

Referencia: ecobachillerato.com

CÓMO VENDER POR TELÉFONO CON ÉXITO

BEATRIZ GIMENO MOROS

LUNES

Lo primero de todo tenemos que controlar algunos factores; tanto positivos como negativos.

Primero nos hemos de enfrentar a los negativos, ya que vender no tiene una imagen de color de rosa.

Si el contacto comercial, sea en persona o sea por teléfono, no es adecuada, entonces puede molestar fácilmente a la otra persona.

CARACTERÍSTICAS DE UNA MALA VENTA

- No estar preparada u organizada.
- No estar en las necesidades de los clientes.
- No ser clara o estar mal estructurada.
- No estar dirigida a un individuo.
- Ser introspectiva y estar centrada solamente en lo que quiere el vendedor.

CARACTERÍSTICAS DE UNA BUENA VENTA

- Ser un buen vendedor implica preparación.
- Estar centrado en el cliente y no ser introspectivo.
- Que la venta sea aceptable; es decir lo que los clientes quieren.
- Que sea persuasiva; lo que los vendedores quieren.
- Que sea considerable precisamente.

La venta se ha de entender como una manera de ayudar a las personas a comprar, entonces un contacto orientado a los clientes obtiene sentido.

LAS VENTAJAS DE LA VENTA TELEFÓNICA

Una mayor productividad de venta:

Esto describe la efectividad-coste de la venta. Relaciona dos factores concretos:

- El coste
- El tiempo.
-

El vendedor tiene mucha menos eficacia vendiendo si tiene que ir de casa en casa vendiendo un producto; ya que pierde tiempo en trasladarse de un sitio a otro. En cambio por teléfono no le ocurre ese problema. Con las ventas personales; es decir ir de

casa en casa al día podría hacer 3 o 4 dados todos los factores que le condicionan por otro lado con la venta telefónica puede llegar a realizar 20 o hasta incluso 50 ventas.

MARTES

CREAR UNA OPORTUNIDAD

Si somos realistas, no va a encontrar a mucha gente preparada para decirle a todo que sí y hablar con usted detenidamente. En la mayoría de los casos la respuesta del cliente va a ser que le cuelgue o que le diga que no le interesa o no tiene tiempo. Por eso tiene que utilizar solo unos minutos de forma eficaz.

CREAR UNA ACEPTABILIDAD EN LOS CLIENTES:

No hay ninguna forma de saber lo que está sucediendo al otro lado de la línea cuando realiza la llamada por eso tenemos que tener en cuenta tres maneras de afrontar un problema:

- elegir el momento adecuado.
- Comprobar que el tiempo sea conveniente.
- Destacar la adecuación del medio telefónico.
- Cuénteles cómo y por qué funcionara el producto que le está vendiendo.
- Ofrezcale información adicional de otro modo.
- Deje claras sus intenciones.

FIJAR Y UTILIZAR LOS OBJETIVOS

La venta telefónica consiste en algo más que hablar del producto y es realmente cierto que como se dice “ Si no sabe a donde se está dirigiendo todos los caminos valen”

OBJETIVOS:

- Específicos
- Medibles.
- Alcanzables
- Realistas
- Temporales

Una llamada comercial tiene que ser directa. No puede avanzar decididamente sino sabe adónde dirigirse. Los objetivos claros son el destino y el tipo de llamada que realice debería estar guiada por el propósito que le ayudará a conseguirlos.

CONOCIMIENTOS DEL PRODUCTO

Tener éxito en las compras significa que conoce bien el producto.

- Su propio conocimiento

- La documentación (folletos, propaganda, etc..)
- Pantallas de ordenador.
- Los colegas
- El propio producto.

