



## **Tus Derechos sobre este Libro**

He checado cuidadosamente esta guía para que sea perfecta, sin embargo, soy humano y podría haberme saltado algunos errores.

Si encuentras alguno mucho te agradecería que me lo hagas saber enviándome un Email a [admin@pymesempresariales.com](mailto:admin@pymesempresariales.com) para que yo lo pueda solucionar en futuras ediciones.

### **Esto es lo que puedes hacer con esta guía:**

1. Tienes derecho a ofrecerlo como regalo en tu página web o Blog.
2. Tienes derecho a imprimirlo para que lo puedas tener a la mano siempre.
3. Tienes derecho a regalar o a dar esta guía a un número ilimitado de personas.

### **Esto es lo que no puedes hacer con esta guía:**

1. No tienes derecho a vender esta guía para obtener ganancias.
2. No estás autorizado a usar el contenido de esta guía para tu página web o Blog sin antes haber obtenido permiso.

## **Responsabilidad**

Las estrategias y técnicas en esta guía pueden ser usadas para obtener una gran cantidad de Clientes y ventas. Sin embargo, lo que tú hagas con estas técnicas dependerá de ti. Porque no te conozco, no conozco tus habilidades y –lo más importante de todo- no sé lo persistente que puedes llegar a ser por lo cual no te puedo dar garantías.

## **Introducción**

Esta guía ha sido elaborada como una herramienta tanto para Empresarios que ya se encuentran operando su Negocio y que buscan nuevas ideas para reinventarse o consolidarse en el área de las Ventas, así como también para quienes están en pos de abrir un Negocio y que tienen incertidumbre acerca de los detalles e ideas que podrían aplicar en su Empresa para atraer Clientes y vender más, para así poder trascender con el proyecto que tienen en mente.

Está hecha desde mi óptica de Empresario, que en la búsqueda de nuevas y productivas ideas he ido experimentando y poniendo en práctica, las he aplicado como herramientas que he tenido a la mano para llegar a consolidar mi Negocio y el de los que he tenido a bien manejar y administrar.

Este reporte también es el resultado de la aplicación de las experiencias que he tenido tanto en mi papel como vendedor en diferentes compañías de comercialización de productos y servicios, así como de la aplicación de diversas técnicas y herramientas que he adquirido a través del tiempo con el trato directo con la gente en el mundo Empresarial.

Alguna de estas herramientas que he escrito aquí son también el resultado de la vivencia diaria, de la aplicación de la técnica de prueba y error por la que todo Empresario tiene que pasar, donde uno a veces tiene que sufrir para poder aprender ciertas lecciones que a la larga te dejan grandes frutos.

No pretendo ser un Master de ventas con estas herramientas que aquí te presento, sino al contrario, enseñarte que cuando uno atraviesa un camino sinuoso a través de sus propias experiencias, está con mayor facultad de poder opinar y verter sus conocimientos para que alguien más las siga aprovechando, y con la autoridad que te da el ser exitoso en lo que haces.

Esta serie de consejos pretende ser una guía de consulta constante para todos aquellos que se encuentran en la incertidumbre de no saber que pasos seguir para la puesta en marcha de nuevas estrategias de ventas, te recomiendo que las leas una y otra vez, que leas entre líneas por que cada que lo hagas encontrarás algo nuevo, algo que a lo mejor te pueda dar la diferencia entre el éxito y el fracaso.

No importa si apenas empiezas o si ya tienes muchos años en los negocios, esta guía está hecha precisamente para eso, para buscar nuevos horizontes y nuevas ideas que te ayuden en la

<http://pymesempresariales.com>

consecución de lo que pretendes en tu proyecto de Negocios, o para que te consolides como una autoridad en la materia.

Se dice que el que busca encuentra, y con esta guía tal vez encontrarás algo que le hacía falta a tu rompecabezas, algo que se ajuste exactamente con lo que en este momento estás realizando, y que por ende pueda contribuir a lograr las metas y objetivos que te has trazado.

