

} A la conquista del Cliente |

Autor: D. Luis José Vinante (Director de www.iniciativasnet.com)

El magnate norteamericano J.P. Morgan subrayó que quien fuese capaz de conquistar al cliente, tendría asegurado un brillante porvenir.

Pasos para la venta

1. La Prospección: es encontrar aquellos a quienes poder vender. Es uno de los puntos importantes de su trabajo como vendedor/a tradicional o vendedor/a on line. La prospección empieza con la búsqueda de nombres. Una vez que se dispone de los nombres de los candidatos calificados, el siguiente paso es hallar un método que le facilite contactar con ellos.

2. Preparación. La preparación empieza incluso antes de obtener el nombre de un candidato concreto. Esta fase preparatoria incluye una "creación de imagen" que garantice una recepción favorable. Un aspecto importante de su preparación es causar, a primera vista, buena impresión al candidato. Me refiero aquí a tres puntos:

} Apariencia: Nos guste o no, en el mismo instante en que usted aparece ante el candidato, causa una impresión basada en algo tan insustancial como es su apariencia. Usted debe "lucir el mejor aspecto posible".

} Aptitud: Se trata de demostrar, en este momento, habilidad en ofrecer el servicio que su prospecto necesita.

} Actitud: Es un estado de ánimo que debe transmitir al cliente. Una forma de ser optimista que a la vez genera confianza . Se logra sabiendo qué va a decir y cómo lo va a hacer.

Observe usted que en la venta on line "su apariencia" es su web, "su aptitud" es la forma de presentar el servicio que su visitante necesita y "su actitud" es saber generar confianza en su web, en sus e-mail y en todas las formas de comunicación on line que realice.

Su mensaje en su Web. Sus mensajes de venta por e-mail tienen que ser preparados al máximo: ¿Cuáles son las ventajas del producto que le va a ofrecer? ¿Qué resultados podría obtener con la compra de sus servicios? ¿Qué dudas y objeciones pueden surgir?. No a la improvisación. Planifique todo.

3. La Toma de Contacto. Ya está usted en la oficina de su comprador potencial (en forma personal o por e-mail o en la computadora a través de su web).

En la entrevista personal "saber escuchar" es la principal característica de un buen vendedor. ¿Y en la Red? Lo mismo. Se trata de ofrecer solución a un problema, permitir a su visitante que solicite más información y ofrecer algún método de consulta on-line.

4. Recoger Datos. Incluso en la venta de un producto orientado a una necesidad única, usted debe tratar que el prospecto se convierta en cliente, estableciendo unas relaciones que le permitan ayudarle a resolver sus problemas individuales.

Usted debe procurar, desde el principio, establecer una relación correcta "empresa-cliente". En la entrevista personal tiene que hacer preguntas para comprender bien qué es lo que necesita su cliente potencial.

Eso se hace con preguntas abiertas que comienzan con "¿Cómo...?" "¿Cuál...?" "¿Por qué?". En la Red de Internet se utilizan formularios de datos a ese fin.

A la conquista del Cliente |

5. Objeciones. Ante los mensajes que reciba de su prospecto pregúntese: ¿Qué quiere dar a entender? ¿Tiene sentido lo que dice? ¿Muestra ideas preconcebidas?

Los motivos para comprar un producto o servicio son muy personales. En la entrevista personal usted recoge datos, hace preguntas, busca la solución adecuada, demuestra profesionales, describe los resultados que va a obtener, de las ventajas que aporta su producto, vence las objeciones, le dice el precio y va derecho a la conclusión.

En caso de obtener un "no" se procura conseguir inmediatamente otra ocasión para presentar una propuesta fijando ya una fecha. ¿Y cómo se hace todo esto "online"? Con seguimiento inteligente y usando el poder del e-mail.

6. Seguimiento. En la etapa de recoger datos, su web, o un aviso clasificado, tiene que posibilitar al visitante "solicitar más información". Al solicitar información automáticamente le está suministrando un dato valioso SU E-MAIL y así usted crea una poderosa Base de Datos.

Desde el momento que solicita más información le está diciendo que le interesa su tema, su producto, la información que tiene que darle. A partir de aquí usted tiene que visualizar a un ser humano enfrente suyo y comience a escribir una secuencia de 7 mensajes consecutivos donde le suministre información útil y al mismo tiempo le lleva a conocer más sobre su producto o servicio.

7. Exponer la solución. En los mensajes de seguimiento usted debe presentar una solución en un lenguaje no técnico. Establezca los principios básicos, replantee el problema, exponga una solución ideal, convierta los hechos en beneficios, recurra a los motivos de compra del candidato y finalmente presente soluciones alternativas (desde una solución total a solucionar parciales).

8. El Cierre. El cierre es algo que usted hace para motivar al candidato a comprar en ese momento. A todos nos gusta comprar, a nadie le gusta que le vendan.

El secreto del cierre es ayudar al candidato a decir "Sí". Antes de tomar una decisión correcta, su prospecto, normalmente, hace una larga evaluación de ventajas y desventajas.

En Internet, la venta on line está relacionada con su Web Site. Aunque usted utilice el e-mail para vender, el registro de la venta on line se realiza desde su Web y aquí es donde juega lo que menciono en el punto 2 sobre "preparación". Su apariencia, su aptitud y su actitud están ahí reflejadas.

Sea específico, evite confundir, sea claro, sea simple, sea profesional, proporcione información de contacto, y ofrezca la posibilidad de realizar transacciones con tarjeta de crédito mediante el uso de servidores seguros.

La seguridad es uno de los temas más importantes relacionados con el comercio electrónico y en especial la transmisión de datos confidenciales como es el caso de tarjetas de crédito a través de la Red. Las transacciones seguras son posibles con la tecnología de hoy.