

A portrait of a young man with short brown hair and a light beard, smiling warmly at the camera. He is wearing a dark blue button-down shirt with a small white pattern. The background is a blurred indoor setting with warm lighting.

EL ARTE DE RESOLVER OBJECIONES

Cómo resolver cualquier tipo
de objeción y cerrar la venta

Tabla de Contenidos

Agradecimientos	2
Introducción	3
Capítulo 1	
Venta vs Cierre	4
Capítulo 2	
Mindset en las objeciones	8
Capítulo 3	
Las raíces de las objeciones	14
Capítulo 4	
Resolver objeciones	24
Capítulo 5	
Respuestas a objeciones	32
Aclaraciones	48

Agradecimientos

Quiero comenzar esta guía agradeciendo a todas las personas que hicieron que esto sea posible, primero a mi amigo Teo Tinivelli quien fue la primera persona que me incursionó y entreno en ventas y confió en mi para comenzar un emprendimiento juntos, luego agradecer a todos los prospectos que me dijeron que no, gracias a ellos hoy puedo decir que he experimentado cientos de veces el rechazo (aun lo sigo haciendo) y ahora soy capaz de resolver la mayoría de las objeciones y poder ayudarte a ti con conocimiento y experiencia a como volverte un gran cerrador de ventas.

Por ultimo me gustaría agradecerte a ti por estar leyendo este libro se que cumplirá con tus expectativas y te llevaras valor.

A handwritten signature in black ink that reads "Tino Mossu". The signature is written in a cursive, flowing style with a long horizontal line extending from the end of the name.

Introducción

Una de las razones que me motivo a escribir esta guía es la información desactualizada que hay sobre el cierre y las pocas técnicas sencillas y practicas. Esta no es una otra guía de como vender, en esta vas a aprender a como cerrar ventas.

Hay muy buenos vendedores allí afuera pero son pocos los que realmente saben cerrar, con esto no quiero decir que la venta no es importante, es tan importante como el cierre.

Aquí aprenderás todo lo que necesitas saber para aprender a cerrar y lo que en lo personal a mi me trajo muy buenos resultados, no importa cuanto tiempo lleves en las ventas ni que es lo que vendes, yo siempre digo que la venta es como conducir, una vez que aprendes a conducir un auto y luego decides cambiar de auto van a cambiar pequeñas cosas pero la habilidad es la misma: Conducir, lo mismo pasa con la venta la habilidad de vender no te la va a quitar nadie independientemente de lo que vendas, por eso te animo a que todas las técnicas que aprendas en esta guía la lleves a tu rubro y le saques el máximo provecho.

Venta vs Cierre

Venta vs Cierre

La razón por la cual digo que esta guía no es de venta es porque la venta es completamente distinta al cierre, me gustaría explicarte la diferencia.

El error que cometen mucho los vendedores tradicionales en no distinguir la venta del cierre esto trae complicaciones, debes saber distinguir con precisión en que parte del proceso te encuentras.

La venta es la etapa donde debes generar confianza con el cliente y encargarte de conocer bien su dolor y deseo para luego aumentar su interés presentado tu producto o servicio, en cambio la etapa de cierre es la etapa donde la persona ya esta "Vendida" (Tiene confianza en ti e interés por tu producto/servicio) y desea comprarte.

La mayoría de vendedores como no saben distinguir la diferencia entre una y otra cuando el prospecto les dice algo como "Bueno déjame pensar" o "No tengo el dinero" vuelven a vender, respondiendo cosas como "Bueno pero mi servicio es el mejor" o "Debes de comprarme a mi porque te entregamos el producto mas rápido". En estos casos lo que se empieza a crear es una especie de estancamiento donde en ningún momento se avanza claramente hacia el cierre.

El Puente entre la Venta y el Cierre

Como acabas de leer la venta es completamente distinta al cierre y la forma en que pasamos de la venta al cierre es utilizando Cierres de transición.

Hace poco me encontraba leyendo un libro de ventas muy famoso donde el autor explicaba el concepto de "Espera al cliente que te pida el cierre" es decir que no avances hasta que el prospecto decida.

Vamos a ser sinceros ¿Cuándo el prospecto avanza hacia el cierre? y mucho menos te dicen algo como "Te lo compro" sin duda la minoría de las veces, por no decir CASI NUNCA!

El problema cuando no avanzamos al cierre es que vamos a estar continuamente vendiendo, como consecuencia no avanzamos y todos sabemos que lo que no avanza se esta muriendo. Por eso es tan importante que utilices los cierres de transición en tus presentaciones.

Ej. *"Bueno Pepe en base a todo lo que te comente de mi producto habría alguna por la que no lo comprarías?"* o *"Pepe viste suficiente información como para tomar una decisión?"*, "Pepe siento que eres el candidato ideal para este programa, solamente necesito tu okey y empezamos", ahí lo que estamos haciendo es dejar de vender para comenzar a cerrar.

