



Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA

Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA

Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA

Héroes DEL Ahorro

Guía Comercial
de Autofinanciamiento



Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA

Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA

Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA

Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA

Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA Grupo SICREA

 Grupo SICREA®

Hola

En Grupo SICREA somos expertos en '**Hacerlo posible**' pero ¿sabes? no podemos lograrlo solos, porque si queremos seguir haciendo realidad los sueños de miles de mexicanos necesitamos a **los mejores aliados**, los que estén dispuestos a hacer la diferencia y nos ayuden a difundir el ahorro como la forma más inteligente de comprar un auto:



Queremos Héroes
Y tú eres el próximo
¿Estás listo?

Comencemos →

Hablemos de Ahorro

En Grupo SICREA hacemos posible que nuestros clientes adquieran el auto de sus sueños, con el **producto ideal**, que se ajuste a sus necesidades y expectativas, desde el **ahorro puro** hasta una línea de crédito.

Nuestra meta



de las ventas colocadas en los Distribuidores de la red Nissan

Ventajas competitivas del Autofinanciamiento

Nuestros planes les permiten a los clientes estrenar un auto cero kilómetros:

- De acuerdo con su capacidad de ahorro
- Sin descapitalizarse
- Sin enganche
- Pagando al final menos que con un crédito tradicional

Además de poder renovar su auto o adquirir el segundo con grandes beneficios de acuerdo a su perfil.

Es ideal para que emprendedores y pequeños empresarios adquieran sus vehículos de trabajo y uso personal.

Misión

Somos una Financiera automotriz rentable superando el 15% ROE a lo largo de los años, incrementando la base de socios comerciales y clientes para lograr el 1% de MS en el sector automotriz, desarrollando e implementando tecnología de última generación enfocada en el cliente.

Visión

Nos vemos como la empresa más atractiva para el segmento de clientes físicos, emprendedores y Mipymes con capacidad de ahorro, que les permita atender a clientes que desean estrenar un auto de forma programada, sin intereses y sin enganche, con altos niveles de satisfacción y experiencia.

Meta de ventas

Lograr una operación rentable que contribuya con el 4.5% de sus ventas totales en el corto y mediano plazo sumando el portafolio de productos de ahorro y crédito.

1

Hablemos
de Ahorro

2

Productos

3

Público
objetivo

4

Método
de ventas

5

Guía
de ventas

Nuevos productos, para nuevos clientes

Renovamos nuestro portafolio de autofinanciamiento, fortaleciendo las ventajas competitivas de cada producto y por ende, los beneficios que responden a las necesidades del Buyer Persona frente a un crédito tradicional.

Este nuevo portafolio nos permitirá **conquistar un nuevo mercado de ahorro inteligente (oceano azul)** en el que los vendedores perfilarán clientes no descartados por el sector financiero, sino con capacidad y estabilidad financiera que genere:

 + **Productividad mensual**

 + **Entregas**

 + **Engagement**



Producto de ahorro puro

- ✓ Sin enganche
- ✓ Menor factor de actualización
- ✓ Costo menor al de un crédito tradicional al final del plazo
- ✓ No se descapitaliza
- ✓ No requiere la unidad de inmediato

¡NUEVO!



Producto de ahorro con muy bajo enganche

- ✓ Entrega entre 1 y 6 meses
- ✓ Costo menor al de un crédito tradicional al final del plazo para un cliente TIER 4
- ✓ Mayor exigencia en su enganche (1+5) con el objetivo de fortalecer el perfil del cliente y su capacidad de ahorro
- ✓ Menor factor de actualización
- ✓ Más económico que CRONOS Tradicional

1

Hablemos
de Ahorro

2

Productos

3

Público
objetivo

4

Método
de ventas

5

Guía
de ventas

Grupo SICREA

Comparativo costo real al finalizar del plazo

NATURALEZA

Plan
efácil
MEJORADO
BY SICREA

FORMAS DE
ADJUDICACIÓN**Ahorro Puro**ENTREGA
DEL VEHÍCULOSorteo
Puntualidad de pagosCUOTA DE
INSCRIPCIÓN

10 meses

FACTOR TOTAL
COSTO MENSUAL

Gratis

GASTOS DE
ADMINISTRACIÓN

2.37%

VENTAJAS
COMPETITIVAS
VS CRÉDITO

0.15%

Sin desembolso

- ✓ Sin comisión por apertura
- ✓ Seguro gratis 12 meses
- ✓ Descuento del 50% en 1er mensualidad
- ✓ Costo total final menor vs crédito

Plan
CRONOS
PLUS
BY SICREA

Ahorro ParcialSorteo
Subasta
Puntualidad de pagos1+5
(Entre las cuotas 1-6)

Gratis

2.57%

0.15%

**1 mensualidad
de apertura y 5 de
desembolso**

- ✓ Sin comisión por apertura
- ✓ Seguro gratis 12 meses
- ✓ Costo total final menor vs crédito

Plan
CRONOS
BY SICREA

Ahorro ParcialSorteo
Subasta
Puntualidad de pagos1+3
(Entre las cuotas 1-4)

Gratis

2.82%

0.15%

**1 mensualidad
de apertura y 3 de
desembolso**

- ✓ Sin comisión por apertura
- ✓ Seguro gratis 12 meses

*Cambios de factor y plazos sin previo aviso y con base a la oferta comercial vigente

