con el prospecto, el verdadero problema que está teniendo y revelamos el VERDADERO motivo de por qué quiere solucionarlo.

Todos tomamos decisiones por un GRAN POR QUÉ y debemos averiguarlo.

Queremos bajar de peso por algo (Un evento especial, salud, poder desarrollar actividades con la familia, etc)

Queremos ganar más dinero por algo (nuevas adquisiciones, viajar, vivir momentos, bienestar familiar, etc)

En esta fase haremos un resumen de su situación con 3 objetivos.

1. Demostrarle al prospecto de que entendemos perfectamente su situación y sus necesidades
2. Conseguir la reafirmación por parte del prospecto para conocer su nivel de consciencia y el verdadero motivo de querer esa solución.
3. Ayudarlo a visualizar dónde quiere llegar a estar en los próximos meses

EJEMPLO

1. Entendemos su situación

Para recapitular un poco...

Ahora mismo te estás sintiendo que estas cómo estancada.

Económicamente, no es que estés mal, pero sabes que podrías ahora mismo sacarle más provecho a tu negocio.

Estás ganando al mes xx y quieres llegar a xxx ¿Es correcto?

2. Conocemos su principal motivo

¿Por qué no quieres quedarte en esa cifra? ¿Por qué quieres ganar más? ¿Cómo afecta esta situación a tu vida y a tu entorno?

3. Lo ayudamos a visualizar sus resultados

Quiero hacerte una pregunta que le hago a todos mis clientes antes de comenzar con un proceso de aceleración de negocios.

Vamos a viajar al futuro un rato, ¿te vienes?

Hoy es 31 de diciembre y estas en los 10 segundos posteriores después de comerte las uvas y brindar con tus seres queridos... ¿sí?

En ese momento uno suele pensar en el año que paso y en todas las cosas que hemos vivido...

Cuando en ese momento te mires a ti misma, En que situación vas a estar a nivel trabajo, ponme ese ideal de tu día de trabajo, cuéntame la cantidad de clientes que tienes y lo que estás ganando en ese momento.

¿Te imaginas estar en esa situación?

(Este es mi ejemplo de visualización, te recomiendo que utilices uno que te identifique a ti)



DIAGNÓSTICO

Aquí ya sabemos perfectamente sus síntomas, así que llego el momento de conocer su urgencia y su compromiso para solucionarlo.

Para ello le daremos el diagnóstico mostrándole el camino que debería seguir en un formato de pasos sin detenerte en detallar ninguno de ellos para no perder el hilo de la entrevista. (Esto le reafirmará que conocemos la solución)

Esta bien que en este paso puedas utilizar ejemplos de otras personas con las que hayas trabajado para que el prospecto se vea reflejado y quiera vivirlo también.

EJEMPLO

*Pues te voy a contar algo Alicia. Realmente tienes mucho conocimiento, y la falta de resultados se basa en pequeños detalles que generan grandes resultados. Solo necesitamos hacer un pequeño click. **(Hemos investigado y escuchado)***

*Te cuento que lo que me has contado es muy normal. La mayoría de mis clientes pasan exactamente por la misma situación y se bloquean. **(Entendemos el problema)***

Pero no te preocupes, yo ya tengo claro el motivo por el que tu negocio no está funcionando. Ahora quiero explorar la forma en la que te podemos ayudar.

*En este momento, lo que necesitas hacer como prioridad es...(camino corto). Eso hará que puedas... (beneficio) **(Tenemos la solución)***

*Me has dicho que esto era una prioridad máxima para ti y creo que podemos ayudarte porque tu perfil encaja perfectamente con nuestro programa de crecimiento xxxx **(Conectamos la solución con nuestro programa)***

¿Cuándo quieres solucionar este problema? ¿Puedes dedicarle a la semana x horas para conseguirlo? Perfecto ahora dime... ¿Del 1 al 10 cómo de comprometido estás para conseguirlo?

DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA

En esta fase vamos a detallar las partes más importantes del programa, enseñándole el proceso evolutivo del mismo en relación a su situación y presentar nuestra oferta.

El prospecto debe tener claro

- El porque es importante tomar una decisión (El coste de no hacerlo)
- El porque es diferente (lo que han intentado anteriormente y han fallado)
- El porque conmigo (Otras personas que trabajaron conmigo ya lo han logrado)
- El porque ahora (plazas limitadas, oportunidad económica, etc.)

EJEMPLO

*¿Tienes ahí la página del programa? Si no la tienes te la envío
Quiero contarte un poco lo que haremos para que no te quede ninguna duda*

Te cuento que hemos creado un programa único con el que vas a poder...(Propuesta de valor) en tan solo (tiempo)

El programa consta de 3 fases (detalla solo las fases, no los entregables)

*Una vez que te inscribas recibirás el acceso y a la plataforma (detalla el formato)
Online + sesiones en directo + material extra, bonos, acompañamiento, etc.*

¿Tiene sentido para ti? ¿Tienes alguna duda al respecto?

IMPORTANTE: Solo cuando te pregunte por el precio pasarás a la siguiente fase

CIERRE

Esta es la parte más delicada de todas.

Hablar de más o de menos puede provocar una caída de la venta.

Ten en cuenta que ya has dado toda la información que tenías que dar, no es momento de repetir pasos anteriores.

En este momento el cliente ya es consciente de que ese programa es lo que necesita para solucionar su problema.

Aquí solo nos centraremos en mostrar la oferta, y cerrar la venta.