Cuando dices una frase de cierre es como que abres una puerta, esa puerta te lleva a dos posibles caminos, el primero es el que todos los vendedores queremos escuchar "La verdad que si me gusta, lo compro" le pasas el método de pago y listo, ahora el tema es cuando surge las famosas objeciones tales como, "Bueno déjame pensar" o "No tengo el dinero", "Déjame hablar con mi socio" entre otras.

Mindset en las Objeciones

Mindset en las Objeciones

La mayoría de vendedores ven a las objeciones como un impedimento para conseguir sus objetivos, cuando el prospecto les pone una objeción piensan que la persona no va a comprar y terminan la llamada para deprimirse y decir que la venta es muy dura o que nadie quiere su producto o servicio, los grandes cerradores ven al primer NO como el comienzo de una negociación, no como el final.

La mayoría de los vendedores no responden objeciones por cuatro razones.

RAZÓN 1 - "Falta de conocimiento"

No saben que decir, al no tener una respuesta para las objeciones sienten mucha inseguridad debido a que saben que si el prospecto les pone una objeción no van a ser capaces de responderla, esto es fatal para sus resultados, este tipo de personas son las que esperan al prospecto para que les diga que si.

Si este es tu caso las ultimas paginas de esta guía te van a encantar.

RAZON 2 - "Falta de Practica"

La segunda razón es que no tienen practica, es decir, saben que decir pero no se animan, esto es una gran problema ya que son incapaces de responder a las objeciones aunque tengas conocimiento, me atrevo a decir que esto es peor que la razón uno. Si este es tu caso asegúrate de que una vez que termine esta guía conseguirte un compañero con el que puedas practicar así luego tener mas confianza en las reuniones reales con los prospectos.

RAZON 3 - "Falta de Confianza"

La tercera razón es que el vendedor no esta 100% convencido con lo que vende, debes asegurarte de confiar realmente en lo que ofreces o cambiar de producto/servicio.

Si confías en lo que vendes pero quieres aumentar la confianza te voy a dejar algunas pregunta que te puedes hacer y te ayudarán con esto:

¿Porqué una persona debería gastarse su último centavo en mi producto/servicio?

¿Qué hizo este producto/servicio en mi vida?

¿Y en la vida de mis clientes?

¿Qué hace este producto/servicio para que la vida de mis clientes sea mejor?

RAZON 4 - "Conceptos negativos"

La cuarta y ultima razón es que ven a la insistencia y a la presión como algo malo, en lo personal a mi me sucedía, si te sientes identificado te voy a contar una breve historia.

Todo se reduce hace 2 años atrás cuando asistí a mi primer evento de desarrollo personal en Buenos Aires estaba muy emocionado de conocer a nuevas personas y pasarla bien en el evento. Para mi sorpresa la primera dinámica que hicieron los instructores fue que cada uno cuente su historia frente a todos (60 personas) con un micrófono y parado en el escenario, para el tino de ahora esto no supone un gran reto pero para el de ese momento fue como si hubiera recibido una bala en el pecho debido a que en ese momento sufría de un GRAN pánico para hablar en publico.

A medida que iban pasando las personas yo pensaba en todas las cosas malas que me podrían pasar tales como ponerme colorado y trabarme o quedarme sin palabras, pero en el fondo sentía que lo tenía que hacer, al fin y al cabo asistí a este tipo de eventos para crecer como persona. Lamentablemente luego de batallar con mi mente y pasar los 40 minutos mas largos de toda mi vida mi yo interior me gano y no logré animarme.

No me quería quedar con esa sensación de remordimiento conmigo mismo y decidí expresar mis sentimientos con el instructor, le dije que no me animaba a hablar en publico y que sentía con mucho pánico en hacerlo, yo pensé que el me iba a decir algo como "Bueno quédate tranquilo, es tu primer curso y la primera dinámica" al contrario, llamo al otro instructor y le dijo que me dé el micrófono que iba a hablar frente a todos, con lagrimas entre los ojos le decía que me sentía presionado, que tenia pánico y no lo podía hacer por cada palabra que yo decía el me presionaba aún más, hasta que me subieron al escenario, llorando como un bebe empecé a hablar, no te digo que fue un buen discurso pero para mi fue un gran quiebre, en el sentido de que si no fuera por esa presión que el instructor aplicó en mí, hoy no estaría donde estoy, me hubiera perdido de vivir la mayoría de lindas experiencias que viví este ultimo tiempo, ni siquiera vos estarías leyendo esta guía.

La conclusión de esta historia es que a veces las personas somos incapaces de tomar una decisiones por nuestra cuenta y necesitamos a otra persona para que nos presione y hagamos eso que realmente queremos hacer. Como cerradores debemos ayudar a la otra persona en tomar esta buena decisión, no importa si tenemos que aplicar la presión, créeme si realmente confías en lo que vendes la presión no va a ser un problema para ti, de hecho, estas haciendo lo incorrecto al no aplicar presión sobre la otra persona ya que le estas impidiendo que conozca y viva todo lo bueno que trae tu producto/servicio.

Espero que con lo que te acabo de contar que te ayude como lo hizo conmigo a ver a la presión como convicción en lo que vendes, acuérdate es tu deber y responsabilidad venderle al prospecto.

