



Objecionario 2023

Introducción

Te presentamos la nueva modalidad en la que te estaremos ayudando a tener un continuo contacto con la información.

Desde este momento y recurrentemente, te estaremos compartiendo tutoriales a través de esta plataforma, al finalizar cada uno, deberás aplicar una sencilla evaluación que confirme la comprensión y nivel de retención de la información.

Es importante que sepas que esta evaluación requiere de una calificación mínima aprobatoria de 80 puntos, de no acreditarlo, tendrás una segunda oportunidad, si fallas, tendrás que asistir a una retroalimentación presencial y volverla a presentar. De no ser satisfactorio tu resultado en ninguno de los 3 intentos, no podrás marcar ninguna campaña de citi.

Módulo 2 – Manejo de objeciones

temario

Los temas que abordaremos serán secuenciales, para la segunda etapa de estudio y evaluación, abordaremos el manejo de objeciones, contemplando los siguientes temas:

- 1. Que es una objeción y un impedimento**
- 2. Sondeo de necesidades**
- 3. Perfil del cliente**
- 4. Frases de cortesía**
- 5. Frases de impacto**
- 6. Verbos para accionar las ventas**
- 7. Tipo de objeciones recurrentes ¿qué decir?**

Objeción e impedimento

La diferencia entre uno y otro radica según el escenario.

Objeción

Son aquellos argumentos que da un prospecto a cliente, porque el producto no le es atractivo, temor por desconocimiento o porque ya cuenta con un producto similar.

Impedimento.

Generalmente es la imposibilidad que presenta el cliente para obtener nuestro producto, por ejemplo, edad, ingresos, buró de crédito, etc.

“Las objeciones se debaten, los impedimentos no prosperan”.



Sondeo de necesidades



El sondeo de necesidades nos ayuda a conocer más el estilo de vida del cliente para adaptar en determinado momento los beneficios del producto y lograr con ello cubrir una necesidad que presente.

La recomendación en sondeo de necesidades se basa en 3 aspectos:

1.- Estilo de vida.

Preguntar si viaja, si es más allegado a la familia, es un cliente inclinado por la moda, por la tecnología, cuida mucho su salud.

2.- Preferencia de propiedad.

Prefiere comprar en establecimientos reconocidos, marcas reconocidas, colorido, grande, chico, llamativo, discreto, etc.

3.- Tendencia de consumo.

Le gusta aprovechar promociones con descuentos, promociones a meses sin intereses, pagar de contado, etc.

Perfil del cliente

Una vez sondeamos al cliente, entonces podemos definir un perfil específico.

Ahora ya sabes en cuales de los beneficios encaja tu cliente, tal vez puede ser:

- 1.- Pagar un tratamiento
- 2.- Aprovechar temporadas de descuentos
- 3.- Planear un viaje
- 4.- Iniciar un negocio o hacerlo crecer
- 5.- Asistir a un evento
- 6.- Salir de paseo con su familia
- 7.- Pagar sus estudios
- 8.- Adquirir el producto que tanto deseaba



Frases de cortesía



Aún cuando tu labor es vender, las frases de cortesía intervienen porque dentro de tu labor de venta debes tratar con amabilidad y respeto a tu interlocutor.

Recuerda que representas una marca, por lo que es imprescindible la imagen que proyectes.

Recuerda siempre las reglas de la cortesía:

1.- Peticiones

Siempre utiliza las palabras “por favor y gracias” (Cuando pidas alguna información de cualquier índole)

2.- Empatía

Utiliza las palabras “entiendo”, “comprendo”, “de acuerdo”, cada vez que tu interlocutor te exponga una situación, esto le dará la sensación de que le escuchas y que es importante para ti, lo que favorece tu venta.

Frases de impacto

Las frases de impacto son altamente efectivas cuando se les inyecta un tono de voz con energía. Influyen directamente en el subconsciente del interlocutor y empoderan el control de la comunicación, en tu caso de la llamada, ya que impacta en las emociones del interlocutor.