Para esta parte deberás tener enfrente tuyo la carta de venta con todos los detalles para que no se te escape nada ante alguna pregunta y el link de pago para facilitárselo

Ejemplo:

El programa como te comenté tiene 2 versiones uno es personalizado y con todos los extras y los bonos que te comenté anteriormente tiene un precio de xxx€ pero sin los bonos y los extras tiene un valor de xx.

Cómo tenemos un límite de personas para trabajar siempre premiamos a los que toman acción rápida ya que no solo tenemos comprobado que son los que mejores resultados consiguen por su iniciativa y compromiso

Así que si tomas acción ahora tendrás acceso al programa personalizado con todos los extras y bonos pero al precio de la versión más económica. Este descuento solo lo hacemos para las primeras 5 personas. (Es muy importante que justifiques esa rebaja y no que utilices métodos falsos de inflar precios)

¿Que te parece?

IMPORTANTE: *Esperamos su respuesta en silencio*

Espera...

Espera...

OPCIÓN AFIRMATIVA

- *¿Cuál es el siguiente paso?*
- *¿Cómo comenzamos?*
- *¡Perfecto, estoy dentro!*
- *Bueno, pero ¿Cómo se hace el pago?*

Respuesta

¿Estás frente al ordenador? Te voy a enviar un link especial ya con el descuento para que puedas realizarlo. Déjame ayudarte así aprovechas el descuento de los xx€ por hacerlo durante la llamada.

Hoy recibirás un email / llamada de bienvenida donde te daremos todos los detalles.

ROMPE OBJECIONES

Si has seguido todos los pasos, no deberías tener problema con el cierre ya que te has encargado de que el potencial cliente vaya descubriendo y reafirmando su compromiso con solucionar su problema.

De todas formas, quiero dejarte algunas objeciones con las que podrás encontrarte en la sesión de cierre.

Objeción: El momento

En muchas ocasiones las personas necesitan más tiempo para pensarlo o creen que no es su momento. En este caso nuestra tarea será la de mostrarles de que ahora es el momento indicado de tomar acción.

EJEMPLOS

Gracias, ¿me puedes enviar un correo con todo en detalle?

¿Cómo te puedo contactar si decido trabajar?

Me lo tengo que pensar

Prefiero comenzar en la próxima edición

Posibles respuestas

- *La oferta solo la puedo dar durante la llamada. Me gustaría que no la pierdas. ¿Cuánto tiempo necesitas? ¿hay algo en particular que podamos conversar ahora mismo?*
- *No te preocupes puedes dejar un deposito para que pueda mantenerte el lugar durante las próximas 24 hs.*
- *Si has decidido realizar la llamada ahora porque sabes que es urgente para ti solucionar esto, ¿por qué vas a estar un mes más en esta situación, sin disfrutar del resultado?*
- *Estamos cerrando los cupos de esta edición y el programa no estará disponible con estas mismas condiciones más adelante. (siempre que sea real)*

Objeción: El precio

1. No tengo dinero

En el formulario respondiste que contabas con los recursos en tiempo y dinero ¿Qué es lo que ha cambiado hasta ahora? ¿Es cuestión de dinero o es otro motivo, ¿hay algo en lo que pueda aclararte?

2. No cuento con esa cantidad

*Déjame hacerte una pregunta ¿Cuánto has invertido en ti y en tu negocio?
Ok, ¿Qué cifra te ha salido?*

*Sabiendo todo el conocimiento que tienes y los resultados que generas ¿Te
contratarías a ti mismo? ¿Cuánto pagarías por tu servicio?*

*Bueno, tranquilo entonces que estamos sincronizados.
Atraemos lo que somos*

¿Cuántos clientes necesitas para que esto se pague solo?

*Hay algo más importante que el dinero. El compromiso
¿Lo tienes?*

*¿Si pudiera darte la posibilidad de acceder al programa en cuotas te
ayudaría?*

Pues comencemos cuanto antes entonces...

3. Cuando mejore la situación y consiga el dinero, te contactaré

*Bueno, déjame ver si entendí: Lo que me estás diciendo es que vas a
continuar haciendo lo mismo que estás haciendo y no esta funcionando
para que en algún momento tengas dinero y quieras solicitar otra vez
entrar en el proceso*

¿Es eso lo que me quieres decir?

Es un poco raro ¿no?

¿Cómo crees que podemos salir de ese circulo vicioso?

4. No es el momento adecuado económicamente para empezar.

¿Te importa si te pregunto algo sobre eso?

*¿Cuándo sabrás que es el momento correcto de empezar a hacer o tener
las cosas en tu vida que me dijiste hoy que son tan importantes?*

*Te digo algo esta pregunta no te la responderás mirando tus bolsillos
actuales, la responderán tus prioridades.*

*Sabes perfectamente que hay personas que prefieren gastarte miles de
euros en una TV nueva en lugar de invertir en uno mismo.*

GUIÓN DE VENTAS DE ALTO VALOR

Pero por todo lo que me has comentado que has invertido en ti, por suerte no eres de esos 😊

¿Hay algo que se me este escapando que pueda solucionarte en esta reunión? ¿Cómo podría ayudarte?

Importante: No se trata de vender a toda cosa, se trata de ayudar. Quizás tu potencial cliente no esté preparado para recibir tu producto highticket. Puedes ofrecerle otro producto más económico. Esto hará que pueda ir conociendo la calidad de lo que haces.

Disfruta de este guion y te deseo éxitos con tus cierres.



Si quieres que te ayude a crear tu propio sistema de captación y cierre de clientes accede ahora a tu sesión de claridad de tu negocio haciendo click debajo o copiando esta pagina en tu navegador. <https://bit.ly/elcaminoevolutivo>

>>> SESIÓN DE CLARIDAD CON NANO <<<