Uno de los conceptos que no quiero que escuches es:

*"Presionar solo es para los vendedores
de la vieja escuela"*

"Cuando presionas no te van a comprar dos veces"

Creer esto es gran error especialmente en la sociedad que vivimos, donde la mayoría de las personas son frágiles e incapaces de tomar decisiones por su cuenta aunque saben que es bueno para su vida.

Hoy la presión aplica mas que antes!

Las Raíces de las Objeciones

Las raíces de las objeciones

El hecho de no solo conocer las respuestas automáticas a las objeciones sino también saber de donde surgen te va a permitir mirar a las objeciones desde otra perspectiva, resolverlas antes y evitar que surjan dentro del proceso.

Esto es uno de los conceptos "Desarma la Bomba antes de que Explote" y se refiere a que antes de que surja una objeción la resuelves, imagínate que tuviste 50 llamadas los últimos 15 días y las personas te dijeron que les parece muy caro, esto significa que el prospecto no ve realmente el valor en lo que estas vendiendo y por lo tanto para que no vuelva a surgir debes resolver esa objeción antes, lo que significa en este caso que debes presentarle de una manera en que la persona vea el valor por encima del precio, mejorando principalmente la etapa de cualificación y presentación.

Me he dado cuenta que las raíces de las objeciones suelen ser las siguientes tres.

LAS 3 RAÍCES MÁS FRECUENTES DE LAS OBJECIONES

- 1- FALTA DE CERTEZA Y CONFIANZA**
- 2- PRECIO POR ENCIMA DEL VALOR**
- 3- SIN URGENCIA PARA ACTUAR**

Falta de Certeza y Confianza

- 1- El prospecto no siente que realmente va a tener resultados.
- 2- No confía en tu producto o servicio
- 3- No confía en la empresa en la que estas
- 4- No confía en si mismo

No ve el valor por encima del Precio

Cuando el prospecto no ve el valor por encima del precio le va a parecer caro y no va a tomar la decisión de comprar.

Sin Urgencia para actuar

El hecho de que la persona no tenga urgencia para actuar va a significar que el hecho de actuar ahora o dentro de unos meses, va a ser lo mismo.

3 CLAVES PARA AUMENTAR LA CONFIANZA Y CERTEZA DEL CLIENTE

Una de las principales causas por la cuales el prospecto no confía en los vendedores es porque ha tenido malas experiencia con otros, ya sea porque no se llevaron lo que el vendedor les prometió o porque los estafaron, por eso es tan importante que tu muestres absolutamente todo lo que digas.

"Creer para ver" puede aplicar muy bien en la vida pero te aseguro que en las ventas no, el prospecto te va a comprar por los ojos, debe ver absolutamente todo y tener la claridad de que esta es realmente una buena decisión.

Asegúrate de dar todo con claridad y te garantizo que los prospectos van a confiar más en ti.

Ten preparado la mayoría de preguntas que te hace el prospecto y muéstrale las respuestas.

Si te pregunta sobre la garantía, no solo le hables de que existe, que es por tantos días, sino también muéstrale los días que dura y los papeles legales.

Si te pregunta por si otras personas ya consumieron el producto, muéstrale testimonios.

Muestra absolutamente todo.

Algo que también es importante si quieres generar más confianza en tu prospecto es realmente estar interesado en resolver sus problemas o cumplir sus deseos, a lo que me refiero es que un error que cometen muchos vendedores es presentar sin antes hacer una etapa de cualificación es decir, debes asegurarte de conocer bien la situación, el dolor y el deseo que tiene la otra persona para luego así poder presentarle la solución. Al no hacer una etapa de cualificación el prospecto va a sentir que lo único que quieres es venderle y lo segundo es que al no conocer bien la situación de tu prospecto vas a hacer una "Presentación al aire" significa que tienes muy poca posibilidad que el prospecto se sienta identificado/entendido con lo que le estas vendiendo y por lo tanto no va a tener el suficiente interés como para querer comprarte.

Al averiguar bien la Situación, problemas y deseo de tu prospecto vas a hacer que generes mucha mas confianza y que el prospecto sienta que realmente lo que buscas es ayudarlo y como consecuencia aumentas mucho la confianza que tenga en ti.

3 CLAVES PARA AUMENTAR LA CONFIANZA Y CERTEZA DEL CLIENTE

1- VALIDACIÓN SOCIAL:

Muéstrale que otras personas ya lo han conseguido.

Muéstrale que tu ya lo haz conseguido.

Resultados/Testimonios.

2- CUALIFICA AL PROSPECTO

Muestra interés por resolver su problema y brindarle una solución.

Haz buenas preguntas para obtener buenas respuestas.

3- PAPELES LEGALES

Garantía.

Contrato de legalidad.