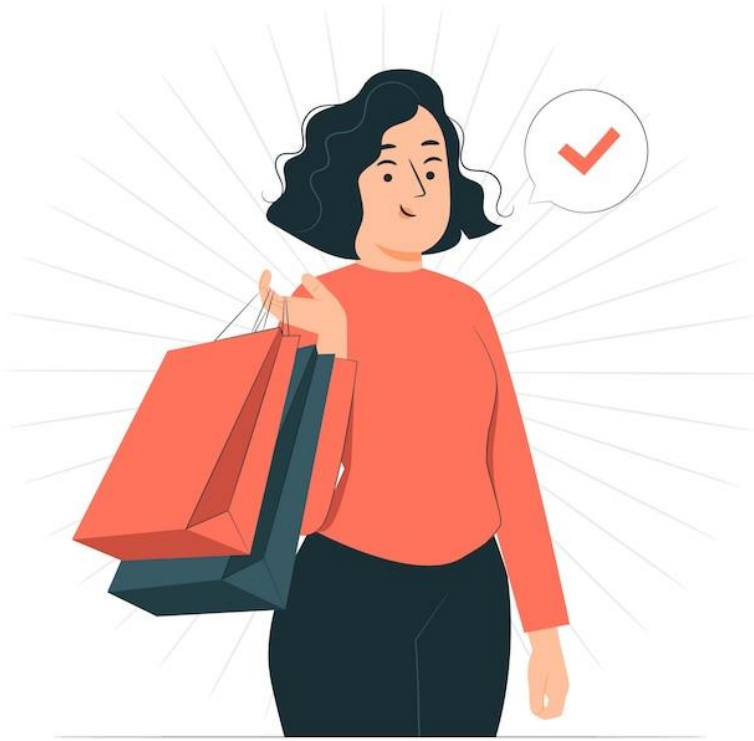
Las frases de impacto más poderosas que te sugerimos utilizar son:

- Ahorrar
- Exclusivo
- Nuevo
- Oportunidad
- Imaginar
- Oferta
- Fácil
- Más
- Comprobado
- Único (a)

El 73% de las personas en el mundo, se sienten atraídas por estas palabras según la revista FORBES, a la hora de comprar.



Verbos para accionar las ventas



Parte fundamental de la finalización de un proceso de ventas en un 90% están influenciadas por la manera de aplicar los cierres necesarios.

Te sugerimos utilizar verbos en imperativo para anticipar tus cierres y confirmar tu venta.

Los verbos en imperativo que debes utilizar para impulsar la venta son:

“Dígame” o “indíqueme.”

Aplicándolos en el momento correcto seguro confirmas tu venta.

Objeciones ¿qué decir y qué hacer?

Objeción	¿Qué decir?
Es demasiado caro No tengo dinero Conozco otro producto más económico	<p>Entiendo, sin embargo los beneficios que obtiene al contar con nuestro producto son..., lo que nos permite darle una satisfacción y beneficio a su bolsillo. (háblale a tu cliente de cantidades). Dígame...</p> <p>Comprendo perfectamente que en estos momentos, sin embargo le comento los beneficios en adquirirlo y las distintas alternativas que tiene, es decir como lograr que aproveche esta oferta exclusiva para usted. Indíqueme...</p>
Necesito pensarlo Llámeme después Yo iré a sucursal No tengo tiempo	<p>Entendemos lo valioso de su tiempo, y por esta razón agradecemos el tiempo que nos brinda al atender mi llamada, le resumo los beneficios a los que desde este momento tiene acceso..., lo que significa que de manera breve usted obtendrá la exclusividad de disfrutarlos. Dígame...</p>
No lo necesito Ya cuento con un producto igual No me es funcional	<p>Comprendo, dígame, actualmente con este producto que ya maneja ¿que tasa de interés, promociones, exclusividades obtiene?.....Excelente, con nosotros usted puede.... Lo que significa que en dado caso que usted no, Con este producto solucionaría la situación. Le doy un ejemplo claro, por ejemplo...</p>
No doy datos por teléfono Tengo malas experiencias con tu marca Tuve malas experiencias en el pasado	<p>Comprendo, permítame mostrarle que nuestro principal objetivo es darle los mejores beneficios con este producto, es más con mi servicio, desde el inicio toda la información será debidamente tratada por su seguridad y la mía, no obstante nuestro principal objetivo es que usted se sienta reconocido, cuidado y respaldado. Además de consentirle y conservarlo mucho tiempo. No existe algo más importante para nosotros que la permanencia de nuestros clientes, porque son personas selectas, con exclusividad y poseen el poder adquisitivo que muchos desean. Así que, dígame.</p>

