



Competencias que se cubren:

Categorías de Competencias Primarias:

• **Captación de Clientes—**
Identifica y convierte en clientes campeones para nuestra empresa a los prospectos que deberían estar haciendo negocios con nosotros.

Categorías de Competencias Relacionadas:

• **Comunicaciones—**
Mejora las habilidades individuales y de la empresa a través de la escucha activa apoyada en presentaciones de información oral y escrita.

• **Influencia—**
Dirige consistentemente situaciones e inspira a las personas para lograr un ambiente en el que todos ganan.

• **Experiencia de Clientes—**
Crea un ambiente con los clientes para mantener una relación positiva y a largo plazo. Equilibra las experiencias positivas para generar lealtad en los clientes y un deseo de ser campeones para nuestra empresa.

Motivación y Compromiso

RESUMEN

A medida que avanzamos hacia el final del proceso de ventas, se vuelve más importante crear un sentido de urgencia para el comprador y encontrar una manera natural para pedir el compromiso. Esto se hace comunicando lo que el cliente no tiene y creando una imagen clara de lo que tendrá con nuestra solución. Se piden compromisos a través del proceso de ventas, y luego se usa una de las seis opciones para cerrar la venta.

CONTEXTO

En el transcurso de la venta, el comprador, constantemente evalúa lo que se dice y hace. Los compradores pueden responder verbal, física, o emocionalmente a los conceptos y materiales que son presentados. Estas respuestas pueden ser señales de compra o de advertencia. Debemos poseer la habilidad de reconocer estas señales, interpretarlas de manera precisa y responder apropiadamente.

Obtenemos compromisos más fácilmente cuando las fases iniciales de la venta son conducidas de manera hábil. Un sobre-énfasis en el cierre puede llevar a técnicas manipuladas y restringir la relación con el comprador. Los vendedores exitosos que compiten en el mercado de hoy no manipulan a los compradores a que hagan compromisos que luego les hace arrepentirse.

Al completar este módulo, los participantes podrán:

- Evaluar a los compradores para movilizarlos hacia la venta
- Involucrar las emociones del prospecto en el proceso de compra
- Solicitar la venta con confianza