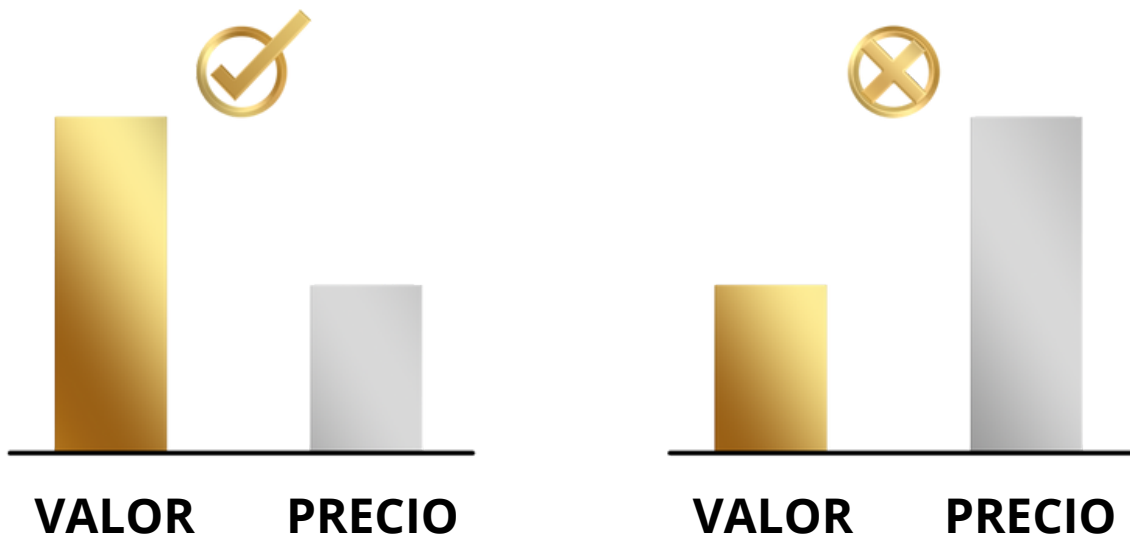
4- PRUEBA GRATIS

Que pruebe el producto por su cuenta.

5- MUESTRA TODO

El prospecto te va a comprar por los ojos, debe ver para creer asegúrate de mostrarle todo lo que dices.

PRECIO POR ENCIMA DEL VALOR



Esto es solo un tema de percepción sobre el valor percibido de tu prospecto.

Cuanto mas grande es el problema que resueles mas alto es el valor que el prospecto estará dispuesto a pagar.

Ej: Imagínate que te estoy vendiendo una guía a 4.000 dólares sobre como hacer paso a paso un proceso de ventas y te garantizo que tu vas a conseguir generar 9.000 dólares, te va a parecer caro o barato? Inviertes 4.000 y ganas 9.000, ¿Quién no lo haría? y piensa que solo son 30 hojas de papel! la diferencia es el valor que esta aporta.

Por lo tanto cuando el cliente te diga "Me parece caro" es porque realmente no ve el valor en lo que le estas vendiendo o no tiene un dolor suficientemente grande como para tomar una decisión.

Seguramente estarás diciendo *"Si Tino muy bueno esto que decís pero yo vendo autos, no vendo guías de como ganar mas dinero"*.

Déjame responderte eso, no tiene absolutamente nada que ver, imagínate que el prospecto te dice que quiere comprar un auto porque todos los días lleva a sus hijos al instituto en transporte publico y hace poco se entero de que robaron y lastimaron a los hijos de uno de sus vecinos, un auto de 15.000 dólares es mas caro que la vida de sus hijos? Estoy seguro de que esa persona esta dispuesta a pagar lo que sea para proteger a su familia y 15.000 dólares es una cifra ínfima comparado al valor que le aporta a su vida.

Podemos poner otro ejemplo menos dramático si quieres imagínate que un chico de 20 años esta buscando trabajo y necesita una nueva computadora para que lo contraten y gane sus primeros 2000 dólares al mes, llega un vendedor y le muestra una computadora que cumple específicamente con sus requerimientos y se la ofrecen a 1500usd, tu que crees la compraría? Yo digo que si.

FALTA DE URGENCIA

Cuando el cliente no tiene urgencia para actuar empezar hoy o dentro de 1 año es indiferente para el, es raro que tome la decisión si no existe urgencia y un dolor claro que quiera resolver, esta la mayoría de los vendedores la quiere causar mediante dar ofertas o promociones que no necesariamente esta mal pero no es lo mas efectivo, al fin y al cabo todos compramos algo porque queremos solucionar un problema o conseguir un objetivo y te voy a dar un escenario, para que veas como genero urgencia mediante preguntas.

"Bueno Pepe me dijiste que tienes sobrepeso hace 2 años, ¿puede ser?"

"Sisi Tino"

"¿Si no haces nada para solucionar esto, dónde estarás en 5 años?" (Urgencia)

Soy un fiel creyente que la urgencia puede ser generada de varias maneras, pero una de las que a mi mas me ha funcionado fue que la persona se de cuenta del costo que esta pagando por no actuar hoy. Esto lo consigo haciendo las preguntas adecuadas para que el prospecto llegue a la conclusión por si mismo.

FACTORES PARA GENERAR URGENCIA

ESCASES DE TIEMPO

- ▶ Ultimas Horas.

ESCASES DE UNIDADES

- ▶ Ultimas Unidades.