Grupo SICREA

Comparativo costo real al finalizar del plazo

Vehículo

March Sense MT MY23

Precio de lista
\$259,900

	Plan SÍFÁCIL BY SICREA MEJORADO	Plan CRONOS BY SICREA PLUS	Plan CRONOS BY SICREA	CRÉDITO
FACTOR TOTAL COSTO MENSUAL	2.37%	2.57%	2.82%	Tasa 24% (Anual)
APORTACIÓN MENSUAL	\$7,092	\$7,649	\$8,346	\$8,502
ENGANCHE	\$0	\$0	\$0	\$38,985 (15%)
CXA	\$0	\$0	\$0	\$9,542
INVERSIÓN INICIAL (Primer mensualidad)	\$3,546 (50% off)	\$7,649	\$8,346	\$48,527
INVERSIÓN INICIAL (Enganche + CxA)	N/A	N/A	N/A	\$48,527
MONTO A FINANCIAR SIN SEGUROS	\$256,354	\$252,251	\$252,554	\$220,915
PAGOS TOTALES DEL CLIENTE AL FINAL DEL PLAZO	\$483,938	\$527,048	\$574,279	\$558,673
	\$74,735 - VS CRÉDITO	\$31,625 - VS CRÉDITO	\$15,606 + VS CRÉDITO	

*Condiciones de Plan Crédito para TIER 4

*Asume un monto de seguro de \$14,114

*Durante la etapa de ahorro no se incluye costo de seguro

*La aportación inicial de SíFácil de \$3,546 corresponde al 50% de la primer aportación

*Calculado con un precio promedio de \$259,900 MXN

*Esto es un ejemplo y solo es con fin ilustrativo, las tasas, factores, costos y precio del vehículo son sujetos a cambios publicados en la circular emitida del mes vigente



Definición de nuestro público objetivo



JÓVENES PROFESIONALES O TÉCNICOS RECIÉN EGRESADOS



Solter@s o recién casad@s, jóvenes, sin hijos o con hijos pequeños y mascota en su mayoría, entre 20 y 40 años que buscan la libertad de tener su primer vehículo.



Cuentan con un empleo estable o un emprendimiento de última generación. Su distracción es compartir en familia, asistir a un centro comercial a comer o frecuentar el cine, visitar un gimnasio o viajar por carretera y vivir experiencias verdes, ecológicas y de cuidado del medio ambiente. Buscan calidad de vida sin preocupaciones. No gustan de las deudas.



No les gusta el endeudamiento financiero y pagar intereses de crédito porque lo ven costoso. Representan los millennials que buscan tomar decisiones inteligentes sin poner en riesgo la tranquilidad de la independencia.



JEFES DE HOGAR



Padres de familia interesados en actualizar su vehículo cada tres años por un último modelo. Les gusta mantener una excelente imagen y disfrutan de la comodidad y del estatus de su vehículo. Son profesionales ejecutivos de éxito o independientes.



Generalmente tienen hijos universitarios o independientes y sus ingresos los disfrutan con su pareja. Acostumbran frecuentar restaurantes de moda, adquieren bienes de lujo y viajan dentro y fuera del país. **Siempre desean hacer buenos negocios.**



Con interés adicional en disponer del segundo o tercer vehículo para su círculo familiar. Son independientes y cómodos. Generalmente residen en zonas periféricas de las grandes ciudades.



ESTUDIANTES



Estudiantes de colegio y universitarios de familias de alto y medio poder adquisitivo que muestran interés por su primer vehículo, autoestima alta, disfrutan de los viajes, propensos al consumo, nuevas experiencias, libertad e independencia. No tienen experiencia crediticia y no les gusta endeudarse.



MIPYMES Y EMPRESARIOS



Pequeños empresarios y emprendedores, jóvenes entre 25 y 45 años, independientes, estables, dueños de su negocio y administrado directamente por él. Toman decisiones cuidadosas financieramente y muestran adicción al trabajo. En sus tiempos libres comparten con sus amigos y familia. Los vehículos los adquieren para el disfrute familiar y del negocio. No gustan de los intereses bancarios.

1

Hablemos
de Ahorro

2

Productos

3

Público
objetivo

4

Método
de ventas

5

Guía
de ventas

Grupo SICREA

Buyer persona 1



Sector

Financiero, Servicios y Telecomunicaciones

Redes Sociales

Whatsapp, Facebook, Instagram, Messenger, Youtube, Spotify

Personalidad

Es analítico, emprendedor, arriesgado, de mente abierta, buen miembro de familia y amigo, noble, sociable y respetuoso.

No le gusta perder la libertad y no se apega a las costumbres, trabajos o bienes materiales.

Hobbies y habilidades

Deportes al aire libre, lectura, disfrutar series en plataformas de streaming, viajero ecológico y de lugares exóticos, amante de la tecnología y de la conectividad. No conciben su vida sin el soporte tecnológico.

Metas y objetivos

Buscan calidad de vida y felicidad a corto y mediano plazo, sin compromisos ni deudas financieras agobiantes. El dinero no es su prioridad. Adquiere solo los bienes materiales necesarios y tiene como meta inmediata estrenar un auto último modelo para disfrutar de su gusto por viajar.