MIÉRCOLES

LAS NORMAS BÁSICAS DE LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

- Responder rápidamente; todo lo demás es sinónimo de ineficacia. Cuatro señales es lo que parece más recomendable.
- Identificarse; no suele ser suficiente decir sólo su nombre. En la mayoría de los casos, tiene que realizar también una descripción del departamento o más funcional. Y el nombre completo parece más adecuado.
- Sostener el teléfono correctamente; puede parecer obvio, pero realmente le impedirá a escuchar bien si tiene el auricular bajo de la barbilla o si se le separa un poco mientras está buscando algo.
- Decidir quién responde la llamada; idealmente las llamadas de los clientes siempre se deberían responder a la primera. Si desde el principio la llamada transpira es que usted no debería ocuparse de ella.
- Adoptar la postura correcta; un tono de voz amical y más familiar con los clientes que conoce bien.
- Escuchar atentamente; déjele claro al cliente que le está escuchando y le interesa lo que dice.
- Ser educado; Siempre aunque los clientes sean difíciles es importante mantener algunas cortesías razonables y sólo con la voz en algún momento sin querer puede llegar a ser desagradable.
- Vigilar las pausas; a veces es mejor sugerir que le va a volver a llamar que hacer esperar durante un rato al cliente.
- Tener en mano la información adecuada; antes de realizar la llamada tiene que asegurarse que tiene todos los datos necesario e información sobre el producto que va a vender para solucionar las posibles dudas que le surjan al cliente.
- Tenga cuidado con los nombres; anótelos ya que cambiarle el nombre a un persona puede ser muy molesto para ella.
- Colgar siempre el último;
- Utilizar un tono de voz positivo.

JUEVES

CONTROLAR LAS LLAMADAS NUEVAS

Hay que tener todo planificado y controlado ya que si lo tenemos:

- Superaremos cualquier nerviosismo
- Ayuda a la capacidad de presentar rápidamente
- Asegura que se establecen objetivos claros.
- Previene digresiones inadecuadas durante la llamada
- Consigue que la llamada se centre en cliente.
- Ayuda a medir el éxito y fomenta las mejoras.

La planificación no tiene que ser elaborada. Ya no consiste en el simple esquema de “pensar antes de hablar”. Puede permitirse algunas pausas largas y extenderse en el pensamiento cuando realiza una llamada

Preparación necesaria:

- Tenga a mano propaganda sobre el producto e información sobre el cliente.
- Tenga presente el tipo de llamada en que le gustaría, idealmente, particular.
- Prepare de antemano respuestas apropiadas.
- Piense a través de descripciones del producto adecuadas.
- Anote y esté dispuesto a anticiparlas.
- Tenga en mente o haga una lista de preguntas que quiere hacer.
- Sea claro sobre adonde quiere ir y como debería terminar la llamada.

PRIMERAS RESPUESTAS

- Dar la bienvenida al cliente y conseguir que se sienta cómodo.
- Dejar claro que está para ayudar.
- Crear una sensación de eficacia y de ayuda.

VIERNES

LLEGAR HASTA LA PERSONA ADECUADA

Evidentemente, para acercarse a la persona adecuada tiene que saber quien es. Y puede que no lo sepa de antemano. Los descubrimientos pueden provenir de averiguaciones anteriores pero también pueden realizarse al principio de la llamada.

FACTORES CLAVE PARA TRATAR LAS LLAMADAS FRIAS

- Llevar bien los primeros momentos.
- Establecer intereses
- Crear el sentimiento que merece la pena
- Superar las objeciones.

Es casi seguro que sino hace progresos en los primeros minutos no lo hará nunca.

El éxito de las llamadas frías:

- Están bien organizadas.
- Tienen unos objetivos claros
- Están planeadas y son flexibles.
- Están centradas en los clientes

Centrarse en el cliente es un factor decisivo. Todo lo que haga y diga debe tener una relación con el cliente. Cualquiera evidencia de la llamada que cumpla sólo los intereses de lo que el vendedor quiera va eliminar cualquier oportunidad de éxito. Esto es lo imprescindible para que las llamadas frías merezcan la pena.

