

SalesUp[®] 



CALIFICA PROSPECTOS

Guía para realizar un diagnóstico al hacer venta consultiva

ÍNDICE

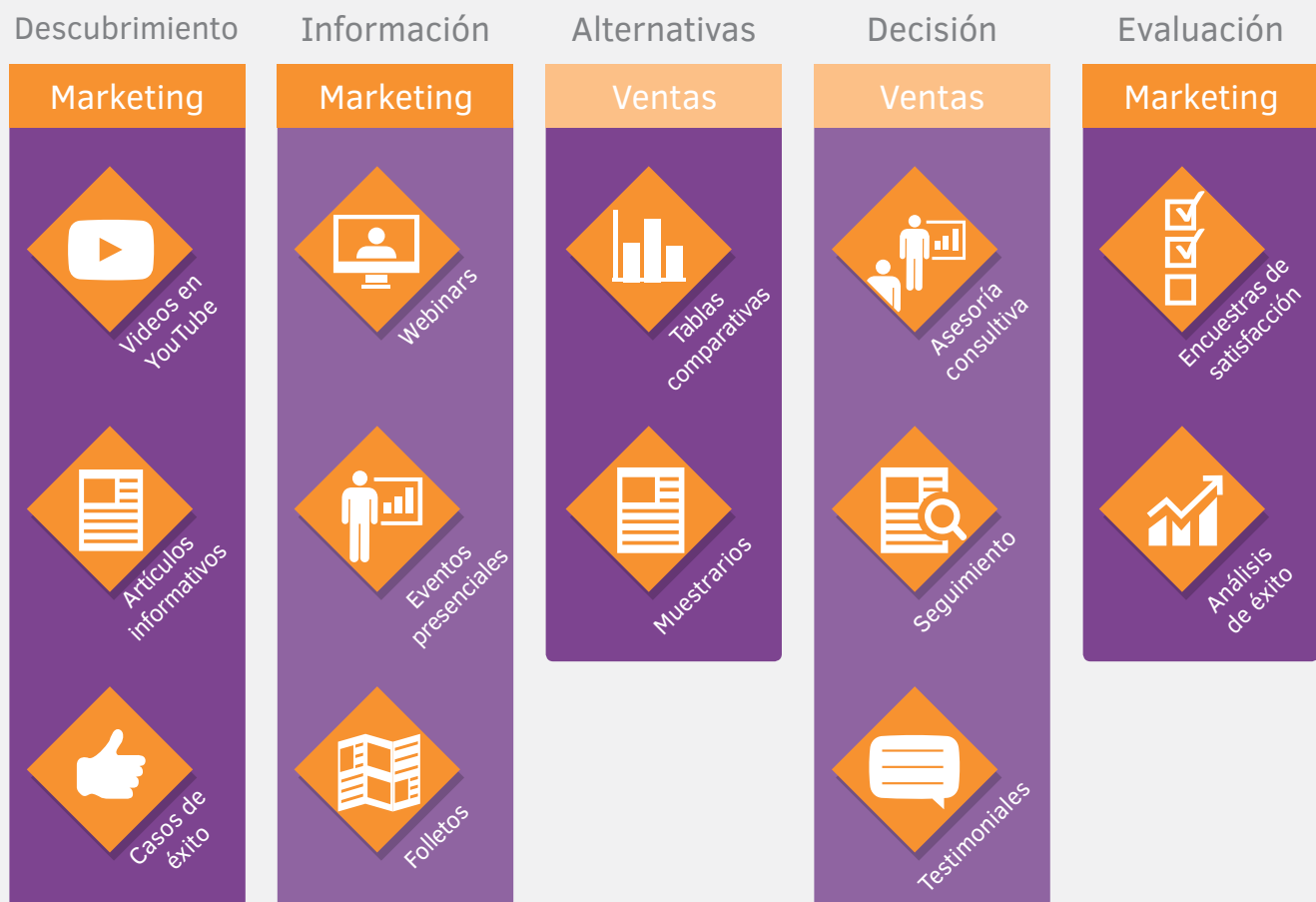
- 3** Introducción
- 4** Usa un modelo de conversación
- 5** Los tres tipos de preguntas para la charla
- 8** Algunos ejemplos
- 14** La conversación puede ir más allá
- 16** Proceso de compra y calificación exitosa
- 17** Consideraciones finales

INTRODUCCIÓN

Recuerda que hay cinco etapas del proceso de compra, debes prestar mucha atención al calificar para poder **ubicar en qué fase están los prospectos** y canalizarlos al área correspondiente.

Encontrarás que algunas personas están en **fases iniciales** y para ello tu área de **mercadotecnia** se encargará de acompañarlas cuando están descubriendo la necesidad o reuniendo información, a través de los mecanismos en la tabla de abajo.

