

TÉCNICAS DE CIERRE DE VENTAS

Partiendo de las conclusiones establecidas anteriormente, con base en los resultados obtenidos por los estudiosos del Cierre de las Ventas, es necesario que conozcamos el mayor número de Técnicas de Cierre posibles, para aplicar en cada caso con cada cliente una tras otra hasta obtener nuestro objetivo: **EL PEDIDO**. Es necesario, sin embargo, analizarlas previamente ya que es claro que un cliente es diferente de otro y que las técnicas que nos pueden dar resultado con uno, pueden ser contraproducentes con otro y podrían llegar hasta a ser ofensivas para alguno de ellos. La única forma conocida para establecer cuál es la apropiada para cada persona, es la práctica. para volvernos expertos en CIERRES DE VENTAS, es indispensable **PRACTICAR CONTINUAMENTE** las diferentes técnicas en nuestra labor diaria.

Acordémonos, sin embargo, de que en nuestra visita debemos estar cerrando continuamente y esta labor de debe empezar apenas percibamos la intención de compra del cliente, ya sea que lo haga expresamente o mediante mensajes inconscientes. Al igual que lo anterior, la mejor vía para convertirnos en expertos detectores de estos mensajes, es la práctica.

A continuación encontraremos 19 Técnicas probadas y comprobadas a diario por personas que hemos optado por las ventas, como la PROFESIÓN MÁS HERMOSA DEL MUNDO

1. EL CONSENTIMIENTO TÁCITO (El Sí por descontado)

Esta técnica parte de suponer que el cliente ya ha tomado la decisión de compra, así no nos lo haya manifestado expresamente. Para ello debemos ejercer alguna acción que nos lleve al cierre definitivo, sin necesidad de esperar un SI explícito del cliente y mucho menos preguntarle si ya tomó la decisión.

Estas acciones pueden ser:

- Empiece a llenar la Solicitud de Servicio o Pedido (la cual debe estar sobre el escritorio desde que iniciamos la visita).
- Indique la lista de documentos que debe presentarnos para legalizar el negocio.

- Pregúntele cuándo desea que le entreguemos los productos

Si el cliente permite que usted continúe sin colocar ninguna objeción, ¡felicitaciones!, ya obtuvo el cierre. De lo contrario, ¡felicitaciones!, está comenzando a convertirse en un EXCELENTE CERRADOR. Continúe con la visita y, a la próxima oportunidad, intente de nuevo con otra técnica diferente.

2. LA DECISIÓN ALTERNATIVA

Consiste en plantear al cliente alguna pregunta alternativa cuya respuesta dejará en claro que ya ha tomado la decisión y que por lo tanto debemos empezar a llenar la Solicitud de Servicio o Pedido sin más dilación, ni preguntas, ni comentarios de nuestra parte.

Las alternativas planteadas pueden ser:

- ¿Va a pagar en efectivo o prefiere girar cheque?
- ¿Para usted va a tomar el producto X o prefiere el Y?
- ¿Prefiere color negro o rojo?

3. EL SI REPETITIVO (Cierre del Mono)

Se trata de hacer varias preguntas "cerradas" (que se responden con un monosílabo) al cliente, las que sabemos que deba responder con un **SI**, para por último hacer la pregunta definitiva.

- ¿Me decía que la bodega queda alejada de sus oficinas, verdad?
- ¿En estos momentos cuentan con 3 equipos planos, verdad?
- ¿Dado el caso incluirían en el plan otros 3, de acuerdo?
- ¿Coincidimos en que el Sistema ZZZZZZZZ les conviene más que el MMMMMMMM?
- ¿Necesitan tener los nuevos aparatos antes del fin de semana?