SÁBADO

SER PERSISTENTE

Mantenerse en contacto es vital, y esto se aplica del mismo modo, si no más, en los casos en que el cliente se muestra reticente. La mayoría de vendedores conocerán este sentimiento. Cuando le llaman, está ocupado fuera de la ciudad, en una reunión... Esto se repite diversas veces seguidas. LA paranoia les vence rápidamente y empiezan a convencerse de que ese cliente les está evitando y quiere terminar con la relación. Si deja pasara mucho tiempo, será terminar con la relación. Si deja pasar mucho de reempezar el síalogo.

Este tipo de no acciones se suceden fácilmente, aunque una de las maneras más sencillas, con mayor coste-efectivo de aumentas las ventanas es simplemente asegurar que esto no ocurre.

Mantener el contacto mediante:

- Teléfono.
- Carta.
- Fax.
- E-mail.

Establecer el nivel de regularidad:

- Averigüe a través de los clientes cómo podrán ayudarles las llamadas regulares.
- Sugerir, discutir, y acordar el nivel de frecuencia.
- Prometer llamadas sólo en ese momento.
- Sugerir y acordar a lo que ambas partes tienen que ceñirse en el momento de la llamada
- Proporcionarles una estimulación honesta de lo que va a durar la llamada.
- Relacionarlo con lo que se tendrá que hacer a continuación.

Factores que hay que incluir en las llamadas repetidas

- Estar preparado y dejar que se note.
- Ser agradable.
- Iniciar el negocio de la llamada y tener como objetivo terminarla.
- Aclarar los detalles administrativos.
- Concluir adecuadamente.

DOMINGO

MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD DE LAS VENTAS

Como el resto de personas los trabajadores del campo del comercio sólo tienen un tiempo limitado. LA manera como organizar el tiempo influye directamente en el éxito de las ventas; es decir cuantas más citas tienen más posibilidades tienen de obtener pedidos. Deben decidir:

- A quien va ver
- Cuántas citas pueden asumir
- Con cuánta periodicidad se encuentran con las personas que necesitan un se convierten en clientes regulares.

LLEGAR HASTA EL ÉXITO

La información es poder, y la primera consideración está relacionada con este aspecto. Tiene que tener en cuenta:

- Información sobre el cliente
- Información diaria
- Información miscelánea adicional

REALIZAR LA LLAMADA

Siete pasos clave: lo primero es lo primero. El punto de partida que queda cubierto en los tres primeros puntos es la manera como se abre una conversación.

1. Un saludo

Los saludos deberán ser claros sencillos y adecuados.

2. Identificación

Preséntese clara y confiadamente.

3. Indique las razones de la llamada.

4. Pida un tiempo específico.

5. Afrontar las objeciones.
6. Dar las gracias y confirmar.
7. Despedida.

En resumen llamar por teléfono para intentar fijar una cita no es el tipo de llamada más fácil de realizar. No quiere que le vean como el “pesado” aunque tiene que conseguir lo que quiere.

OPINIÓN PERSONAL

Sigo pensando de la misma forma que lo hacía antes de leer el libro. Vender por teléfono no es un trabajo fácil ya que los receptores de las llamadas la mayoría de las veces por no decir siempre nunca prestan atención ya que no es una de las mejores formas comprar por teléfono.

Cuántas veces han llamado a casa diciéndonos “Buenos días le llamamos de tal sitio y le quería ofrecer una magnífica oferta...” ¿ Y cuál es nuestra respuesta? O bien no tengo tiempo, o no me interesa..... o ¿no es así?

Pero aun así si queremos realizar ventas por teléfono tenemos que tener en cuenta muchos factores que determinan nuestra relación con el cliente como es el tono de la voz, la educación....

COMO VENDER POR TELEFONO CON ÉXITO

- Claves de la venta telefónica
- Crear oportunidades
- Recibir llamadas nuevas
- Tomar la iniciativa
- Desarrollar negocios repetidos
- Trabajar con el equipo de venta
- Crear una aceptabilidad a los clientes