Sinceramente,

Fernando Vázquez

<http://pymesempresariales.com>

<http://pymesempresariales.com>

# 1

## **Construya una base de datos de sus Clientes**

Durante mucho tiempo han existido Negocios que por su naturaleza tenían muy poco contacto con sus Clientes, incluso los que sí deberían tenerlo se abstenían de hacerlo ya sea por política o por falta de visión; en la actualidad la tendencia ha cambiado, y el Negocio que no siga esta línea estará aumentando sus posibilidades de fracaso.

Se hace imperante la necesidad de tener contacto más cercano y directo con nuestros Clientes, procurar saber sus inquietudes y recibir su retroalimentación podría hacer la diferencia en un Negocio, porque en base a ello se puede tener la innovación y calidad en el servicio que tanto se desea y se busca.

Sin duda alguna, el contar con una base de datos de nuestros Clientes se convierte hoy en día en una de las herramientas más importantes cuando de vender se trata.

Todo dueño de Negocio que pretenda solidificarse en el mundo Empresarial debería saber que el tener Clientes cautivos trae cada vez más ventas para su Empresa, por lo que se deben obtener datos específicos de todos y cada uno de ellos.

También cuando se convierten en compradores asiduos, contar con el detalle de consumo y hábitos de compra de cada uno, le dará ventajas que nunca imaginó, porque así sabrá cuales son las preferencias y qué es lo que más compra un Cliente.

Como paso inicial tendrá que ir estableciendo las bases para una buena relación, primeramente, y a manera de recomendación y no por regla general ya que cada Cliente es diferente, solo se deben obtener los datos de contacto, no es necesario una encuesta con cien preguntas, bastará con nombre, teléfono y dirección de correo electrónico;

Hoy en día sabemos el increíble poder del manejo de la web o del Internet como coloquialmente se conoce, cuando se cuenta con la información electrónica de contacto, estos simples datos pueden generar ganancias inimaginables y ventas repetitivas con el simple clic de un "Mouse".

Cuando de hacer contacto con tus Clientes se trata, lo más importante es ir creando confianza, además de que esa confianza esté respaldada, claro está, por el buen producto o servicio que ofrecemos, deberás ir creando en tu Cliente un ambiente de comodidad y buena imagen hacia tu Negocio, que se sienta a gusto y con la confianza de decirte y hacerte saber las verdaderas objeciones que tenga, esto te dará la pauta para ofrecerle el producto que sea acorde a sus necesidades.

Vaya estableciendo una buena relación con sus Clientes, haga encuestas de servicio, ofrezca cupones de descuento para su próxima compra y nunca olvide seguir construyendo su ***base de datos***, El seguimiento que usted les dé, hará que sus Ventas se repitan una y otra vez.

Desarrolle su estrategia de contacto, adquiera la confianza que tendría el mejor vendedor y repita y mejore su técnica de ventas siempre, esto lo hará un experto en el trato con el Cliente, verá lo impresionante que pueden llegar a crecer sus Ventas.

Conviértase en el mejor vendedor de su Empresa al trabajar en su lista de Clientes, créame que su base de datos será el mejor Activo con el que cuente, por lo mismo, deberá cuidarla y manejarla con suma discreción, no la comparta de ninguna forma, sea leal con su Clientela.

Hacerse de una base de datos es una técnica que hará que sus ventas exploten al máximo, de su esfuerzo, dedicación y habilidad para sacarle provecho, dependerá el porcentaje de éxito que obtendrá.

Sea tenaz, innove, y sáquele siempre ventaja a su competencia, con ello asegurará la preferencia de sus Clientes.



## 2

### **Ofrezca suplementos para cada Artículo Principal**

El segundo secreto es una técnica ya muy utilizada por las grandes cadenas de supermercados, tiendas de conveniencia, entre otros, se trata de una estrategia que se refleja directamente en el monto de las Ventas, con una efectividad bastante alta en cuanto a resultados se refiere.