4. ÚLTIMA OPORTUNIDAD

Esta técnica se debe usar cuando el cliente ya nos ha manifestado su deseo de hacer el negocio con nosotros, pero quiere tomarse un tiempo para decidir o pensarlo un poco más. NUNCA nos debemos contentar con esta situación ya que pueden ocurrir muchos imprevistos que hagan que se nos dañe el negocio (competencia, malas referencias, otras prioridades, tragedias, etc.). Acordémonos de que si estamos reunidos con la persona que toma la decisión, es AHORA ó NUNCA. Se trata entonces de condicionar al cliente para que tome la decisión en forma inmediata o asumir el riesgo de perder algún beneficio que le ofrecemos:

Dr. Jiménez. Estoy de acuerdo con usted en que esta es una decisión muy importante para su empresa y que por lo tanto es necesario pensarla. Sin embargo...:

- como le dije anteriormente, este plan aplica para más de 30 unidades por empresa. Pero por efectos del cierre mensual si hacemos el negocio hoy, yo obtendría la aprobación para hacerlo por las 15 unidades que ustedes necesitan.
-los precios que le ofrezco, no se los podré mantener sino hasta hoy.
-si firmamos el negocio ahora, puedo obtener la aprobación para aplicar la promoción válida hasta hoy y obsequiarle una para cada unidad adquirida.

Aunque después de aplicar cualquiera de estas opciones el cliente ya tendrá un motivo contundente para tomar la decisión en forma inmediata, será necesario ayudarlo y para ello se deberá continuar con alguna frase de cierre aplicando cualquier otra de las técnicas de cierre.

5. GANA – GANA

Consiste en ofrecer al cliente alguna ganancia adicional a cambio de firmar el negocio en forma inmediata con lo cual nosotros aseguraremos nuestra comisión.

Ejemplo:

- Vamos a hacer una cosa, Dr. Rojas, **yo le ayudo y usted me ayuda**. Si firmamos el negocio hoy yo podré ganarme un premio adicional especial de ¿Le parece si firmamos de una vez y yo le obsequio por mi cuenta

6. LIMPIEZA DE OBJECIONES Y COMPROMISO

En este caso y mediante una frase "limpiamos" todas las objeciones y concentramos al cliente en una sola, la cual sabemos que podremos resolver a cambio de obtener el cierre en forma inmediata.

Ejemplo:

- Sra. Alcira, por lo que he podido apreciar, la única objeción que no le permite tomar la decisión en forma inmediata es la disponibilidad de dinero ¿Estamos de acuerdo?

(Ahora cállese. SI, cállese cuanto tiempo sea necesario y espere una respuesta...)

Si la respuesta es positiva:

Vamos a hacer un trato, Sra. Alcira, ¿Si yo le consigo una concesión especial para su empresa para que no tenga que girar ningún dinero ahora y pueda colocar una Orden de Compra para cancelar a 30 días, usted me firmará ahora mismo la Solicitud?

Si la respuesta no es positiva, será necesario concentrarnos todavía en resolver las posibles objeciones pendientes. Y recuerde:

CUANDO EL CLIENTE OBJETA, USTED VENDE.

7. CONDICIONAMIENTO

Este tipo de cierre no es recomendable para todo tipo de clientes. Se debe de aplicar sólo a personas inseguras o indecisas que necesitan ayuda para tomar la decisión.

Ejemplo:

- Sr. Montoya, cuando don Carlos me lo recomendó para presentarle este plan, me dijo que usted era una persona de Negocios, que estaba acostumbrada a tomar decisiones en forma inmediata, sin miedo a equivocarse (o Sr. Montoya, me he dado cuenta a lo largo de nuestra conversación de que usted es una persona de Negocios . . .). ¿Le parece si firmamos la solicitud de una vez?

8. PEDIDO DE PRUEBA

Esta técnica se podrá aplicar en casos en que estemos negociando un número considerable de unidades, pero la decisión de compra demora.

Ejemplo:

- Vamos a hacer algo, Dr. Atehortúa, veo que usted está convencido de que nuestra propuesta satisface plenamente sus requerimientos pero, por el alto volumen, desea pensar un poco más para tomar la decisión ¿Qué tal si empezamos con 5 unidades y, al término de un mes, cuando ustedes puedan comprobar los beneficios que le estoy ofreciendo, tomamos el resto?

9. CHANTAJE EMOCIONAL

Para utilizar esta técnica será necesario que exista con anterioridad cierto grado de confianza con el cliente, de tal manera que la ayuda que le vamos a pedir no termine por convertirse en una humillación para nosotros.

Ejemplo:

- Necesito que me ayudes, Alberto, la verdad es que si cierro este negocio hoy, me gano el concurso al mejor vendedor de la Semana. Estoy seguro de que estás convencido de los beneficios del plan ¿Me ayudarás verdad?