EXCLUSIVIDAD

- ▶ Primeras compras van a tener bonus extras.

PRECIO

- ▶ Días de descuentos
- ▶ Sin intereses

PREGUNTAS

- ▶ Se genera mediante preguntas para que el prospecto llegue a la conclusión por si mismo.

DESEO

- ▶ "Haz ver al prospecto que cuanto antes empiece antes va a tener los resultados"

DOLOR

- ▶ Que conozca el costo que esta pagando por comprar tu producto o servicio.

Resolver Objeciones

Resolver Objeciones

Una vez que conoces bien las raíces de las objeciones sabes como puedes prevenirlas aunque hay que decir una gran verdad, igualmente van a surgir, si que con lo que acabas de aprender no tanto pero van a surgir.

Si piensas que en las ventas no te van a rechazar o poner objeciones mejor dedícate a otra cosa.

Yo siempre digo que una de las claves para tener éxito en las ventas es estar preparado, saber que decir a lo que te diga el prospecto, haber pasado por todas las situaciones y saber como operarlas.

Ya me encargue de que puedas anticipar y conocer el origen de las objeciones ahora me voy a encargar de darte las mejores herramientas para que puedas resolverlas y sepas afrontar todas las objeciones para así lograr superarlas y cerrar mas ventas.

"Existe solamente 2 objeciones que no puedes resolver, una es la que no conoces y dos la que utilizas con otros vendedores"

— Tino Mossu

LAS 5 CLAVES PARA RESOLVER OBJECIONES

1- EMPATIZAR + DIRECCIONAR

El vendedor tradicional lo que hace cuando le ponen una objeción es "chocarla" a lo que me refiero es que cuando el prospecto le dice algo como *"Bueno lo tengo que pensar"* el vendedor tradicional le responde *"No lo Tenés que pensar yo se que vos lo quieres hacer, asique hagámoslo"*.

Pensemos a esta situación como si el prospecto nos pone una piedra en el camino y el vendedor tradicional al responder eso lo único que hace es empezar una batalla que ninguno va a salir ganando. Lo que debes hacer tu en cambio, es no chocar esa piedra sino que desviarla y seguir hacia delante o en otras palabras Empatizar para luego Direccionar.

Ej:

"Lo tengo que pensar"

"Juan entiendo perfectamente que lo tengas que pensar pero yo sé que hay una razón que te esta impidiendo tomar la decisión, te parece si me la compartir así lo hablamos entre los dos?"

2- PEDIR LAS COSAS 2 VECES

Cuando le dices al prospecto una frase de cierre ej. *"Juan en base a todo lo que estuvimos viendo, ¿Habría alguna razón por la que no lo harías?"*. Le acabas de pedir el dinero 1 vez, si el prospecto te pone una objeción como *"Bueno Carlos la realidad es que esta todo muy bueno pero en este momento no tengo el dinero"*.

El vendedor Tradicional en esta ocasión lo que hace es comprarse la objeción y dice algo como *"Bueno no te preocupes, podemos hacer un cupón de descuento"* o peor todavía, *"Bueno tranquilo te parece si te contacto en 2 semanas?"*.

No me cabe duda que ya entendiste que no le debes comprar las objeciones a tus prospectos y recuerda el gran cerrador ante el primero NO sabe que comienza la negociación no que termina.

**"Trata toda objeción como una
queja hasta que la valides como
una verdadera objeción"**

— Grant Cardone

El hecho de pedir las cosas dos veces significa que cuando el prospecto nos dice una objeción no la vamos a comprar y vamos a direccionar nuevamente al cierre.

Ej:

"Ahora no tengo el dinero"

*"Juan entiendo que quizás no tengas el dinero,
pero me dejas decirte algo?"*

"Sisi decime"

*"El 90% de las personas que se sumaron
al programa tampoco tenían el dinero pero
como realmente lo querían hacer lo consiguieron,
por eso te pregunto vos realmente lo quieres hacer?"*

"Si"

***"Bueno porque si realmente lo quieres hacer
el dinero aparece, asique hagamos el primer
pago hoy y empecemos" (Le pedimos el dinero
por segunda vez)***

Lo que hacemos acá es no comprarle la objeción, tomarla como un comentario y direccionar al cierre (por segunda vez).

3- CARTAS BAJO LA MANGA

Otra de las claves para tener éxito en las ventas es estar 100% preparado para resolver cada situación que se te presente ,debes tener un arsenal de respuestas para poder resolver cada tipo de objeciones que te diga el prospecto.

Una lo que diferencia a los exitosos en el cierre de los que no lo son es que estos saben específicamente como actuar y que decir en cada situación del proceso de ventas. Los saben porque practicaron y practican todos los días, por eso te recomiendo que practiques todos estos conceptos que estas aprendiendo en esta guía con un compañero, esto lo que te va a permitir es empezar a tener practica, no necesariamente con clientes reales es como si estuvieses practicando luego salir a la trinchera.

El hecho de ganar experiencias en los diferentes escenarios te va a permitir estar preparado y tener mucha mas confianza en ti mismo a la hora de vender, por eso es tan importante que practiques y mejores los puntos débiles que tengas. Busca siempre estar formándote y puliendo nuevas herramientas.