Pain points

- No gusta de los créditos financieros
- No tiene enganche suficiente para adquirir un vehículo por un crédito financiero o bancario
- No cuenta con experiencia crediticia
- No confía en los bancos
- No le gusta ir a sucursales ni llenar papeles
- Si los procesos son complejos los abandona
- Tiene su vida en el celular y desde ahí la administra, incluyendo la parte financiera

Puesto de trabajo

- Es Analista Profesional de una compañía de Sistemas en México y Desarrollador de Software para empresas del sector de servicios
- Ingresos mensuales superiores a 25,000
- Trabaja por proyecto
- Antigüedad de 1 año trabajando medio tiempo

Modalidad de trabajo

100% home office con horarios flexibles y por proyecto

Herramientas que usa en el trabajo

- Computador personal y teléfono inteligente de última generación
- Requiere 100% de la tecnología
- Conexión a internet 24 hrs.

1

Hablemos
de Ahorro

2

Productos

3

Público
objetivo

4

Método
de ventas

5

Guía
de ventas

Grupo SICREA

Buyer persona 2



Sector

Futura estudiante universitaria de mercadotecnia y publicidad

Redes Sociales

Whatsapp, Facebook, Instagram, Messenger, Youtube, TikTok, Spotify

Personalidad

Es buena estudiante, consentida por sus padres, auténtica. Noble, inteligente, madura, e independiente, le gusta seguir los estándares de la moda y le gusta la libertad.

Hobbies y habilidades

- Salir a eventos, cine, antro con amigos y viajes los fines de semana
- Visitar los Centros Comerciales
- Comprar ropa y maquillaje
- Visita en Gimnasio un su colonia
- Se visualiza con un vehículo nuevo propio para su uso exclusivo

Metas y objetivos

Iniciar su carrera universitaria en 2024 y graduarse como Profesional en Mercadotecnia y Publicidad. Su meta a corto plazo es estrenar un vehículo nuevo como regalo de graduación de sus padres para desplazarse a la universidad el próximo año.

Pain points

- Sus padres no están interesados en adquirir un crédito automotriz
- Sus padres buscan un auto usado y económico
- Sus padres no disponen de enganche y su capacidad de pago mensual es de hasta \$10,000 pesos

Puesto de trabajo

Estudiante de preparatoria

Modalidad de trabajo

Estudiante 100% presencial tiempo completo

Herramientas que usa en el trabajo

- Computador personal y teléfono inteligente de última generación
- Requiere 100% de la tecnología
- Conexión a internet 24 hrs.

Grupo SICREA

1

Hablemos
de Ahorro

2

Productos

3

Público
objetivo

4

Método
de ventas

5

Guía
de ventas

Grupo SICREA

Buyer persona 3

Tomás y Ana María

35 y 30 años
Recién casados

NSE

NSE

C+

Localidad

Morelia

Nivel estudios

Profesionales en Administración
de Empresas

Sector

Agencia de viajes y nuevas experiencias de turismo para mercado millennial

Redes Sociales

Whatsapp, Facebook, LinkedIn, Instagram, X, Spotify

Personalidad

- Pareja de emprendedores creativos
- Ambiciosos profesionalmente
- Excelente relacionamiento con otras personas
- Amplio círculo de amigos
- Amor por los animales y sin hijos

Hobbies y habilidades

- Les gustan los viajes a playas exóticas
- Excelentes habilidades comerciales para desarrollar su negocio de turismo para jóvenes
- Viajeros incansables acompañando a sus clientes por el mundo en tours turísticos

Metas y objetivos

- Estrenar el segundo automóvil para la pareja en el próximo año. Actualmente comparten un solo vehículo.
- Abrir su segunda oficina de turismo en CDMX
- Fortalecer la aplicación digital de ventas de la agencia de viajes
- Asistir agresos y ferias turísticas en México

Pain points

- No gustan de los sistemas tradicionales de crédito que consideran muy costosos
- Exigen el mejor costo-beneficio en todas sus compras
- Buscan realizar compras inteligentes
- No cuentan con un enganche
- Ven económicamente complicada la opción de comprar un segundo auto

Puesto de trabajo

- Emprendimiento familiar con 10 empleados en Morelia
- Ingresos familiares \$50,000 mensuales

Modalidad de trabajo

- Presencial 50%, Home office 50% con horarios flexibles
- Prospectación digital

Herramientas que usa en el trabajo

- Computador personal y teléfono inteligente de última generación
- Requiere 100% de la tecnología
- Conexión a internet 24 hrs.

Buyer persona 4



Sector

Manufactura y comercialización de muebles para el hogar

Redes Sociales

Whatsapp, Facebook

Personalidad

Son una pareja estable con 30 años de matrimonio, padres de 3 hijos y abuelos de 2 niños. Son muy cariñosos y consienten a sus nietos en su época de vacaciones invitándolos en su automóvil de lujo a visitar los diferentes puntos de venta de su fábrica de muebles en el territorio mexicano.

