

# UDS

## TECNICAS DE VENTAS

ENSAYO PERSONAL

Lic. Brian Eduardo Castro Aviles

---

## INTRODUCCION

En este ensayo analizaremos la importancia de las ventas para que una empresa tenga buenos resultados es necesario tener técnicas de ventas.

Para poder determinar las necesidades del cliente, ya que sin ellos no habría negocio con el fin de mantener la conectividad, las empresas deben de mejorar para ir un paso delante de la competencia y ofrecer lo que el cliente necesita, sin embargo, se necesita saber como ofrecer lo que un cliente desea obtener. Es ahí donde se necesita utilizar un buen marketing, (mercadotecnia) es un recurso que se puede usar en una actividad determinada y la empresa o persona que la utilizan por medio de su practica y habilidad desarrollan experiencia y a su vez ponen a su empresa en el camino del éxito, el reto es ¿Cómo identificar exactamente lo que necesita un cliente? Ya que al satisfacerlo conduce a otras ventas y tendremos el inicio de una larga relación comercial. Existen varias técnicas entre ellas el método SPIN, SNAD entre muchos mas cada empresa puede elegir el que convenga y lleve su negocio al éxito.

“La técnica de ventas es que el profesional manipule y persuada a comprar” la efectividad en la venta determina el impacto, la ventaja competitiva y la rentabilidad que una empresa pueda alcanzar con sus recursos, puede incrementar sus ventas y su rentabilidad de mil formas incluyendo reducción de costos de venta, menos personas con bajo desempeño, ventas exitosas, mayor compra de los clientes etc.

¿Qué pensarían si les dijera que las ventas son el alma de una empresa? ¿Y que con ellas se generan ganancias? Cuando se dio la gran depresión que golpeo las empresas y las empresas cayeron a niveles bajos se vieron en la necesidad de crear nuevas estrategias, entonces las ventas fueron la estrategia fundamental para generar dinero.

Venta se define “ciencia que se encarga del intercambio de un bien o servicio que equivale previamente pactado en unidad monetaria y que su fin es repercutir, en el desarrollo y plusvalía de una organización y nación, a su vez en la satisfacción de los requerimientos y necesidades del comprador”

### **Clasificación de ventas**

1.- venta pasiva.- el cliente inicia la compra no se puede tomar como compra ósea que no hay persona que este vendiendo el producto son ese tipo de situaciones en que la empresa contrata personal pero solo se convierten en receptores y no enseñan el producto o servicio ósea solo atienden al cliente cuando le pide el producto sin tratar de vender nada.

El cliente compra el producto por necesidad y no por que se lo ofrezcan al final con este tipo de ventas es que la empresa tenga baja productividad, que el cliente no quiera regresar y la empresa no alcance su verdadero potencial.

2.- venta activa: al contrario de la venta pasiva, las empresas se enfocan en los clientes que realizan una verdadera venta, es decir aquí si existe un proceso de venta en que los vendedores pretenden lograr que los clientes adquieran sus productos. A través de esta los vendedores hacen hasta lo imposible por demostrar que sus productos cubren las necesidades del cliente, demostrando sus características etc.

Tratando de realizar un cierre positivo de venta. El resultado será satisfacción del cliente y su lealtad de este Asia la empresa y por ende buena productividad para explotar su potencial.

3.- venta repetitiva: acá los clientes ya conocen el producto ósea beneficios, características y funciones que e relacionan con sus necesidades y en ello se basa el cliente para decidir su compra.

4.- venta de negociación: en este tipo de venta si requiere el cliente de ayuda sobre el producto o servicio, se requerirá apoyar, asesorar y asistir el cliente durante el proceso de venta, deberá demostrar que el producto realmente cubre sus necesidades.

Ejemplo de estrategias para vender:

1.- ser efectivo: investigar con habilidad que es lo que necesita para poder ofrecérselo al cliente.

2.- conocer a fondo tus prospectos: se debe de perfilar el tipo de cliente y poder ofrecer un producto con la certeza de que es lo que necesidad.

3.- poner atención en los detalles: en este punto más que hablar y hablar el vendedor debe aprender a escuchar lo que el cliente tiene que decir y así hablarle lo que quieren escuchar sobre el producto.

4.- cumplir lo que prometes: cuando un vendedor quiere vender, hace u ofrece lo que sea con tal de cerrar el trato, y eso puede ocasionar problemas al no cumplir lo que prometió, ya que el cliente no regresara, es por eso que lo que se promete se debe de cumplir.

5.- trabajar tus preguntas inteligentes: un vendedor bien capacitado deberá captar la información importante del cliente y convencer al cliente.

6.- cobrar es parte de vender: antes de realizar una venta desde el principio el vendedor debe de saber si el cliente realmente puede pagar el producto o servicio que le está ofreciendo.

7.- se vale diversificar: o se debe de entrar en un solo cliente o producto es servicio, se debe de tener otras opciones por si falla entonces se recurrirá a una segunda opción.

Los equipos de ventas y los vendedores emplean técnicas de ventas (o métodos de venta) las siguientes técnicas son las mas actuales (utilizadas)

El método spin (situación, problema, implicación y necesidad – beneficio)

El método snap ( ayuda a centrarte en la forma del cliente, adelanta a su pensamiento, prioridad y objetivo gana la confianza y muestra el verdadero valor e tu oferta).

4.- el sistema de ventas sadler: el metodo Sandler facilita una conversación franca y con todo detalle que va mas allá de lo técnico y se centra en el impacto de reto para negocio.

Todo este resultado de técnicas hacen a las empresas estar en el camino al éxito ya que los mercados son cambiantes.

## Conclusión

Todo empresario debe de aprender que las ventas son el pilar de su empresa, y que si no hay venta no se tiene negocio y existe un gran número de información sobre ventas. Se debe de conocer lo más básico hasta lo complejo para desarrollar todo al potencial de sus áreas de ventas ya que estas son a veces las mas olvidadas. Y es ahí donde se debe de trazar estrategias también la capacitación de los vendedores el tema de ventas es extenso y no acaba ya que el mercado es cambiante y se debe de satisfacer las necesidades del cliente a través del arte que es vender.