Cuando no estas vendiendo debes estar practicando.

4- EL SEXTO SENTIDO

Sinceramente este punto casi no lo agrego a la guía me cuesta explicarte este "Sexto sentido", se que hay personas que me van a entender a lo que me refiero pero igualmente me gustaría tratar de explicártelo.

Primero debes entender que decir una frase no te garantizará el éxito con las objeciones, el sexto sentido va mas allá de lo verbal, en realidad es lo contrario el sexto sentido es darnos cuenta de lo que NO nos dice nuestro prospecto, tal como su lenguaje corporal, tono de voz y disposición para tomar la decisión.

Por eso en lo personal me gusta mucho hacer videollamadas o encuentros es persona, porque muchas veces lo que te dice tu prospecto de forma verbal no es lo mismo que lo que dice de forma no verbal, y créeme el lenguaje no verbal es mucho mas importante que el verbal.

Si haces llamada telefónica no te preocupes puedes utilizar el sexto sentido identificando el tono de voz que tiene la otra persona.

Con experiencia iras mejorando este sexto sentido y si aun sigues sin entenderlo estoy seguro que lo entenderás.

5- EL MARCO FUERTE

Con el marco me refiero a ese punto donde ya resolviste varias objeciones y la persona sigue sin tomar la decisión, el marco fuerte se refiere al hecho de no irte de la reunión hasta que se haya concretado la venta, la mayoría de vendedores tradicionales en este punto no saben que hacer ni decir y se comienzan a sentir incomodos por lo tanto deciden terminar la Reunión, el gran cerrador tiene 100% de certeza que lo va a cerrar cueste lo cueste su certeza y convicción es tan grande que esta dispuesto a quedarse lo que sea necesario hasta que vea reflejada la compra.

(Es verdad que esto no aplica a todos los contextos pero la mayoría de vendedores no mantiene nunca un marco fuerte)

Este es un punto que no todo el mundo logra conseguir, de hecho yo sigo puliéndolo día a día.

Algo muy importante es que cuanta mas practica acumules y mas veces te hayan dicho que no lograrás mejorar tu marco como vendedor.

Con esto no me refiero a presionar hasta matar, sino a no frenarte ante los primeros no y saber cuando es conveniente retirarte y cuando no.

Respuestas a Objeciones

Respuestas a Objeciones

Todas las personas quieren empezar por esta parte, la decidí poner al final no por casualidad, esto no quiere decir que no es importante de hecho es tan importante como los fundamentos pero si que es verdad que cuando combinas los fundamentos y las respuestas te vuelves imparable.

Me gustaría aclararte que no tomes estas respuestas como reglas, varias de las que voy a compartir las he aprendido de otros vendedores.

Debes saber que no es solamente que dices sino como y en que momento lo dices, como yo nunca tome un curso de oratoria creo que aprender a manejar los tonos y la forma de decirlo te lo va a dar la experiencia, aunque no dudo que un curso de este tipo te puede beneficiar.

Otra de las cosas que juega un papel muy importante es la experiencia que tengas resolviendo objeciones, piénsalo como un musculo cuantas mas objeciones hayas resultado mas practica y mejor te vuelves, debido a que tendrás mas seguridad y esta se la transmitirás a tu prospecto.

CUÁNDO RESOLVER OBJECIONES

Antes de que aprendas como resolver las objeciones me gustaría aclararte una verdad muy importante y es cuando resolver las objeciones.

Las objeciones se responden solamente cuando hayas hecho la presentación sino son simplemente comentarios que utiliza el prospecto. Muchos vendedores lo que les pasa es que cuando apenas empiezan la Reunión el prospecto le pone objeciones como "Mira que hoy no voy a comprar nada o ya tenemos a alguien que se encarga de este servicio" el vendedor tradicional en este caso lo que hace es tratar de resolver la objeción y esto es un error fatal porque lo único que vas a hacer es "chocar" con el prospecto y esto créeme que no te llevara a ningún lado.

Imagínate que el prospecto cuando te pone una objeción de ese tipo lo que hace es ponerte un obstáculo en el camino por lo tanto lo único que debes hacer es esquivarlo y seguir por tu camino, esto lo lograrás empatizando y luego direccionando.

Me he dado cuenta de que hay 2 objeciones que son las mas frecuentes que aparezcan antes de la presentación.

"Mira que no voy a comprar nada"

Yo tampoco pienso venderte algo, solamente me gustaría conocer que es lo que estas buscando y si por alguna casualidad vos tomas la decisión de querer hacer algo con nosotros que lo puedas hacer, la intención es conocernos.

"¿Cuál es el precio?"

Esta es una objeción que algunos prospectos utilizan apenas comienza la Reunión, el vendedor tradicional el error que comete es que cuando el prospecto le dice esto, el vendedor le quita información diciendo algo como "El precio te lo digo al final" el problema con esto es que se empieza a crear un "choque" entre el vendedor y el comprador, como te estaras imaginando esto no es bueno ya que el prospecto empieza a sentir que le estas quitando información y la confianza es ti disminuye drásticamente. En este caso tienes 2 opciones o le das el precio o un aproximado (mejor opción).