Imagine que a cada venta le pueda sacar unos cuantos pesos extras, y no estoy hablando de aumentar o subir sus precios, sino de una técnica que ha sido probada exitosamente en todo el mundo y que le puede traer bastantes rendimientos a sus Finanzas.

Actualmente esta técnica en algunos mercados, genera ventas adicionales de un 30% a un 40%, lo que redunda en un aumento de la utilidad que va directo al bolsillo de los socios o dueños de una Empresa.

La técnica consiste en tener productos complementarios o secundarios siempre, incluso el ofrecer paquetes o kits de artículos (o servicios) que sean atractivos, se convierte en una

variante para esta estrategia, los productos complementarios deberán adicionarle un valor o característica extra, que enriquezcan o llenen una necesidad suplementaria para sus productos o producto principal.

Haga que las promociones de estos productos estén a la vista o que sean siempre ofrecidas como un plus, defina una buena estrategia para hacerle saber a su Cliente del beneficio que tendrá al adquirir estos productos, por ejemplo, si usted presta servicios de embellecimiento y su principal actividad es el corte de cabello, por una cantidad extra podría usted ofrecer el tratamiento facial, el manicure o el pedicure, en fin recuerde que el límite es su propia imaginación para combinar todos los productos o servicios que ofrezca.

Haga promociones de estos productos siempre, ofrézcalos de modo que sean atractivos, y que estén siempre visibles, con esto logrará capturar poderosamente la atención de su Clientela, lo que podría redundar en que se conviertan en Clientes asiduos; no permita que se olviden de su Negocio, haga contactos de seguimiento, aunque sea para agradecerles que hayan realizado una compra, créame, ellos lo valorarán y le harán [repetir muchas ventas](#).

# 3

## **Diríjase a un Segmento de Mercado específico.**

Vivimos en un mundo en el que la competencia por obtener la preferencia del Cliente está a la orden del día, las batallas en el mercado se vuelven feroces con estrategias agresivas tanto de marketing como de ventas.

Tal competencia ha llevado a muchos empresarios a desarrollar estrategias para salirse de esa batalla y buscar nuevos horizontes de comercialización de su producto, donde la competencia sea menor o prácticamente nula; para ello, se ha desarrollado esta técnica en la que el Empresario busca escabullirse de los mercados donde existen muchos negocios ofreciendo el mismo servicio o producto y con ello evitar toda esta guerra de comercialización donde los más débiles son los que casi siempre salen perdiendo.

Dirigir nuestro producto a un segmento de mercado específico es simplemente eso, identificar a cierto grupo de consumidores que tengan los mismos gustos o necesidades, y que además, esas necesidades estén poco cubiertas o no lo estén, de manera que desarrollemos e incrustemos nuevas características al producto o servicio que ofrezcamos y así cubrir esa necesidad específica.

Para poder llevar a cabo esta técnica con éxito, es necesario seguir una serie de pasos, que deberán ser siempre bien complementados con la inteligencia y destreza del Empresario o Emprendedor.

1. Análisis y determinación de un cierto segmento de la población a la que queremos llegar con nuestros productos o servicios.
2. Encuesta acerca de gustos y particularidades sobre las preferencias específicas que se quieren indagar y conocer.
3. En base a resultados de encuestas, determinar la o las características que habremos de adherir a nuestro producto o servicio.
4. Desarrollo del producto cuidando de cumplir las características específicas que se adhieren.
5. Salida del producto hacia el mercado objetivo.

Este procedimiento no es limitativo sino que se puede adecuar o modificar de modo que el resultado obtenido siempre sea la diferenciación de nuestro producto o servicio de los de la competencia, primordialmente lo que se busca es crear un nuevo segmento en el que no tengamos competencia, ya que nuestro producto o servicio tendrá esas nuevas características incrustadas que nadie más podrá ofrecer.