Igualmente identificarás que otros prospectos están en **fases avanzadas**, y es donde tu departamento de **ventas** deberá apoyararlos por medio de una asesoría profesional dando alternativas hasta que estén listos para tomar una decisión y comprar contigo.



USA UN MODELO DE CONVERSACIÓN



Establecer un modelo de conversación te ayudará a diagnosticar la necesidad de tu prospecto, descubrir las razones de esa necesidad, explorar el impacto que tiene y visualizar las soluciones que tu compañía tenga disponibles.

Los buenos profesionales **diagnostican antes de prescribir**. Piensa en tu doctor cuando te pregunta todos los síntomas que tienes antes de proponerte el medicamento para tu problema; o incluso recuerda a tu estilista cuando te pregunta cómo esperas verte con un corte de cabello; los consultores de negocios también harán preguntas para poder encontrar información relevante sobre la empresa antes de ofrecer las soluciones pertinentes.

Para poder tratar a tus clientes potenciales de acuerdo a la fase en donde están, debes **diagnosticar** antes de ofrecer tu producto o servicio. Recuerda que si los compradores no confían en tu diagnóstico, no confiarán en tu solución. **Para calificar, debes hacer preguntas**; no importa si conoces tus productos o servicios a la perfección o si tu entusiasmo y actitud siempre logran la venta. Preguntar y hablar con tus prospectos te dará información importante para saber quiénes están listos para comprar y quiénes necesitan más tiempo.

LOS TRES TIPOS DE PREGUNTAS PARA LA CHARLA

1. PREGUNTAS ABIERTAS

Invitan al prospecto a **hablar libremente** y (probablemente) a reconocer el problema que tiene; a responder desde su experiencia, conocimiento y preocupaciones y dan oportunidad para que el vendedor haga preguntas de control. Las **preguntas** empáticas y sinceras son **cómodas para los compradores**, pues responden lo que quieren desde sus vivencias. Pueden tener la desventaja de que el prospecto dé las respuestas que desee, las veces que quiera y no es bueno si de pronto la dirección de la conversación se dirige a problemas que no podemos solucionar. Pero al inicio del proceso de compra, los prospectos deben sentirse cómodos, así que se recomienda que ellos sean los que hablen.

¿Por qué crees que tienes esta necesidad?

2. PREGUNTAS DE CONTROL

Son muy parecidas a las preguntas cerradas, pero se llaman de control porque en lugar de solo obtener un “sí” o “no”, sugieren una respuesta más completa. **Guían al prospecto en la dirección en que tu diagnóstico debe ir.** Procura tener cuidado al hacer este tipo de preguntas porque los compradores pueden sentirse incómodos; debes ser muy atento y ajustar tu conversación de acuerdo a lo que te dice verbal y no verbalmente: si ves que se está poniendo incómodo, quizá estás controlando mucho; relaja el ambiente con preguntas abiertas y cuando la comodidad haya vuelto, regresa a preguntas de control.

¿Esto es porque tienes esta situación x?
Si es así, ¿cada cuando?

3. PREGUNTAS DE CONFIRMACIÓN

Resumen lo que se ha dicho y logran encontrar que el comprador y el vendedor estén en el mismo canal, es decir que el vendedor ha comprendido todas las respuestas del prospecto; ayudan a mostrar su habilidad de escuchar, que es empático y un asesor experto. **Los compradores desean hacer negocios con vendedores que entienden su situación.** Igualmente las preguntas de confirmación ayudan a corregir cualquier malentendido que pudiera haber existido en la conversación.

De acuerdo a lo que hemos hablado, tú estás buscando resolver esta situación.
¿Es correcto?

EJEMPLO 1. EVENTO ESPECIAL



Pregunta abierta

¿Cómo te imaginas la fiesta?

Será algo con familiares y amigos. Igualmente quisiera invitar a mis compañeros del trabajo. Me imagino un coctel frente al mar y canapés para iniciar.

Pregunta abierta

¿Para cuándo sería?

Es dentro de tres meses, el 3 de agosto, en la tarde.

Pregunta de control

Entonces ¿te gustaría la terraza frente al mar que tiene espacio para 150 personas?

Sí, creo que serán alrededor de 125 invitados. Me parece que podríamos tener un cuarteto interpretando música. Quisiera que hubiera un fotógrafo recorriendo la terraza capturando a los asistentes.

Pregunta de control

¿Prefieres un cuarteto de cuerdas o un grupo de música pop?

Me encanta la idea de que sea de cuerdas, muy clásico.

Pregunta de confirmación

¿Estás de acuerdo con que te mande el presupuesto con evento en la Terraza Vista Azul, 125 personas, cuarteto de cuerdas y fotógrafo? Además te propongo una decoración elegante, pero discreta, debido al horario.