"Dar aproximado"

"Juan la realidad es que los precios varían van de 500 a 1000 dólares por eso primero me gustaría conocerte bien y ver cual de los productos se acomoda mas a lo que estas buscando."

Objeciones

Cuando el cliente dice

"Me lo tengo que pensar"

Debemos entender que esta objeciones es solo un comentario y detrás de este hay una razón que a la persona le esta impidiendo tomar la decisión, nuestro objetivo es descubrir esa razón y resolverla.

Acuérdate una de las objeciones que es imposible resolver es la que no conoces.

Los novatos compran estas objeciones y dicen algo como "Bueno Juan entiendo que lo tengas que pensar te parece si llamo mañana así lo piensas bien" pensando que esto esta bien, Si tu haces esto luego de leer la guía por favor regálasela a alguien que realmente la valore porque no entendiste nada.

OPCIÓN 1

"La verdadera Razón"

"Juan entre nosotros dos, se que hay una razón que hoy te esta impidiendo tomar la decisión de sumarte, te parece si me la compartís así lo hablamos entre los dos?"

(Buscamos descubrir la verdadera objeción)

OPCIÓN 2

"Las 3 opciones"

Me dejas decirte las 3 razones que se te van a venir a la mente cuando te lo tengas que pensar?

Sisi decime

La primera es si realmente tienes el dinero para permitirte esto.

Lo segundo si confías en mi que te doy a dar resultados.

La tercera si realmente estar comprometido para hacer todo lo que te diga.

De estas 3, ¿Cuáles te surgen hoy?

(Buscamos conocer la verdadera objeción)

Cuando el cliente dice "Me parece caro"

OPCIÓN 1 **"Comparar"**

"Déjame preguntarte: ¿caro comparado a qué?"

"Comparado a lo que hay en el mercado"

Opción A

"Te entiendo entonces ¿Qué tendríamos que ofrecerte nosotros que la competencia no ofrece para que realmente valga la pena invertir un poco mas?"

Opción B

"La realidad es que Si lo puedes conseguir mas barato, ahora la única diferencia con eso es que el servicio no te lo vamos a estar dando nosotros"

OPCIÓN 2 **"El costo se paga igual"**

"Juan déjame decirte que el costo lo vas a pagar de todas maneras, uno es el costo de seguir en la misma situación en la que estas o dos el costo del programa, que costo elegís pagar?"

Cuando el cliente dice "No tengo el dinero"

OPCIÓN 1

"El 90%"

"Juan el 90% de las personas que se sumaron esta ultima semana tenían el mismo problema pero como realmente lo querían hacer lo hicieron, Vos realmente lo quieres hacer?"

"Si"

"Entonces el dinero aparece hagamos el primer pago hoy y empezemos."

OPCIÓN 2

"Si pasa, pasa"

"Déjame preguntarte si no fuera por el dinero lo harías?"

"Si"

"Bueno intentemos pasar la tarjeta si pasa pasa, al menos te vas de esta llamada intentándolo no tienes nada que perder. Ahí te mande el link"

OPCIÓN 3

"Justamente por eso"

"Justamente por eso debes hacerlo porque con esta capacitación vas a poder generar mucho mas dinero, asique hagamos el primero pago hoy y empecemos"

OPCIÓN 4

"El Dinero Aparece"

"Si no fuera por el dinero lo harías?"

"Si, pero no lo tengo"

"Bueno por que el dinero aparece, cuando realmente quieres hacer algo yo se que lo haces asique hagamos el primer pago hoy, y empecemos."

Quando el cliente dice "Lo tengo que hablar con mi socio"

OPCIÓN 1

Desarma la bomba antes de que explote

Esta objeción tiene algo particular y es que la tienes que resolver antes de que aparezca, especialmente si trabajas en B2B donde hay varios tomadores de decisión tienes que anticipar esta objeción diciendo algo como:

"Pepe antes de realizar la Reunión me gustaría preguntarte, sos la única persona que toma las decisiones en la empresa o hay mas? Te digo esto porque si hay mas personas me gustaría conocer la opinión de todos."

"Sisi hay mas personas"

"Okey agendemos un horario donde podamos estar todos y platicar bien, qué día les queda mejor martes o jueves?"

Cuando el cliente dice
"Lo tengo que hablar con mi esposo"

OPCIÓN 1

"No sabe lo que vos sabes"

"Super antes me dejás decirte algo?"

"Si"

"La realidad es que tu esposo no estuvo en esta llamada y no sabe lo que vos sabes, la decisión que tome va a estar tomada con la poca información que tiene por eso déjame preguntarte es esta para vos una buena decisión?"

"Si"

"Si tu esposo te dice que no, es una mala o buena noticia?"

"Mala noticia"

"Hagámoslo entonces, agarra las riendas de esta decisión y anda con tu esposo con una decisión tomada, que método de pago te queda mas cómodo?"