Hobbies y habilidades

- Son emprendedores exitosos con su fábrica de muebles que se destaca por la calidad de sus productos
- Les gusta viajar por carretera en su SUV de lujo que mantienen en perfecto estado y renuevan cada 3 años
- Disfrutan de la buena comida y los vinos
- Les gusta el tenis y los deportes al aire libre

Metas y objetivos

- Cambiar su SUV por una último modelo en el próximo año
- Aumentar en 2 vehículos adicionales su flota de despacho y entrega de muebles a sus clientes

- Abrir dos nuevos puntos de venta de su negocio en 2024

- Cuentan con un presupuesto mensual destinado a programar el cambio de su SUV y la compra de sus vehículos de transporte de muebles

Pain points

- No gustan de los créditos financieros y prefieren programar la compra de los vehículos una vez dispongan del capital para pagarlos de contado, así el cambio de la SUV se logre a finales del año

Puesto de trabajo

- Carlos es el Director General de la empresa y Lupita es la Directora de Diseño
- Trabajan de forma presencial en sus oficinas principales en Monterrey el 50% del tiempo y viajan a sus puntos de venta el otro 50% del tiempo
- Cuentan con un presupuesto de \$60,000 mensuales destinados a la compra de los vehículos

Modalidad de trabajo

Presencial 100% en Monterrey y las diferentes ciudades donde tienen sus almacenes

Herramientas que usa en el trabajo

Computador personal y teléfono inteligente

Buyer persona 5

Raúl, Lorena y Fernanda

Entre 30 y 45 años
Centro Médico de Cirugía Plástica

NSE C+

Localidad CDMX

Nivel estudios Médicos especialistas
en Cirugía Plástica



Sector

Salud y Belleza

Redes Sociales

Facebook, WhatsApp, Instagram, X, LinkedIn,
YouTube, Spotify

Personalidad

- Médicos especialistas en cirugía estética y reconstructiva
- Estudiosos, disciplinados, última tecnología
- Excelente imagen y servicio al paciente
- Expertos en rinoplastías y liposucciones
- Operan en otras ciudades de la república

Hobbies y habilidades

- Practican deportes extremos, golf y son aficionados al gimnasio
- Lectura, cine y gastronomía
- Solteros en su mayoría, dedicados a su profesión
- Disfrutan de viajes vacacionales al menos 1 vez al año
- Viajan constantemente a congresos médicos nacionales e internacionales

Metas y objetivos

- Cada uno desea estrenar su primer vehículo 0 kilómetros o cambiar el actual en el próximo año

- El centro médico asume el 50% del precio y el médico el otro 50%

- El médico ahorra el 50% del precio de su vehículo como enganche y la diferencia la asume el centro médico a crédito

Pain points

- No les gustan los créditos financieros ni pagar intereses altos
- No les gusta endeudarse

Puesto de trabajo

- Cirujanos titulares en cada una de sus especialidades
- Centro Médico de alto nivel tecnológico
- Ingresos de \$50,000 MXN mensuales por especialista

Modalidad de trabajo

- 100% presencial
- Prospectación en Facebook e Instagram y agendamiento de pacientes
- Recomendación de pacientes con experiencias exitosas

Herramientas que usa en el trabajo

- Computador personal y teléfono inteligente de última generación
- Consultorios, equipos y salas de operación de última tecnología

