



Competencias que se cubren:

Categorías de Competencias Primarias:

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

• **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:

• **Habilidades Interpersonales—**
Muestra una habilidad consistente para desarrollar relaciones sólidas dentro y fuera de la empresa.

• **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.

Solución

RESUMEN

Este paso del proceso de ventas une su solución a las necesidades e intereses del comprador. Uno se comunica con impacto, con hechos específicos, muestra beneficios relacionados, customiza la aplicación para el cliente, usa la forma correcta de evidencia para vencer la duda, y evalúa con un cierre de prueba.

CONTEXTO

En este punto del proceso de ventas, sabemos la información clave acerca de las necesidades, intereses, y lo más importante, los motivos de compra. Ahora tenemos la oportunidad de confeccionar nuestra presentación para llenar las necesidades de nuestro comprador e incrementar la percepción de valor de nuestra solución.

Para diferenciarnos en un mercado aglomerado y competitivo, necesitamos ser únicos, con planteamientos excitantes para solucionar los problemas de los compradores. También necesitamos hacer la presentación de manera que construya credibilidad y hacer que las personas deseen comprar. Una de las maneras más efectivas de combatir las objeciones de precios es construir un valor en la solución de la venta. Lo que presentamos y cómo lo presentamos es crítico en el proceso de compra / venta.

Al completar este módulo, los participantes podrán:

- Desarrollar soluciones que sean únicas para cada comprador
- Presentar soluciones que sean persuasivas y convincentes
- Apelar a la lógica y a las emociones