Cuando el cliente dice
"Lo tengo que hablar con mi esposo"

OPCIÓN 1
"Empoderamiento"

"¿Este plan es para vos o para tu esposo?"

"Es para mi"

"Okey, realmente sentís que es una buena decisión?"

"Si"

*"Entonces agarra las riendas de la decisión y
tómala por tu cuenta, porque esta es una decisión
que cuando miras para atrás el día de mañana no
te vas a arrepentir de haberla tomado, que método
de pago te queda mas cómodo?"*

Cuando el cliente dice "En un rato hago el pago"

En esta ocasión debemos entender que el prospecto si realmente esta seguro que esta es una buena decisión la va a tomar en el momento.

Debemos buscar excusas para que la persona decida hacerlo en el momento, es importante que no te creas nada de lo que te diga, aunque parezca muy seguro de que Si lo va a hacer no le creas, este en un error que yo cometí, entiende que si el quiere tomar la decisión lo va a hacer sino es porque tiene una objeciones que no conoces.

**"No dejes para mañana lo que
puedes cerrar hoy"**

— Anónimo

OPCIÓN 1

"Posibles problemas"

*"Hagámoslo ahora así en el caso de que surja un problema
me tenés a mi para asistirte"*

OPCIÓN 2

"Te lo sacas de encima"

"Hagámoslo ahora y te lo sacas de encima"

OPCIÓN 3

"La factura"

"Si total lo vas a hacer hagámoslo ahora y me confirmas y te llega la factura"

OPCIÓN 4

"Convencido"

"Juan, ¿realmente estás convencido?"

"Por que si realmente lo estas no vas a dejar pasar una decisión, hay algo que no me haz dicho que te gustaría decirme?"

Cuando el cliente dice
"Déjame analizar otros lugares que ofrecen lo mismo y te aviso"

OPCIÓN 1
"Supongamos"

"Juan supongamos que tomas la decisión de hacerlo ahora, ¿Qué es lo peor que podría pasar?"

"Que encuentre otros lugares que ofrecen lo mismo y más barato"

"Totalmente, me dejas decirte cual es el único problema con eso?"

"Si decime"

"Que vas a estar pagando con tiempo la búsqueda y cada momento que pases buscando el mejor precio es momento que alejas los resultados de tu vida asique actúa con lo que Tenes en este momento y te prometo que vas conseguir los resultados que estas buscando hace 2 años"

NO DEJES LA PUERTA ABIERTA

Este es un concepto que es importante que sepas y es que al resolver una objeción debes al final volver a decir un cierre de transición, lo que haces con esto es cerrar una puerta que abriste al resorber la objeción y volver a pedirle el dinero al prospecto, como ya leíste antes, una de las claves para volverte un buen cerrador es pedir las cosas dos veces o mas.

Ej:

"Juan entiendo que no tengas el dinero pero vos realmente lo querés hacer?"

"Si"

"Bueno porque cuando lo quieres hacerlo el dinero aparece (Aquí debes decir otro cierre tal como hagamos el primer pago ahora y empecemos)"

Cierres para "cerrar la puerta"

- ▶ Hagamos el primer pago ahora y empecemos
- ▶ Hagamos el primer pago ahora y guardas tu lugar
- ▶ Que método de pago te queda mas cómodo?
- ▶ Hagámoslo ahora y nos lo sacamos de encima

Llegaste al final de esta guía ojalá te haya servido, tengo que confesarte que estos conceptos por si solos no te van a traer resultados, debes asegurarte de ponerlos en practica, te recomiendo que al principio lo practiques con un compañero simulando como si fuera una venta real, la venta como toda habilidad debe ser entrenada y pulida.

Tomarte en serio todo lo que aprendiste en esta guía te va a traer resultados.

Todos estos conceptos han significado mucho para mi vida y resultados, pase de no facturar un solo centavo con mi negocio a lograr independizarte en solo 3 meses aplicando todo lo que te explique hoy puedo decir que estoy en mis mejores momentos y todavía me queda un gran camino por recorrer.

Muchas gracias,
Tino.

A handwritten signature in black ink that reads "Tino Mossu". The signature is written in a cursive, flowing style with a long horizontal line extending from the end of the name.

Me he dado cuenta de que hay muchos libros sobre “cómo vender”, pero pocos que enseñen a cerrar ventas y resolver objeciones.

La mayoría de los que hay están desactualizados o NO te dan herramientas prácticas para implementar en tu día a día.

Ésta no es una guía de cómo vender, ésta es una guía de cómo aprender a cerrar ventas.

Aquí revelo todas las herramientas que yo utilizo en la etapa de cierre para que dejes de perder tratos por no saber cómo actuar en el cierre y no saber resolver objeciones.

AQUÍ APRENDERÁS TODO LO QUE DEBES SABER PARA CONVERTIRTE EN UN GRAN CERRADOR DE VENTAS

A handwritten signature in white ink on a black background. The signature is written in a cursive, flowing style. The first part of the signature, 'Tino', is written with a long, sweeping horizontal stroke that extends to the left. The second part, 'Mossu', is written with a large, bold 'M' followed by a series of loops and a long horizontal stroke that extends to the right.