

ÍNDICE

Introducción	9
CAPÍTULO 1	
EJEMPLOS DE SITUACIONES TÍPICAS DE VENTA. OBJECIONES MÁS CORRIENTES	13
1.1. Introducción	15
1.2. Un caso de venta de automóviles	16
1.3. Un caso de venta de muebles	21
1.4. Un caso de servicio técnico al automóvil	23
1.5. Un caso de renovación de un contrato de mantenimiento	25
1.6. Un caso de venta de ropa femenina	27
1.7. Un caso de venta de impresos comerciales	29
1.8. Un caso de venta al por menor	31
1.9. Un caso de venta de cosméticos	32
1.10. Un caso de venta de equipos de oficina	34
1.11. Un caso de venta industrial	37
1.12. Un caso de venta de vídeos	40
1.13. Resumen	41
CAPÍTULO 2	
PROCEDIMIENTOS A SEGUIR CONTRA LAS OBJECIONES: ADVERTENCIAS Y SUGERENCIAS	43
2.1. Para proceder adecuadamente ante las objeciones se requiere formación en ventas	45

2.2.	Los cinco pasos en una entrevista típica de venta ...	45
2.3.	La importancia del diálogo y de la interacción social	46
2.4.	Técnicas para agradecer y persuadir	48
2.5.	Definición de valor	49
2.6.	Intercambio de valores	49
2.7.	Características del agente de ventas con éxito	51
2.8.	Nueve preguntas en la mente del comprador	52
2.9.	Las trece posibles causas de objeción	53
2.10.	Cómo prevenir las objeciones y modo de proceder ante ellas	54
2.11.	Prospección selectiva	54
2.12.	Casos concluidos con éxito	55
2.13.	Testimonios	56
2.14.	Llamar al cliente por su nombre	57
2.15.	Utilización de la pregunta de sondeo	58
2.16.	La pregunta tipo test	58
2.17.	Características, ventajas y frases de venta	59
2.18.	El comentario gratificante	61
2.19.	Parafrasear al cliente	62
2.20.	Un «toque» al orgullo del cliente	63
2.21.	Resumen	63

CAPÍTULO 3

MÁS SUGERENCIAS Y ADVERTENCIAS EN CASO DE OBJECIONES. PROCEDIMIENTOS A SEGUIR

69

3.1.	Introducción	71
3.2.	Impacto personal. En qué consiste y sus consecuencias	71
3.3.	Definición de lenguaje corporal	72

3.4. La importancia del lenguaje corporal para proceder ante las objeciones	73
3.5. El lenguaje corporal que provocará objeciones y respuestas negativas	75
3.6. El lenguaje corporal del cliente	76
3.7. Vocabulario	77
3.8. Discurso	79
3.9. Presencia y vestimenta	80
3.10. Resumen	81

CAPÍTULO 4

OBJECIONES Y PRETEXTOS MÁS COMUNES: CÓMO PROCEDER

85

4.1. Introducción	87
4.2. «No se ajusta a mis necesidades»	88
4.3. «Mi empresa es diferente»	89
4.4. «Estoy muy ocupado»	91
4.5. «No pierda el tiempo conmigo»	92
4.6. «No comprendo»	94
4.7. «Ya probé algo parecido y no funcionó»	95
4.8. «Quizá más adelante. No hay presupuesto para eso»	97
4.9. «No tengo espacio»	99
4.10. «Me gusta, pero no estoy preparado»	101
4.11. «Tuve una mala experiencia con su empresa»	103
4.12. «No puedo permitírmelo»	105
4.13. «Espere a que hable con...»	108
4.14. «Mándeme información por correo» o «déjeme su catálogo»	110

CAPÍTULO 5

MÁS OBJECIONES Y CÓMO PROCEDER ANTE ELLAS 113

5.1.	«Voy a esperar hasta que el negocio vaya mejor» ...	115
5.2.	«Es demasiado caro»	117
5.3.	«Lo pensaré»	121
5.4.	«Estoy satisfecho con mis actuales proveedores»	124
5.5.	«No me interesa»	126
5.6.	«No me fio de usted»	129
5.7.	«Se lo compro a un amigo»	132
5.8.	«No gracias, estoy hechando un vistazo»	133
5.9.	«Me gusta el estampado pero el color no»	135
5.10.	«No me satisfacen sus plazos de entrega»	137
5.11.	«No me gusta (el producto, el color, la talla, etc.)»	138
5.12.	«No necesito ese servicio con tanta frecuencia»	140