Excelente. ¿Sí tienen disponibilidad para ese día?

En esta conversación podemos ver que el comprador, ya está en una **fase avanzada** del proceso. Quizá está evaluando alternativas, pues **conoce bien lo que quiere**, tiene clara la fecha, un presupuesto y quizá en otras empresas le ofrecieron elementos

similares como el fotógrafo y la música en vivo (por ello lo sugiere aquí). Podría haber más preguntas para seguir aclarando la fase y entonces saber cómo tratarlo en la siguiente visita. Pero es un buen comienzo.

EJEMPLO 2. CUARTO DEL BEBÉ



Pregunta abierta

¿Qué están buscando para el cuarto del bebé?

Seguro la cuna. Pues primero estará en el babineto con nosotros, pero ya después se pasará a su cuarto y dormirá en su cuna. No sé si además sea bueno considerar la decoración y un mueble para cambiarlo.

Pregunta abierta

¿Para cuándo lo necesitan?

Aún faltan varios meses. El bebé nace en dos meses y quizá hasta que sea un poquito más grande podríamos ya pasarlo. Pero queremos empezar a ver.

Pregunta de control

Entonces ¿ya tienen la habitación acondicionada?

Ya la pintamos y tiene alfombra, pero no hemos comprado ningún mueble ni la decoración. Estamos haciendo la lista de todo lo que vamos a necesitar.

Pregunta de control

¿Les gustaría ver un portafolio de nuestros diseñadores de interiores para ver todo lo que se podría hacer?

Claro. Eso nos puede dar ideas para hacerla más bonita.

Pregunta de confirmación

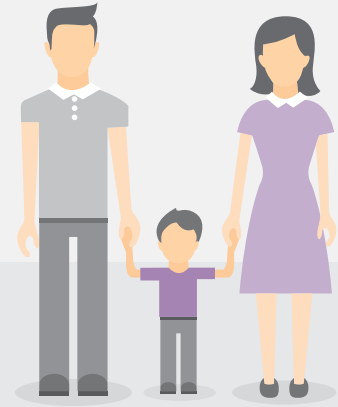
Exactamente. Les voy a dar esta tarjeta que contiene un código para que visiten nuestro sitio web y de manera exclusiva vean el tour virtual con diferentes cuartos de bebés que hemos diseñado; también hay material interesante, como artículos sobre seguridad en el hogar y tips para padres primerizos.

Excelente. ¿Me das tus datos para marcarte de nuevo ya que tengamos más ideas?

En este ejemplo hay una pareja que está **descubriendo la necesidad**, saben que tendrán que resolver la situación con el cuarto del bebé, sin embargo es una fase inicial, nos damos cuenta que están comenzando a preguntar **sin tener mucha información** al respecto.

Después de la calificación, el asesor decide **ofrecerles material informativo** para que conozcan más y los posibles compradores incluso quieren tener un contacto futuro gracias a la atención recibida.

EJEMPLO 3. SEGURO FAMILIAR



Pregunta abierta

Cuéntame, ¿por qué quieres un seguro?

El año pasado tuve un accidente muy fuerte, gracias a la vida me recuperé y hoy puedo contarlo, pero ahora que puedo estar con mi esposo e hijo de nuevo, pienso que debo tener una forma de protegerlos. No siempre sabemos qué puede pasar y tuve mucho miedo en ese momento.

Pregunta de control

Muchas gracias por la confianza, me imagino que estás buscando un seguro familiar que pueda darte más tranquilidad. ¿Algo que pudiera proteger a tu esposo e hijo?

Sí

Pregunta de control

¿Cuánto dinero calculas que requieres para la manutención de tu esposo e hijo por un año?

“No tengo idea pero imagino que es una cantidad grande. Definitivamente quiero un seguro pero primero me gustaría conocer las opciones que tienes. Por cierto, ¿aceptas tarjeta de crédito?”

Pregunta de confirmación

Sí. Con gusto te muestro las formas de pago en un momento. Por lo que me comentaste, ya sea por cualquier amenaza de salud o vida, ¿te gustaría ver dos cotizaciones de nuestros servicios con el interés de proteger a toda la familia en caso de que alguno de los padres falte?

Así, es. Muchas gracias. Te escucho...

En las líneas anteriores vemos que el prospecto está buscando tomar una decisión pronto. Está evaluando alternativas, pero pareciera que **ya está dispuesta a comprar** en ese momento, después de conocer un par de opciones. Tiene clara la necesidad

y sabe que un seguro es la opción que busca, sin embargo **ya quiere confirmar las diferencias** entre los servicios, está convencida de que comprará y que no hacerlo puede ser poco conveniente en el futuro.