La aplicación de esta técnica requiere de poner atención en los detalles, a veces con una simple adecuación que le hagamos a nuestro producto, podremos hacer diferencia, deberemos cuidar muy bien los detalles de los cambios o adecuaciones que se harán, cuidando siempre tener las estadísticas sobre las preferencias de los Clientes o encuestados.

# 4

## **Pida que lo Recomienden.**

Todos los días tratamos con todo tipo de gente, y con cada contacto que hacemos se nos da la oportunidad de relacionarnos ya sea por afinidad, por amistad o para hacer Negocios, incluso a veces sin darnos cuenta y con el simple trato o la socialización, entablamos relación con más y más gente; la pregunta aquí es... ¿Por qué no utilizar esas relaciones para llevar ventas hacia nuestro Negocio?

En la vida como en los Negocios, para ganar y ser exitoso se necesitan utilizar técnicas que nos lleven a la consecución de los objetivos, y hoy en día las estrategias que se utilizan para vender son cada vez más agresivas, por supuesto sin lesionar la integridad moral y de principios de la gente a quien va dirigida tu campaña de ventas.

Esta batalla simplemente se basa en la capacidad de desarrollar e implementar nuevas y mejores formas de llegarle al consumidor, en realidad este se convierte en el más grande secreto que alguien pueda tener, la propia capacidad de innovación.

El secreto que te revelo ahora es una práctica que ha estado ahí por siempre, unos la utilizan y otros simplemente lo evitan o no se les ha ocurrido hacerlo, de hecho muchos evitan utilizar sus vínculos sociales para llevarlo al Negocio, sin embargo y como ya te habrás dado cuenta, la tecnología nos está llevando a traspasar todas esas fronteras, erróneamente algunas personas tiene la idea de que están violando algún código de ética que supuestamente existe cuando se hace este tipo de promoción por medio de nuestros mismos contactos, conocidos o Clientes.

En base a mi experiencia te puedo asegurar que no hay tal cosa, de hecho, esta es una de las técnicas que rinden mayores resultados ya que la persona que te recomienda tiene la suficiente confianza con el prospecto que te manda, además el contacto prácticamente no se hace en frío, ya que previamente le pedirás a tu amigo, conocido o Cliente que le llame o que le avise a tu referenciado que lo estarás visitando o contactando próximamente.

Yo te digo que no existen normas o reglas que prohíban llevar a cabo esta herramienta que te estoy proporcionando, sino que al contrario, esta debería ser una estrategia de Negocios que deberías trabajar y especializar para conseguir y aumentar considerablemente tus ventas.

El procedimiento a seguir para llevar a cabo esta técnica es el siguiente:

1. Cuando has creado ya la suficiente confianza y afinidad con tus Clientes deberá existir un ambiente de cordialidad y camaradería, por lo que te deberás sentir con toda la libertad y seguridad de pedirles que te recomienden o referencien con conocidos que puedan estar necesitando tus productos o servicios, solicítaselos sin titubeos y con la seguridad de saber que tus Clientes no se incomodarán sino que al contrario, podrían estar creando un beneficio para ellos también, en un momento te diré cómo.
2. Deberás pedir teléfono, dirección o el dato que necesites para hacer contacto con los prospectos que te sean proporcionados, no olvides que tu carta de presentación será la persona o el Cliente que te facilitó esos datos; sería ideal que el Cliente que te proporciona dichos datos de tu nuevo prospecto, hable primero con su referenciado para comentarle o hacerle saber que tú lo contactarás próximamente y que además le comente que ya te conoce por la calidad de tu producto o servicio.
3. Como manera de incentivar a tu Cliente a que te recomiende, podrías ofrecerle algún beneficio por dar buenas referencias de ti (que además deberán ser verdad), algo como ofrecerle algún descuento en su



próxima compra o algún regalo extra especial en su próxima visita, en fin, algo que lo motive con mayor fuerza a recomendarte, incluso tu Cliente se podría convertir en tu mejor vendedor, recomendándote no solo una vez, sino todas las veces que tenga oportunidad, porque recuerda que todos tenemos algo que comprar o algo que vender, siempre.

Es indudable que esta técnica funciona y funciona muy bien, sin embargo, su éxito dependerá del empeño o convencimiento que tú le pongas, ya que como te he mencionado anteriormente, se tienen ciertos prejuicios para su utilización.

Sin embargo yo te pregunto, ¿Qué tan grandes son tus deseos de crecer y ser exitoso?, y ¿Qué barreras estás dispuesto a poner o a quitar en tu camino hacia ese éxito?, creo que el único que tiene esa respuesta eres tú mismo, no pretendas hacer a un lado tus prejuicios o tus miedos, sé que es mas fácil decirlo que hacerlo, pero debes enfrentarlos y superarlos si de verdad quieres trascender.

# 5

## **Sé el mejor vendedor**

No es que alguien no sepa vender o que simplemente no se le den las ventas; simplemente es una falacia esa afirmación de “yo no puedo vender” o “se me dificulta vender”, dentro de un Negocio se convierte en algo esencial el desarrollo de habilidades que te permitan ser el mejor vendedor dentro de tu Empresa.

Todos en la vida, en cierto momento tenemos la necesidad de vender algo, nos pasamos toda la vida mediando y gestionando alguna venta, cuando por ejemplo quieres conquistar a alguien te pones tus mejores vestidos y preparas el discurso acerca de lo que le dirás a esa otra persona a la que quieres convencer.

Lo mismo sucede en el ámbito de las ventas, se necesita preparar el terreno de manera que tus Clientes perciban el interés que tienes de venderles tu producto o servicio, para ello tendrás que tener tu producto en óptimas condiciones, deberás arreglarlo de manera que sea más atractivo a la vista del cliente, podrás adornarlo de manera tal que sea irresistible, y sobre todo prepararás un discurso de ventas tan poderoso que nadie se resistirá a comprarte, suena sencillo verdad...

En realidad todos poseemos la habilidad de vender, todos en cierta forma hemos desarrollado técnicas que hemos aplicado durante mucho tiempo, incluso sin saberlo hemos perfeccionado algunas más que otras, desde el día en que nacimos hemos poseído esa característica de poder pedir y de persuadir, por ejemplo cuando niños persistíamos en algo que queríamos hasta que conseguíamos que nos lo compraran, no aceptábamos ningún no, y si alguien nos lo negaba, utilizábamos esa habilidad innata para convertir ese no en un Sí, esa habilidad que nadie nos enseñó y que fuimos desarrollando a través de la niñez;

Sin embargo con el paso del tiempo se no fueron olvidando alguna de esas habilidades, empezamos a percibir esos no como una negativa y no como una oportunidad para persuadir y convencer a esa otra persona para que ese no a lo mejor signifique un Sí disfrazado, o que a lo mejor podría ser una oportunidad para probarnos a nosotros mismos que podemos convertirnos en grandes vendedores con la simple aplicación de una actitud positiva ante las adversidades, los obstáculos y ante los temerosos No.

El principal factor para empezar a trabajar en uno mismo para convertirse en un gran vendedor comienza con el

convencimiento propio, aceptar que estamos dotados con la fuerza de la palabra para persuadir, para vencer y para convencer al Cliente más renuente que lo que le estamos ofreciendo, es simplemente algo que le llenará una necesidad y que lo mantendrá satisfecho.

Otro factor importante es el optimismo, y el positivismo que se debe generar a través de ver siempre el lado amable de las cosas, pensar y creer que las cosas sucederán puede llegar a ser un arma bastante poderosa, bien dice la cultura metafísica que todo lo que pienses y la forma en que lo pienses así se reflejará, por lo que si piensas cosas negativas de ese modo se te presentarán las cosas, en cambio si tus pensamientos son siempre positivos de esa manera los verás hacerse realidad.

Para ser un buen vendedor definitivamente se necesita de entrenamiento para conocer las técnicas más poderosas, para conocer los pasos a seguir y las características que deberás cumplir para poder convencer a un Cliente, sin embargo el tener la actitud positiva y una sonrisa como tarjeta de presentación podrá suplir muchas deficiencias que puedas tener en tu técnica de ventas, las relaciones sociales que desarrolles con la gente que te rodea podrá convencer con mayor facilidad al objetivo que te propongas.

Toma todos los cursos que sean posibles, capacítate en adquirir todos los conocimientos técnicos de persuasión que puedas, pero sobre todo trabaja en tu actitud, en tu semblante, practica tu sonrisa todo lo que puedas, y recuerda siempre que una buena actitud puede persuadir al más renuente de tus prospectos.

# 6

## **Distinga su producto de los de la Competencia**

La evolución en las técnicas de Marketing nos ha llevado al perfeccionamiento del arte de vender, acciones de venta que estuvieron funcionando durante años, hoy se hacen obsoletas y carentes de validez, aquí te presento una estrategia de venta que se utiliza hoy en día para llegar a un segmento de compradores específico, mediante el análisis del mercado adonde queremos impactar.

Este Secreto de Ventas consiste en incluir características adicionales a tu producto o servicio, que lo diferencien y lo distingan de los del mismo segmento, el simple hecho de adherir una nueva característica a ese producto que tú ofreces lo colocará dentro de un nuevo segmento, en el que no tendrá competencia, al menos, hasta que alguien iguale esas características que tú le hayas adicionado.

Imagina las posibilidades de innovación que tienes para un solo producto, aunque recuerda que para llevar a cabo esta y otras [técnicas de venta](#) deberá estar bien estructurado mediante un exhaustivo análisis del mercado, porque recuerda (como ya lo mencioné anteriormente) que no se hace primero el producto y luego se saca al mercado, sino que primeramente se necesita

saber las necesidades del consumidor para en base a ello desarrollar tu producto, en base a esto deberás encontrar el nicho de mercado donde se venda ese producto con las nuevas características que le pretendas añadir.

Cuando se trabaja en la estrategia de ventas de un producto lo primero que se deberá definir será la satisfacción o necesidad que se pretende saciar o llenar. Imagine, cree e innove, dé un paso adelante del de su competencia en el segmento en que se mueve, siempre, haga diferencia con su producto o servicio.

Si ya tienes un producto en el mercado deberás buscar las áreas de oportunidad que pueda tener, procura buscar la retroalimentación de tus Clientes, pregúntales que harían que tu productos les gusten más, o que desearían ellos de ese producto en particular, te irás dando cuenta de las grandes oportunidades de desarrollo que tienes para un solo producto.

Esta es una gran estrategia, ya que tus adecuaciones estarán hechas en base a opiniones reales y hechos concretos, esta será una gran ventaja frente a tus competidores ya que cuando tu sacas un producto con nuevas características por lo menos necesitarán de hasta seis meses para poder igualarte, por que sin duda alguna cuando alguien innova de manera positiva algún segmento, los demás tratan de seguirlo.

Por eso trata de ser siempre el que marque la pauta a seguir dentro de tu segmento, no dejes que los que actúen primero sean tu competencia, ponte siempre a la vanguardia y procura disuadir con un producto de calidad y con las características que más gusten, eso te dará una gran ventaja competitiva frente a los demás.

Para tener éxito en cualquier Empresa se necesita capacidad de innovar y reinventarse todos los días, hoy ha llegado tu oportunidad de trascender, el innovar y evolucionar con el producto o servicio que tienes te meterá en ese camino.



# 7

## Relaciones Humanas

Si tuvieras que sonreír para hacer promoción de ventas ¿Lo harías? Qué te parece si empiezas a hacerlo más seguido y en el camino socializas con más frecuencia ya que estas son las mejores estrategias de ventas con las que puedas contar.

El título de esta técnica por sí solo, engloba una gran cantidad de información que se tendría que describir en más de un libro entero, y es que nuestra vida cotidiana se basa principalmente en la interacción con un sinnúmero de personas que de alguna forma moldean nuestro entorno.

Una disciplina tan amplia como esta no podría quedar fuera como una técnica poderosa para realizar ventas, de hecho hoy en día en ella se basan las ideas más actuales de cómo se debe hacer la labor de ventas.

El adiestramiento en las relaciones humanas es usado hoy en día en todas las ramas en las que se subdivide la Gestión Empresarial, de hecho, muchas Empresas basan sus principales políticas en la personalización de los productos y servicios que ofrecen, elevando con ello el compromiso de

preparación para enfrentar el trato con el Cliente y el entorno en el que se interactúa.

Sin más preámbulo te revelo lo que hoy he descubierto, no se trata de algún invento extraordinario o fuera de todo orden, simplemente se basa en el desarrollo de una habilidad que todos y cada uno de nosotros tenemos desde que nacemos, la capacidad de interactuar, de intercambiar y de nutrirnos de ideas los unos con los otros.

No hay ningún procedimiento a seguir, cada uno de nosotros viene equipado con todas esas habilidades, se trata simplemente de liberarlas de nuestra persona, y dejar que fluyan de manera natural.

Sin embargo, y como recomendación, sí te recalco que ya sea que seas un vendedor o que tengas un Negocio, si eres de esos que siempre tiene un recio semblante que espantaría a cualquiera o de los que siempre pones cara de desmotivación y cansancio, deberás por todos los medios posibles erradicar esas poses de tu personalidad.

Cuando se trata de hacer negocios por lo general la gente se pone seria y rígida, a veces se olvida que la persona con quien estamos tratando y presentando nuestro producto, también es un ser humano con sentimientos y pensamientos con el que tenemos que romper la barrera de la seriedad y la solemnidad.

Si nos damos cuenta existen un sinnúmero de formas de publicitar el negocio, son maneras muy impersonales de hacerlo, incluso llega a suceder que tu Cliente viene a tu Negocio, toma lo que vió en el anuncio, lo paga y así como vino se retira, sin nadie que le haya preguntado por sus necesidades o si realmente estaba llevando lo que buscaba.

Se trata de un cambio de actitud, un cambio en la manera de ver a nuestros semejantes, y aunque suene como a un curso de motivación espiritual, la verdad es que este es el verdadero secreto de esta técnica de ventas, y como dice por ahí un slogan "love all, serve all", que traducido en base a lo que su creador pensó, se trata de amarnos y servirnos los unos a los otros, por que de hecho, de eso se trata nuestra vida, de ser siempre servicial y que mejor si lo hacemos con amor y desinterés... Bueno, el desinterés al menos puede ser pasajero.

El siguiente paso será hacer contacto e interactuar con todas las personas que te rodean, de hecho te servirá de práctica para cuando de verdad enfrentes a tus Clientes, procurarás servir siempre a todos, recuerda que una actitud dice más que mil palabras y cuando alguien percibe esa gran actitud de servicio como algo positivo puede hacerte llegar hasta las estrellas.

Practica y haz de tu sonrisa una práctica habitual, habla con tus clientes o con tus potenciales Clientes, cuéntales tus historias, diles tus secretos, hazlos tus cómplices, y hazles sentir la confianza que has depositado en ellos, que así como tu lo has hecho, ellos no tardarán en hacer lo mismo para contigo.

Te preguntarás, y ¿cuál es el secreto en todo esto? Pues precisamente ese, el hecho de que sin pensarlo ni razonarlo habrás roto las barreras con las que generalmente te enfrentas en un proceso de ventas normal.

Al pasar por un proceso de ventas normal, por lo general este se convierte en un proceso rígido, con falta de calidez ya que por lo general se sigue un procedimiento que por mucho tiempo se ha utilizado, puede variar pero de hecho los pasos son los siguientes:

1. Buscar prospectos,
2. Hacer contacto,
3. Presentación del producto,
4. Discusión de costos, y
5. Cierre de ventas

Sin embargo cuando utilizas las relaciones sociales como tu técnica de ventas, el convencimiento de tu potencial cliente, por lo general llega solo, ya que con el trato continuo la confianza

que se construye cuando tienes una relación de camaradería y cordialidad con tu potencial cliente, se logra la inhibición de todos los prejuicios que se podrían tener cuando se hacen contactos en frío.

Simple estrategias de socialización pueden hacer que tus ventas se disparen, el contacto directo con las personas que te compran logrará en gran medida la labor de venta por sí sola.

1. Haz contacto personalizado: Ya sea que tú o que tus vendedores lo hagan, platica siempre con el Cliente de manera relajada, ve creando un clima de confianza y camaradería.
2. Rompe el hielo: Buscar de alguna forma hacer la relación con nuestro cliente menos rígida y seria, por medio de la plática y la interacción directa, conoce las inquietudes de tus Clientes, sus gustos, sus deseos, sus temores y lo que le disgusta, procura ser recíproco a sus comentarios, de cierta forma, abre también tus inquietudes y coméntaselas de forma que se vaya creando mutua confianza.
3. Crea lazos: Cuando la gente interactúa crea lazos de pertenencia y de camaradería, hazles sentir que pueden confiar en ti y por ende en tus productos o Servicios.

4. Ventas, ventas: La Socialización es un camino natural para que la gente se conozca, cuando esto sucede el cliente no necesita ni conocer tu producto para comprarlo.

Con el tiempo las cosas y las circunstancias van cambiando, sin embargo para el comportamiento humano las reglas siguen vigentes, se aceptan cambios y se evoluciona pero al final lo más importante para tu cliente es que a la hora de comprar, tenga la confianza y la certeza que no lo defraudarás.

## Conclusiones

Durante mucho tiempo la mayoría de la gente ha desarrollado como un desagrado tanto a las ventas como a los vendedores, sin embargo cuando nos damos a la tarea de poner un negocio esa opinión cambia, de hecho mucha gente que abre negocios odia vender.

Esto se convierte en algo paradójico y absurdo ya que no hay negocio que subsista sin ventas y por consiguiente se deberá cambiar de actitud ante este mal tan arraigado.

Si lo que no te gusta es vender, entonces piensa en ayudar a la gente por medio de la adquisición de tu producto, no pienses en vender, de hecho convence a tus clientes que al momento de adquirir tu producto o servicio estarán comprando un bienestar, algo que les ayudará a subsanar la necesidad que tienen.

Cada técnica aquí mencionada ha sido probada con éxito en muchas Empresas, por que habría de ser la tuya la excepción, pruébalas, impleméntalas, hazles tus propias adecuaciones, lo más importante es que descubras la gran cantidad de oportunidades que tienes para desarrollar todo tu potencial y así poder obtener mayores beneficios de ellos.

Si de verdad quiere vender más, y ser exitoso en el mundo de los Negocios lo único que tienes que hacer es poner tu disposición y buena actitud, yo sé que requiere de mucho esfuerzo, pero al final las retribuciones valen la pena.

Facilítele a su Cliente el que le compre, hágale ver la manera en que le estará satisfaciendo sus necesidades, si su producto es el que ellos necesitan, usted tendrá que encontrar la manera de reflejárselo, haga que luzca mejor, haga que sea más rico, hágalo verse más alto, hágalo adelgazar, **hágale un favor, véndale su producto o servicio.**

Recuerda que:

El Éxito es para quien decide echarse a la aventura de alcanzarlo, y no para quien se queda sentado a esperarlo.

Fernando Vázquez

Y tú ¿Qué actitud quieres tomar?



<http://pymesempresariales.com>

## **Recordatorio**

Fernando Vázquez es también un [desarrollador profesional](#) de Negocios. Su objetivo es inspirar, alentar y motivar a la gente a crear su propia realidad para que se conviertan en lo que quieren ser. [Contacto](#)

**Recuerda también seguir visitando mi Blog para más actualizaciones Gratuitas.**

<http://pymesempresariales.com>

<http://pymesempresariales.com>