1

Hablemos
de Ahorro

2

Productos

3

Público
objetivo

4

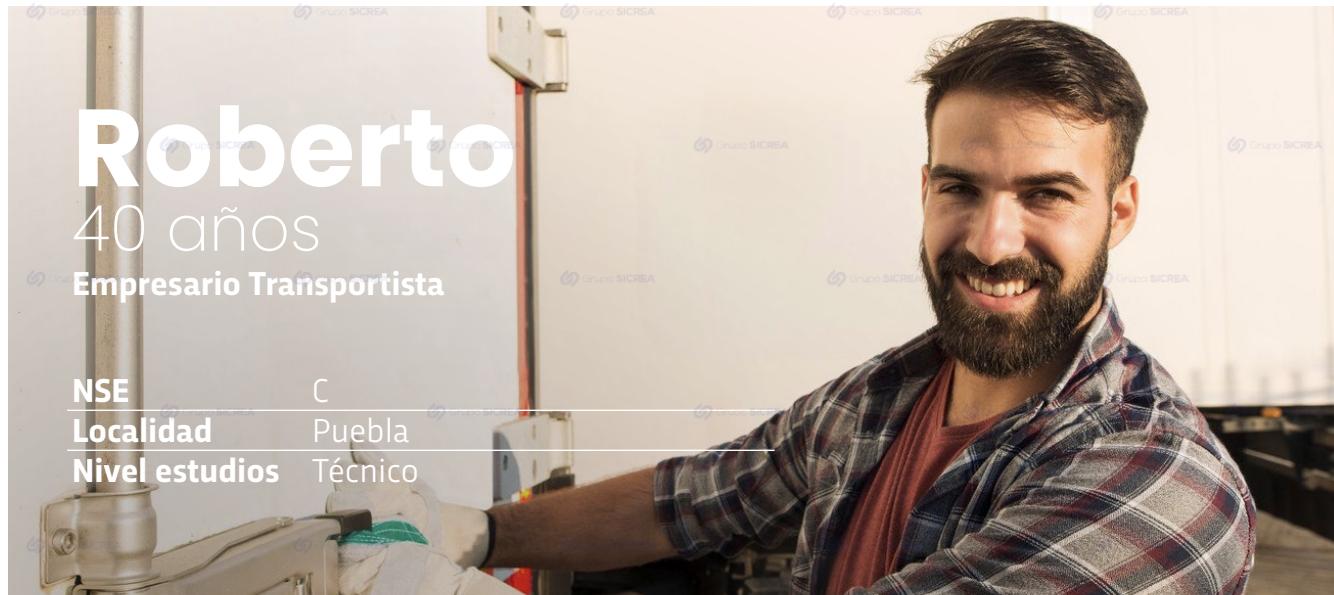
Método
de ventas

5

Guía
de ventas

Grupo SICREA

Buyer persona 6



Sector

Transporte y Logística

Redes Sociales

Facebook, WhatsApp, Instagram, X, Youtube

Personalidad

Pequeño empresario independiente con una flotilla pequeña de camiones de transporte de carga entre ciudades y estados de la república mexicana con 5 años de experiencia

Hobbies y habilidades

- Cumplido y disciplinado en su gestión
- Excelente servicio al cliente
- Buen negociador y excelente comercial
- Cuenta con una flotilla de 10 camiones en excelente estado con conductores especializados
- Le gusta el fútbol y la buena comida

Metas y objetivos

- Ampliar en 1 vehículo adicional su flota para el transporte de carga en 2024

Pain points

- Poca experiencia con bancos
- No gusta de los créditos con intereses
- No cuenta con enganche suficiente

Puesto de trabajo

- Presencial 100% en una bodega pequeña donde tiene su flota de vehículos
- Cuenta con el apoyo de una auxiliar administrativa
- Capacidad de pago de \$15,000 mensuales

Modalidad de trabajo

- Cartera de clientes y referidos

Herramientas que usa en el trabajo

- Computador con programas de transporte y logística
- Teléfonos celulares

Método de Ventas SICREA

2.0

Con el objetivo de enriquecer nuestras ventas, hemos creado un nuevo Método enfocado en **transmitir los beneficios del autofinanciamiento y posicionarlo como un producto líder** en lugar del producto sustituto para clientes rechazados.

¿En qué consiste?

El Método de Ventas SICREA:

- 1 Plantea nuevas fuentes de prospectación out-bound** (fuera de la agencia) que garanticen una mejor calidad de prospectos.

- 2 Propone la cohesión entre el método de venta y el proceso de venta**, como estrategia para identificar perfiles calificados.

- 3 Establece un funnel de ventas** que muestra de forma clara los KPI's esperados en cada etapa para garantizar un mayor nivel de conversión de cierre y en consecuencia, el incremento en la productividad de los equipos.



¿Qué beneficios ofrece al negocio?

Estudiar y adoptar este Método como hábito comercial permitirá al vendedor calificar el prospecto y su intención de compra de forma preliminar antes de aplicar en SICREA Link.

Plan de generación de prospectos calificables

 Incrementar la capacidad de atraer
al buyer persona

20%
Digital

40%
Terreno

Nuevas fuentes
de prospectación
inbound y
outbound

40%
Distribuidor

Atracción de prospectos:

- Con capacidad de ahorro ✓
- No desea hacer un desembolso inicial ✓
- No desea pagar intereses de crédito ✓
- Desea pagar menos al final del plazo ✓

1

Hablemos
de Ahorro

2

Productos

3

Público
objetivo

4

Método
de ventas

5

Guía
de ventas

Clients perfilados

Funnel ideal del vendedor

Productividad mensual esperada

80

Prospectos

80

Prospectos perfilados
con intención de compra
4 diarios

40

Preautorización inmediata SICREA Link

50%

40
Prospectos aprobados

32

Ingesta documentos

80%

32
Prospectos documentados

16

Aprobación

50%

16
Aprobación definitiva

4

Contratación

25%

4 integraciones

5% conversión

de cierre de ventas

1

Hablemos
de Ahorro

2

Productos

3

Público
objetivo

4

Método
de ventas

5

Guía
de ventas

Clients perfilados

80

FASE

Prospectos/Cotizaciones

100%

KPI CONVERSIÓN

4 diarias

KPI TIEMPO

40

Preautorización inmediata SICREA Link

50%

32

Ingesta documentos

80%

8 segundos

16

Aprobación

50%

24 hrs A

4

Contratación (Conversión de cierre)

25%

36 hrs B

5% conversión
de cierre de ventas

A

Obtén los documentos de forma inmediata y súbelos al sistema, el desempeño del APV y el ejecutivo SICREA en esta fase será vital.

B

Para concretar la emisión de la factura del auto (Plan Cronos), impresión y firma de contrato, pago de primer mensualidad, entre otras actividades, el APV juega un rol muy importante, ya que deberá obtener la documentación en el concesionario de la forma más ágil posible

KPI's proceso de venta SICREA

Cohesionar el método de ventas con el proceso de ventas

Prospectación

Inbound (Necesidad creada)

Outbound (Crear necesidad)

Método de ventas

PROSPECTOS TOTALES

PROSPECTOS CON INTENCIÓN DE COMPRA

PROSPECTOS CÁLIDOS

CIERRE

RAPPORT

PREGUNTAS PODEROSAS

ENAMORAMIENTO

NEGOCIACIÓN

CIERRE

Conversion de cierre

5%/15%

**Visión Ganadora
y compromiso por
las metas**

Alto

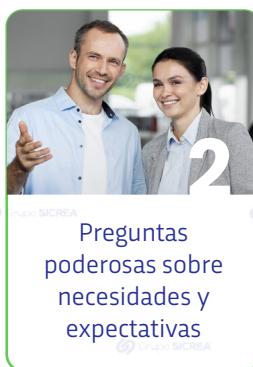
Alto

Método de ventas Autofinanciamiento

CONSTRUIR RAPPORT Y CONFIANZA



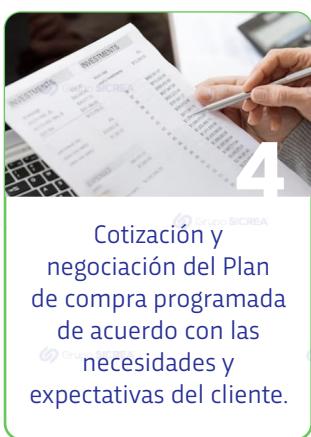
PREGUNTAS PODEROSAS DE CALIFICACIÓN



ESTRATEGIA DE NEGOCIACIÓN



ANÁLISIS NUMÉRICO CONTADO, FINANCIERA Y COMPRA PROGRAMADA



AUTORIZACIÓN AUTOMÁTICA

SEGUIMIENTO AL CLIENTE

MANEJO DE OBJECIONES



FUNNEL DE VENTAS

- ✓ Ingesta de documentos
- ✓ Aprobación
- ✓ Contratación

5 CIERRE DEL NEGOCIO



1

Hablemos
de Ahorro

2

Productos

3

Público
objetivo

4

Método
de ventas

5

Guía
de ventas

Fases del Método de ventas profesional

1

Rapport

Simpatía / Empatía / Confianza

2

Preguntas poderosas

3

Enamoramiento del producto

4

Estructura de negociación

5

Cierre del negocio

Altos niveles de conversión

Fases
del Método
de ventas
profesional



Construye Rapport con tu cliente

Hacer 'Rapport' es conectar con tu cliente.

Para ello, desarrolla una conversación profesional, calibra y sintonízate con tu cliente. Habla el 20% del tiempo y escucha el 80%.

- ✓ Saluda cordialmente
- ✓ Rompe el hielo
- ✓ Ponte en los zapatos del cliente: escúchalo
- ✓ Muestra interés por conocer sus necesidades y expectativas
- ✓ Si cumpliste con los pasos anteriores ¡creaste confianza!
- ✓ Practica realizando ejercicio de Rapport con los asesores comerciales

Ejemplo de guión. Contacto inicial

Muy buenos días, mi nombre es Gabriela Aray, asesora de venta, ¿cómo está?

Recibe al cliente con una sonrisa, salúdalo y míralo a los ojos con simpatía natural, mostrando actitud positiva y alegría.

Me da mucho gusto que se encuentre bien ¿Cuál es su nombre?

Pregunta con amabilidad su nombre y procura aprendértelo. Guíalo hacia el punto de atención con amabilidad. Invítalo a sentarse.

¿Cómo se encuentra? Le gustaría un vaso de agua, un café?

Muestra interés real, manteniendo una postura erguida y contacto visual. Concéntrate en tu cliente y sus acompañantes, evita distracciones.

Señor Ruiz hoy voy a tener el gusto de asesorarlo con la mejor alternativa para que adquiera ese auto que quiere

Manifiéstale claramente tus intenciones de apoyarlo.

Le voy a realizar un par de preguntas para conocer más a fondo su necesidad y poder ofrecerle la mejor opción, ¿le parece bien?

Muestra total atención a las respuestas de tu cliente y rompe el hielo.

 Si un asesor comercial multiplica x2 el número de **preguntas acertadas** durante una entrevista de ventas, **su probabilidad de éxito aumenta en un 50%**

Fases
del Método
de ventas
profesional

Preguntas poderosas para identificar necesidades

Técnica Bant

Aplica las preguntas poderosas de forma fluida con la conversación, asegurándote de hacer las 4 preguntas BANT:

- ✓ Necesidades
- ✓ Autonomía
- ✓ Presupuesto
- ✓ Tiempo

Ejemplo de Guión. Preguntas Poderosas de Necesidades y problemas (Técnica Bant)

Señor Ruiz, me gustaría conocer sus necesidades y expectativas, le voy a realizar un par de preguntas con el fin de brindarle la mejor asesoría.

¿En qué vehículo está interesado?

¿Para qué lo va a utilizar?

¿Cuenta con enganche?

¿Cómo ha pensado hacer el negocio?

¿Cuál es su presupuesto disponible para los pagos mensuales?

A parte de usted, ¿quién(es) toman la decisión?

¿Para cuando requiere el vehículo?

¿Tiene vehículo actualmente?

Preguntas de problema

Permiten identificar los impedimentos del cliente para comprar su vehículo y la mejor forma para hacer el negocio:

¿Por qué no ha adquirido un vehículo anteriormente?

¿Ha tenido experiencias con créditos bancarios?

¿Qué piensa del costo de financiación bancario?

¿Sabe cuánto termina pagando por un vehículo financiado?

Es importante realizar una **escucha activa** y sacar provecho a los datos obtenidos

1

2

3

4

5

Fases
del Método
de ventas
profesional

Enamorar al cliente de nuestro plan de autofinanciamiento

Comienza por plantear las 3 opciones de compra para adquirir un vehículo en México:



1 Descarta las opciones de contado y crédito de la financiera de marca o del banco

Descartar a pesar de contar con efectivo manifestándole que no se descapitalice

Descartar por los intereses de financiación

2 Construye beneficios y ventajas competitivas frente al crédito

- ✓ Sin enganche
- ✓ Sin intereses de crédito
- ✓ Sin CXA
- ✓ Paga menos vs crédito bancario
- ✓ Seguro gratis 12 meses

3 Cotiza a través de SICREA Link



4 Explica el sistema de forma clara y sencilla para el cliente, con seguridad y confianza

Aplica técnica Benjamín Franklin para construir ventajas competitivas frente a otras opciones y maneja objeción de cierre nuevamente (opcional)

5 Maneja objeciones



6 Aplica preguntas de control y cierres parciales:

Invítalo a integrarse para participar en el próximo evento de adjudicados.

¿Cómo le parece?



¿Estamos de acuerdo en que este es el plan de autofinanciamiento que usted necesita?

Aplica las Técnicas de Manejo de Objecciones:

Pausa de Silencio

- ✓ Supongamos
- ✓ Si pero
- ✓ Repreguntar objeción
- ✓ Postergar la objeción
- ✓ Técnica Benjamin Franklin

Fases
del Método
de ventas
profesional

Estructura una negociación 'gana-gana'

Una vez que cuentas con la respuesta automática de 8 segundos de SICREA Link:



Informa a tu cliente el plan de autofinanciamiento indicando cuota mensual, plan de pagos y beneficios



Compromete al cliente con el pago de la primera mensualidad



Solicita a cliente sus documentos y define con él una fecha exacta para ingresarlos al sistema



Informa al cliente que una vez realizada la ingestión de documentos, se realiza **aprobación definitiva** máximo 2 horas después (diario bandeja en cero)

4

5

Fases
del Método
de ventas
profesional

Invita al cierre de la venta

Técnica “dar por hecho la venta”

Una vez que estás muy seguro de que la venta va por buen camino, que el cliente ya cuenta con toda la información para tomar su decisión y está interesado en formalizar podrás hacer preguntas sutiles pero muy seguras que encaminen hacia el cierre de la venta, por ejemplo:

¿Su primer pago sería con transferencia?

¿Le parece bien el martes para la firma de contrato?

¿Prefiere aplicar el seguro gratis o localizador satelital?

¿Podemos comenzar con la entrega de sus documentos?

Toma en cuenta que para aplicar esta técnica de cierre deberás tener muy clara la postura del cliente ya que si aún no está convencido podría parecer un poco agresivo. Una vez que el cliente conteste positivamente **¡Felicitaciones! habrás cerrado la venta**, ahora puedes continuar con el proceso.

Siguientes pasos

Formaliza vinculación:

- ✓ Operaciones emite contrato de adhesión
- ✓ Crédito emite contrato préstamo mercantil con garantía prendaria
- ✓ Vendedor del distribuidor emite factura y póliza

5

Manual de manejo de objeciones

Las **objeciones** son obstáculos que debe superar el vendedor de SICREA para ir fortaleciendo la decisión de compra. Pueden ser **reales o pretextos** para salirse de una negociación. La cantidad de objeciones reales que se presenten durante el proceso de venta, son un buen indicador del interés del cliente en la decisión de compra y hay que tomarlas como una **oportunidad de cierre**.

Conoce las técnicas más efectivas para manejar las objeciones y usarlas a tu favor, **orientándolas hacia concretar la venta**:



Video demo
Escanea o da clic



1 Técnica del “supongamos”

Esta técnica busca validar si las objeciones del cliente son reales o pretextos, esto se logra identificar planteando diversas soluciones a las objeciones del cliente y realizando preguntas de control.

Si la respuesta del cliente es afirmativa, significa que la objeción es real. Si por el contrario, el cliente sigue planteando más excusas y aún después de proponerle la solución en repetidas ocasiones, éste continua evadiendo la decisión de compra, quiere decir que es un pretexto.

Por ejemplo

Me encanta la idea pero tengo que consultararlo con mi esposo para tomar la decisión

Ok, pero supongamos que a su esposo también le convence el plan, ¿Entonces cerraríamos el trato?

Sí, ¡definitivamente sí!

2 Técnica “Repreguntar”

Consiste en devolver la objeción en forma de pregunta con el fin de identificar cuál es la inquietud particular del cliente y así poder darle un manejo más contundente y comercial. Es ideal al momento de manejar objeciones negativas o dudas del cliente.



Me gusta la idea, pero no me convence

¿Qué es lo que no le convence?

El tiempo de entrega, a mí me urge contar con un auto

No se preocupe, a través de nuestro sistema de subasta puede adelantar pagos para recibir su vehículo antes, ¿qué le parece?

¡Súper! ¡Así si me interesa!

3 Técnica "Sí, pero..."

Consiste en reconocer la validez del problema que plantea, "pero" se le ofrece un argumento contundente que lo supere y facilite la decisión de compra del cliente.



Por ejemplo

Me encanta la idea, pero la mensualidad me parece alta

Sí, pero si se integra ahora recibe un año de seguro gratis, así que ya no cubrirá ese costo

Bueno de esa forma sí me conviene, ¡si quiero integrarme!

4 Técnica "Postergar la objeción"

Esta técnica tiene como objetivo ordenar el proceso de venta ante cualquier objeción que presente el cliente y no tenga relación con el tema que se está tratando. La idea es postergar la respuesta a la objeción, para darle el manejo adecuado en el momento oportuno.



Me encanta la idea, ¿Pero qué pasa si necesito mi auto antes?

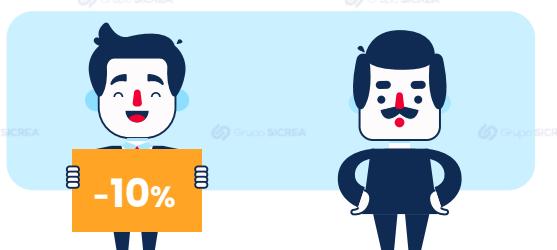
¿Le parece si esa parte la revisamos cuando lleguemos al tema de adjudicación?

Ah, ¡claro que sí!

Perfecto, sigamos entonces...

5 Técnica "Compensación"

Consiste en poner en una balanza la objeción del cliente y con un argumento de peso hacer que el negocio se incline a favor minimizando el impacto de la objeción.



Me encanta la idea, pero prefiero un crédito con entrega inmediata

Entiendo, pero si yo le digo que a cambio de esperar unos meses usted ahorraría en total \$56,000 pesos, ¿podría reconsiderarlo?

Bueno, eso no estaría nada mal, ¡Cuéntame más!

Casos Plan de Autofinanciamiento



Objeción
Me preocupan los tiempos de entrega



Video demo
Escanea o da clic



Speech sugerido para:

1. Cliente sin enganche



Si, entiendo su preocupación pero hoy lamentablemente usted no cuenta con el enganche de al menos un 15%. Necesitaría ahorrarlo y por ende no podría disponer del crédito. ¿En cuanto tiempo podría ahorrar el enganche? ¿En dónde?

En cambio, con SíFácil usted no requiere de enganche, puede ir pagando sus mensualidades de manera puntual y adjudicarse al mes 10, y lo más importante, termina pagando por su auto mucho menos que por un crédito **¿Qué le parece?**

2. Cliente con enganche insuficiente



Si, entiendo su preocupación pero con nuestro producto CRONOS usted se integra con su primera cuota y subasta 3 cuotas adicionales para adjudicar su automóvil. No requiere un enganche del 20% o 30% como lo exige un banco.

Recuerde que con Autofinanciamiento de SICREA no paga intereses.

3. Cliente dudoso, sin enganche y sin acceso al sector bancario



Recuerde que la única opción que tiene para estrenar su automóvil es **SíFácil de SICREA**, ya que en todos los casos el banco le va a pedir enganche. ¿Y para qué va a pagar tanto dinero en intereses?

4. Cliente sin enganche y sin acceso al sector bancario



Es lógica su inquietud, pero tenga en cuenta que por nuestro **SíFácil** usted **se ahorra \$45,000 pesos** al no pagar los intereses bancarios. **¿Qué le parece?**

Es muy bueno

Yo le pregunto algo: ¿Cuánto se demoraría usted en disponer de ese dinero con su trabajo?

Pues....24 meses o más

Siendo así, pensemos: si le tomó 24 meses o más disponer de esa cantidad, ¿no podría esperar solo 10 meses (si es puntual en sus pagos) para recibir su adjudicación?



No me gustan los sorteos

Speech sugerido

Señor López, en un sorteo hay un ganador y muchos perdedores, si usted no se lo gana, pierde el valor de la boleta. En SICREA con el pago oportuno de las cuotas usted ahorra de manera segura teniendo la oportunidad de recibir su vehículo por medio de un turno de entrega que se asigna aleatoriamente.



¿Me puedo retirar en cualquier momento?

Speech sugerido

¿Por qué está pensando en retirarse? No es una buena decisión ingresar al plan para luego retirarse. Sin embargo, en una situación extrema usted puede congelar el Plan hasta por tres meses.



Me gusta el plan, pero tengo que consultarla con mi esposa



Me parece bien que involucre a su esposa en esta decisión que es familiar. Pensemos que a su esposa le gusta el plan, ¿haríamos el negocio? (mirando fijamente). ¿Qué le parece si visitamos a su esposa y le explicamos el plan de compra programada? ¿Mañana o pasado mañana? ¿En la mañana o en la tarde?



No me gusta el plan

Speech sugerido

¿Por qué no le gusta el plan?



Llámeme la otra semana, lo tengo que pensar

Speech sugerido

Claro que sí, pero **¿qué tiene que pensar que hoy que le impida hacer el negocio?**