LA CONVERSACIÓN PUEDE IR MÁS ALLÁ

¿Te parece que después del **diagnóstico** puedes continuar preguntando hasta lograr la venta? Es cierto, en la venta consultiva continúa la conversación y aunque en esta publicación nuestro interés principal es que **uses el diagnóstico como primer paso de la calificación de tus prospectos**, te dejamos estas líneas que serán de utilidad si en tu empresa se hace venta compleja.

Puedes aplicar los mismos tres tipos de preguntas con dos enfoques más. Te dejamos un par de ejemplos:

1 Explorar el impacto que el problema o necesidad tiene en los prospectos

Preguntas abiertas

Platícame ¿a qué otro director en la empresa le ha pasado que no conoce la línea de producto más rentable, además de a ti?

Preguntas de control

Es decir, con este problema, tú no puedes saber cuál es la línea de producto más popular entre tus consumidores ¿quiere decir que quizá también sucede algo similar cuando tratan de ver la conversión de sus canales u orígenes?

Preguntas de confirmación

Entonces si entiendo bien, tienen un problema de falta de información en algunos procesos en la empresa. No solo te afecta a ti, sino a otras áreas. No es un problema tuyo como director, sino un problema en general de la empresa. ¿Es correcto?

2 Visualizar las posibilidades de resolver el problema

Preguntas abiertas

Platícame ¿qué necesitarías para resolver el problema de no saber cuál es la línea de producto más popular?

Preguntas de control

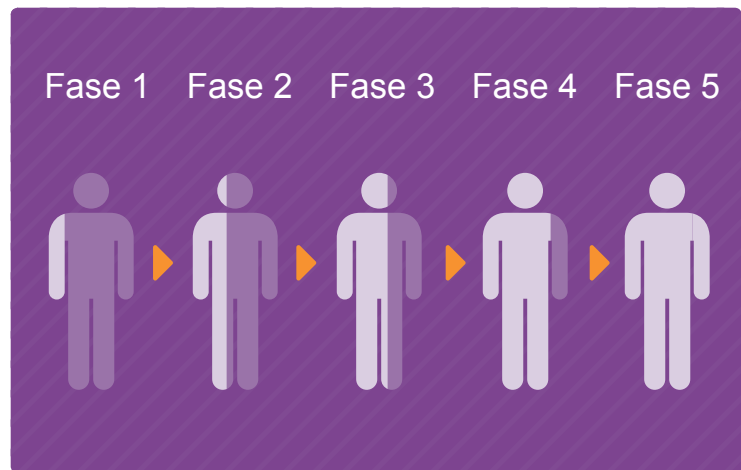
¿Me permites proponerte algunas ideas? ¿Qué tal si configuras un reporte para que conozcas cuál es la conversión de prospecto a cotización de tus líneas de producto y luego de cotización a cliente? ¿Crees que ayudaría?

Preguntas de confirmación

Por lo que me platicas, si tuvieras la habilidad de hacer reportes rápidamente uniendo la información de tus canales y luego analizaras la conversión sabrías cuáles son los más rentables. ¿Correcto?

PROCESO DE COMPRA Y CALIFICACIÓN EXITOSA

Organiza a tus prospectos con un sistema que te ayude a gestionar comunicación con ellos, cambia de fase cada que avancen en su proceso, hasta llegar al momento de ser tus clientes y mantén un trato postventa para que conozcas su proceso de evaluación también.



Recuerda que cada contacto con tus clientes potenciales es una calificación que confirma en dónde se encuentran. Los consumidores cambian sus necesidades dependiendo de muchos factores en su vida, pero si los acompañas de acuerdo a sus fases, es probable **que vuelvan contigo cuando estén listos para comprar.**



CONSIDERACIONES FINALES

- ✓ **Identifica** cómo compran en tu industria (cuánto tardan en promedio en tomar una decisión).
- ✓ Haz una batería de preguntas que sirva para que el asesor pueda hacer un diagnóstico basándote en **preguntas abiertas, de control y confirmación**.
- ✓ Segmenta la base de datos **ubicando a cada prospecto** en su propia fase.
- ✓ Asigna a **Marketing** o **Ventas** de acuerdo a la fase donde estén tus prospectos.
- ✓ Crea **materiales** audiovisuales o **eventos** pertinentes para cada fase del proceso de compra.
- ✓ **Automatiza** algunos procesos (por ejemplo: campañas de mail a aquellos en fases iniciales, enviando información relevante de acuerdo a sus características únicas).
- ✓ **¡Disfruta el proceso de calificación!** Es una charla con personas nuevas.

En **SalesUp!** estamos orgullosos de contar con un sistema de ventas que ayuda a gestionar prospectos, oportunidades y clientes de manera profesional. Tenemos el **CRM para Latinoamérica** que agiliza los procesos de las empresas, para que ahorren tiempo e incrementen sus ventas.

www.salesup.com 

Síguenos:

