

5 Sencillas
pero **potderosas**
técnicas que
puedes utilizar
para **rebatir**
objecciones

CÓMO CONSEGUIR CERRAR
TUS LLAMADAS DE VENTAS

ÍNDICE

1. Las objeciones son sólo preocupaciones	4
2. Cómo reaccionar ante las objeciones.....	7
3. La fórmula de 3 pasos para ayudar a los clientes a superar sus propias preocupaciones.....	11
3.1. Paso 1: Aclarar.....	12
3.2. Paso 2: Discutir	16
3.3. Paso 3: Difundir	16
4. Ejemplos de cómo disipar preocupaciones.....	20

01

**LAS OBJECIONES
SON SÓLO
PREOCUPACIONES**

En primer lugar...

Tenemos que darnos cuenta de que **una objeción es sólo una preocupación que tiene tu cliente** potencial. No es un rechazo hacia ti.

Ahora no es el momento de REACCIONAR... sin embargo la mayoría de los vendedores simplemente REACCIONAN ante una objeción.

Lamentablemente, en ese momento muchos vendedores se limitan a improvisar en lugar de trabajar para descubrir lo que realmente significa la objeción.

Ten en cuenta que no es el momento de volver al modo de venta para tratar de persuadirlos con hechos lógicos sobre por qué tu solución es la correcta.

Si has hecho tu trabajo correctamente y has profundizado en la conversación con tu cliente potencial... la mayoría, si no todas las objeciones, se eliminarán durante la fase de compromiso del proceso.

Si recibes una objeción en esta fase, considérala como una preocupación. Intenta **comprender al cliente** y ponte en su lugar para determinar si lo que le ofreces es sólo una promesa de un futuro mejor.

Comprende que tienen que comprometerse antes de que usted les ofrezca lo que les ha prometido. Es muy posible que su objeción no sea más que una petición de más información.

También existe la posibilidad de que su objeción no sea más que una petición de unos simples cambios que les gustaría ver incluidos en lo que les has ofrecido. Tal vez en las condiciones de la oferta.

Las objeciones, o preocupaciones, son a veces peticiones de cualquiera de las siguientes cosas:

1. El precio de la solución que ofreces.
2. El tiempo de la solución.
3. El seguimiento, o cómo se les dará servicio.
4. La calidad de lo que ofreces... quizá quieran que dedique más tiempo o más recursos, como personal, para satisfacer sus necesidades.

02

COMO REACCIONAR ANTES LAS OBJECIONES

Cuando un cliente potencial plantea una objeción, ¿cómo sueles reaccionar?

¿Qué se te pasa por la cabeza cuando escuchas una objeción de este tipo?

- Tu precio es demasiado alto.
- No lo necesitamos.
- Déjame pensarlo.
- ¿Puedes dejarme alguna información?

- No tenemos el presupuesto
- ¿Esto es una estafa?
- No me lo puedo permitir
- Tenemos algo como eso

Vuelve la vieja mentalidad de venta, ¿verdad?

Entras en "Modo de Manejo de Objeciones" como un robot porque eso es lo que te han enseñado. Nos impacientamos.

Hemos oído esta misma objeción antes, así que a veces les cortamos antes de que terminen la frase, y tratamos de superarla con hechos y lógica para probar y apoyar nuestra solución.

Puede que incluso utilicemos la vieja técnica de "siento", "he estado ahí" y "hallazgo", que ha existido desde la edad de piedra de la venta.

"Señor Prospecto, sabemos cómo se siente, otros han sentido lo mismo y esto es lo que han encontrado"

Ahora no es el momento de intentar venderles o persuadirles de por qué tienes "razón".

Es el **momento de escuchar y validar lo que están diciendo y sintiendo**, e incluso pedirles que expliquen por qué se sienten así.

Te darás cuenta de que una vez que lo hagas, se abrirán completamente a ti y te verán como a un amigo, como a un consejero de confianza, no como a alguien que intenta venderles algo.

Una vez más, si has hecho las preguntas correctas en el momento adecuado de la conversación, **la mayoría de sus objeciones, si no todas, se eliminarán durante el "Proceso de compromiso"**.

¿Cómo de poderoso podrías ser en la venta si conocieras las preguntas específicas, cuándo y cómo hacerlas para conseguir tu objetivo, y cómo hacerlas para conseguir que tu cliente potencial supere sus propias preocupaciones y se convenciera a sí mismo de que quiere comprarte, en lugar de intentar persuadirlos tú mismo?

Voy a darte algunas preguntas muy poderosas que puedes hacerles en cualquier momento de la conversación si tienen una preocupación.

Quiero que entiendas que a veces, incluso con un diálogo perfecto con un cliente potencial puedes encontrarte con algunas "preocupaciones". Así que háblalo con tu cliente potencial.

Si intentas ocultarlas o esconderlas debajo de la alfombra, seguirán en su mente cuando intentes cerrar la venta, lo que creará aún más objeciones.

Con las preguntas ya habrás establecido algo que la mayoría de los vendedores nunca hacen con sus clientes potenciales: ¡habrás establecido la CONFIANZA!

Así que ya tendrás una buena relación, así que sé abierto, pregunta si hay alguna preocupación y pónla sobre la mesa.

Si las hay, habla de ellas como si fueran dos personas trabajando juntos para resolverlas.

Compruébalo continuamente preguntando:

- ¿Estamos de acuerdo?
- ¿Qué te parece esto hasta ahora?
- ¿Qué piensas al respecto?
- ¿Puedes ver como esto te puede ayudar?
- ¿Estás cómodo con esto?

¿Quieres decirme algo en este momento?

(Se trata de una pregunta poderosa para formular al final de la conversación de ventas, justo antes de hacer las preguntas de compromiso para cerrar la venta).

- ¿Tiene sentido?
- ¿Estás conmigo en esto?
- ¿Ves cómo funciona?
- ¿Ves cómo esto podría ayudarte?
- ¿Alguna pregunta al respecto?
- ¿Hay algo más que deba añadir?

03

**LA FÓRMULA EN 3
PASOS PARA
AYUDAR A LOS
CLIENTES A
SUPERAR SUS
PROPIAS
PREOCUPACIONES**

Aquí tienes la fórmula de 3 pasos para ayudar a los clientes potenciales a superar sus propias preocupaciones:

ACLARAR
DISCUTIR
DIFUNDIR

Veamos con más detalle cada uno de estos pasos.

PASO 1: ACLARAR

En primer lugar, tenemos que entender exactamente cuál es su preocupación y por qué la tienen, es decir, qué hay detrás de ella.

La mayoría de los vendedores asumen que lo saben y pasan al modo de manejo de objeciones, nunca preguntan.

¿Y qué suele ocurrir? Pierden la venta.

Ya has oído antes esta preocupación de otros clientes potenciales, así que empiezas a recitar una "refutación" que tal vez te hayan enseñado. Quiero que dejes de hacer eso.

Averigüemos que hay detrás de su preocupación para que podamos ayudarles a resolverla.

Aquí tienes algunas preguntas aclaratorias para hacer:

- Cuando dices... [repite lo que han dicho] ¿Qué quieres decir con eso?
- ¿Por qué preguntas eso?
- Tengo curiosidad por saber por qué te sientes así.
- ¿Puedo preguntarte de dónde has sacado esa información?
- ¿Cómo has llegado a pensar así?
- ¿Cómo has llegado a esa conclusión?
- ¿Puedes contarme más sobre eso?
- ¿Por qué te sientes así?
- ¿Puedes decirme qué quiere decir exactamente con eso?

Cliente potencial: "Esto es demasiado caro para nuestra empresa".

Vendedor top: "¿Qué quiere decir con que es demasiado caro?"

Cliente potencial: "Bueno, otra empresa que estoy mirando es un 12% más barata por el mismo producto".

¿Ves cómo funciona? El vendedor ya sabe a qué se refiere el cliente potencial cuando dice que es demasiado caro.

En otras situaciones, podría significar algo completamente diferente. Podría significar: "Simplemente no tengo presupuesto para esto ahora mismo". ... O ...

"Su presupuesto sería demasiado alto una vez que añadamos las reparaciones y los costes de mantenimiento". ... O ... "Si contratamos a alguien para que maneje su equipo, nos llevaría por encima de lo que hemos asignado para esto".

¿Puedes ver cómo cada una de estas respuestas revela una razón diferente para la objeción de "esto es demasiado caro"?

Prospecto: "Esta propuesta es demasiado cara para la empresa".

Vendedor top: "¿Por qué dices que es demasiado caro?" o "¿Qué quieres decir?".

Cliente potencial: "Bueno, lo máximo que podríamos pagar por este servicio son unos 5k al mes como máximo, y usted me ofrece unos 7.000 al mes".

Vendedor de nuevos modelos: "¿Puedo preguntarte cómo has llegado a esa cifra mensual de 5k al mes?".

Cliente potencial: "Eso es lo que nuestro director general nos ha asignado para poder gastar en este tipo de servicio debido a los recortes en nuestro departamento".

Ahora el vendedor puede ver el panorama con más claridad que antes. El significado de "es demasiado caro" es que el director general sólo ha asignado 5.000 mensuales debido a los recortes.

Con este conocimiento adicional, el vendedor puede negociar un acuerdo diferente sobre el precio, tal vez cambiando las opciones de servicio de la oferta original o ofreciéndoles otro tipo de servicio que se ajuste a su presupuesto.

Hacer preguntas cualificadas sobre su preocupación te ayuda a obtener mejor información que aclare sus preocupaciones y le ayude a encontrar una solución.

También estás ayudando a tus clientes potenciales a pensar y superar sus propias preocupaciones. Les estás pidiendo aclaraciones sobre sus preocupaciones para que puedas comprenderlas plenamente.

PASO 2: DISCUTIR

Una vez que sepas cuál es su verdadera preocupación y por qué se siente así, deberás como un amigo que habla con otro amigo, **discutir**. La mayoría de los vendedores en este punto, pasan al modo de presentación, en el que intentan demostrar con hechos y cifras que tienen razón y que el cliente potencial no tiene razón.

Esto es un pecado en ventas. Nunca lo hagas si quieres hacer la venta y ser el mejor vendedor. Habla de forma conversacional. Recuerda que en este punto de la conversación ya has generado confianza, eres la autoridad, la persona de confianza.

Por eso, ellos son abiertos contigo. Estás discutiendo el problema como dos personas del mismo equipo que intentan resolver sus problemas.

PASO 3: DISIPAR

Vas a preguntarles cómo se ven resolviendo sus preocupaciones. Después de hablar de la preocupación, puedes empezar a disiparla y ayudarles a superarla en su mente.

¿Y si no fuera lo que pensabas?

¿Y si pudiéramos...?

¿Y si pudieras...?

A continuación, ofrecerás un punto de vista alternativo al suyo, como por ejemplo

Si hubiera una forma de _____ ... ¿te ayudaría?

Muchas veces, cuando les haces esta pregunta, debido a la confianza que tienen en ti, serán ellos los que piensen cómo conseguir los fondos.

Cuando correctamente, pensarán en utilizar una tarjeta de crédito, pedir un préstamo, refinanciar su casa, pedir un préstamo, o conseguir que su jefe tome dinero de otro departamento para invertir en tu solución.

Si no se les ocurre cómo conseguir el dinero, puedes hacerles la siguiente pregunta:

"¿Qué otras vías tienes para encontrar la financiación que te permita...?"

Una vez más, sólo estás completando lo que ellos dijeron que querían. He aquí algunos ejemplos.

Si vendes sistemas de seguridad para el hogar:

"¿Qué otras vías tienes para encontrar la financiación para que puedas proteger tu hogar y a tu familia?"

Si vendes coaching de salud o suplementos:

"¿Qué otras vías tienes para encontrar la financiación para poder recuperar tu salud para ti y tu familia?"

Si vendes propiedades comerciales o de alquiler:

"¿Qué otras vías tienes para encontrar la financiación y comprar esta propiedad de alquiler para que puedas obtener un mayor rendimiento de tu dinero?"

Para bienes inmuebles:

"¿Qué otras vías tienes para encontrar la financiación y utilizarla como pago inicial y así pueda conseguir para su familia la casa de sus sueños que siempre ha deseado?"

Para la venta de servicios de marketing:

"¿Qué otras vías tienes para encontrar la financiación y empezar a conseguir una mayor calidad de clientes potenciales para que tus vendedores puedan hacer más ventas para ti".

Y para seguros de vida

"¿Qué otras vías tienes para encontrar financiación para aumentar la protección financiera de protección para tu mujer y tus hijos si te pasara algo?"

04

EJEMPLO DE CÓMO DISIPAR LAS PREOCUPACIONES

LA PREOCUPACIÓN POR EL PRECIO

He aquí un ejemplo. Es deliberadamente genérico para que puedas adaptarlo fácilmente a tu propio sector y adaptarlo al producto o servicio que vende.

Cliente potencial: *"Nos gusta su producto, pero en este momento no podemos permitirnoslo".*

Vendedor de nuevos modelos: *"Dígame, si tuviera dinero, ¿le vendría bien? (Si ha hecho las preguntas correctas en la conversación siempre dirán que Sí)."*

Prospecto: *"Sí, seguro".*

Vendedor de nuevos modelos: *"Sin embargo, ¿por qué crees que sí?"*

Cliente potencial: *"Bueno, nos gusta... pero no tenemos dinero para ello".*

Vendedor de Nuevo Modelo: *"Entiendo que el dinero sea un problema para ustedes. ¿Cómo crees que puedes resolverlo encontrando el dinero para poder...?"*

Aquí solo tienes que introducir lo que han dicho que querían. Estás vinculando la obtención de financiación/dinero con tener lo que dijeron que querían. Si no consiguen la financiación entonces no pueden tener lo que dijeron que querían.

LA PREOCUPACIÓN POR LA FALTA DE DINERO

En este ejemplo el vendedor está vendiendo formación en ecommerce.

"Dime ... si tuvieras los fondos, ¿es esto algo que funcionaría para ti?". (Siempre siempre dirán que sí).

"¿Por qué?"

"Vale, entiendo que el dinero puede ser un problema para ti. ¿Cómo crees que puedes resolver eso, donde puedes encontrar financiación para que puedas empezar a obtener beneficios en tu tienda de ecommerce?" (Deja que se les ocurran formas).

Si no pueden resolverlo:

"¿Qué otras vías tienes para encontrar financiación para montar un negocio y poder ganar más dinero".

Si aún así no se les ocurren formas:

"¿Has pensado en cargarlo a una tarjeta de crédito y pagarlo cuando empieces a obtener beneficios después de que te lo hayamos montado todo?".

Este es un ejemplo si vendieras servicios de coaching. En este ejemplo, el entrenador vende infoproductos sobre cómo deshacerse del acné de forma natural.

"Dime si tuvieras la financiación, ¿es esto algo que funcionaría para ti?". (La mayoría dirá que sí).

"¿Por qué crees que funcionaría?"

"Vale, por lo que me has contado entiendo que el dinero puede ser un problema. ¿Cómo crees que se puede resolver que donde se puede encontrar financiación para obtener la formación y el tratamiento de cuidado de la piel para realmente deshacerse de su acné de forma permanente por lo que no vuelva a aparecer?" (Deja que se les ocurran formas).

Si no se les ocurre cómo:

"¿Qué otras vías tienes para encontrar los recursos para deshacerte de tu problema de piel?"
(Conecta lo que quieran.)

Si aún así no se les ocurren maneras:

"¿Has pensado alguna vez en cargarlo a una tarjeta de crédito o a tu banco y simplemente para poder tratar tu piel y no tener estos problemas".

Si preguntan por el precio al principio del juego:

"Estoy asumiendo que entiendes para deshacerse de los problemas de acné para siempre, va a requerir alguna financiación o crédito para poner en su tratamiento de la piel para deshacerse de ellos por completo".

"Así que con tu situación, ¿cuántos fondos tienes que poner en esto para poder deshacerte de tus granos/acné permanentemente?"

"Ok, bueno con esto, necesitarás alrededor de _____ (di el precio) más o menos para poner en esto para asegurarte de que tu acné no vuelva."

"¿Es algo que se te puede ocurrir si se ajusta a lo que estás buscando?"

Aquí está la versión genérica completa. Una vez más, introduzca lo que vende en esta estructura:

"Dígame, si dispusieras de financiación/presupuesto /dinero, ¿te funcionaría? ¿Por qué crees que funcionaría?"

"Por lo que me has dicho, entiendo que el dinero sea un problema. Dime, ¿qué otras vías tienes para encontrar presupuesto/financiación/dinero para poder...? (Repite lo que han dicho que querían)."

"¿Puedo hacer una sugerencia?"

PREOCUPACIONES MÁS COMUNES Y CÓMO RESPONDERLAS

Cómo responder a la pregunta "envíeme referencias":

Las referencias de clientes satisfechos pueden ser una gran herramienta para ayudar a un posible cliente a avanzar con su solución. Sin embargo, también puede ser una forma de que el cliente potencial se deshaga de ti.

Tiene que hacer preguntas de cualificación para averiguar realmente si este cliente potencial va en serio de cambiar su situación, tiene una preocupación o simplemente te está haciendo perder el tiempo.

Estos son algunos ejemplos de preguntas que puedes hacer si te preguntan "envíame algunas referencias".

Cliente potencial: *"¿Puedes enviarme algunas referencias de otros clientes que tengas?"*

Vendedor: *"No hay problema, tengo curiosidad por saber qué te gustaría preguntarles cuando llames?" (Esto le ayuda a averiguar si tienen alguna inquietud).*

O

Vendedor: *"Para que pueda enviarle a las personas adecuadas, ¿de qué te gustaría hablar con ellos específicamente?"*

Cliente potencial: *"Bueno, quiero saber de ellos..."*

Vendedor: Eso no es un problema, sólo para que pueda reunir la mejor información para para ti, ¿qué buscas exactamente?

Cliente potencial: Bueno, quiero ver cómo tu producto XYZ podría...

Vendedor: Bien, ¿y qué/quién utilizas ahora para tus...?

Ahora, después de haberles llevado a través de la etapa de compromiso hacia el final de la conversación, plantearás la pregunta que le hicieron sobre el envío de más, información:

Vendedor: De acuerdo, puedo seguir adelante y enviarle más información sobre cómo podríamos resolver los problemas que has mencionado. Supongamos que revisas la información y se ajusta a lo que estás buscando. ¿Cuál quieres que sea el siguiente paso?

ADVERTENCIA: Nunca, nunca, nunca envíes información para un prospecto sin antes averiguar si se trata de una persona seria que quiere cambiar su situación. De lo contrario, estarás perdiendo un valioso tiempo de venta.

Cierra que te cierra

He aquí otro ejemplo:

Prospecto: "¿Puedes devolverme la llamada? Ahora mismo estoy muy ocupado".

Vendedor: "No hay problema. ¿Puedo darte mi número y tendrás que llamarme si lo desea? Mi número es XXX-XXX-XXX. ¿Cuándo haría la llamada para ver si estoy disponible para atenderte?".

Preguntarles cuál es su plazo para ponerse en contacto contigo es una pregunta muy poderosa que ayuda a posicionarte como una autoridad de confianza en el mercado. Hace que parezca que estás ocupado con otros clientes, que no estás necesitado. Empezarán a verte más como un experto cuyo tiempo es valioso, y no como un vendedor más que intenta venderles algo.

Prospecto: "Probablemente pueda ponerme en contacto contigo en algún momento de la semana".

Vendedor: "Si tienes tu agenda a mano, podría sacar la mía para reservar un hora concreta para que no tenga que perseguirme y viceversa...". ¿le parece bien?"

Esto también le posiciona como una autoridad de confianza cuyo tiempo es valioso, en lugar de como otro otro vendedor al que pueden ignorar en cualquier momento.

Cómo responder a "¿Puedes enviarme una propuesta?"

Nunca hagas una propuesta a un posible cliente sin saber cuáles son sus problemas y si tienen presupuesto /financiación/dinero para resolver el problema.

Esto es algo que debes cumplir a rajatabla. No hay excepciones a esta regla. Aunque un cliente potencial que te diga:

"¿Puedes enviarme una propuesta con tus precios?"

Nunca caigas en esta trampa con un cliente potencial. Si un cliente potencial te pide una propuesta antes de conocer su situación, simplemente le dirás lo siguiente:

Estaría dispuesto a hacerte una propuesta, pero aún no estoy seguro de poder ayudarte. ¿Podría hacerte algunas preguntas sobre tu situación para poder ofrecerte algo que podría ser útil? ¿Le parece bien?

Entonces empieza a hacer preguntas sobre su situación para saber más sobre su situación actual. Así de fácil.

ÚNETE A NUESTRA COMUNIDAD GRATUITA “SECRETOS DE VENTAS”

En este ebook te he dado la forma de hacer **rebatir objeciones** en una llamada de ventas Pero no sólo se queda aquí..

Es hora de predecir y superar sistemáticamente las objeciones de ventas. Ha llegado hora de infundir satisfacción en los trabajos de tu equipo, aumentando la retención, la satisfacción y el rendimiento.

Es hora de abandonar el viejo modelo de vender y adoptar el nuevo.

Y por eso hemos creado la comunidad gratuita “Secretos de Ventas”

¿Qué cómo puedes acceder a esta comunidad gratuita para aprender a vender de verdad?

Es muy fácil. Solo tienes que darle click aquí abajo



ACCEDE AL GRUPO
DE WHATSAPP