

Gabriel Olamendi

## VENTAS DE ÉXITO

*NO HAY VIENTO EN POPA PARA QUIENES NO TIENEN RUMBO.*  
(Séneca)

En este capítulo aparecerán ideas útiles para potenciar las Ventas de Éxito. Por supuesto, que recibiré muy gustoso todas las aportaciones que deseen mandarme.

### 15

Paciencia y Persistencia. Estas dos palabras son una buena guía para comenzar una carrera en ventas. Todos queremos tener éxito y queremos tenerlo pronto, pero usualmente requiere llamar a un montón de prospectos, hacer muchas presentaciones y manejar un montón de objeciones para construir el "momentum" que hace que las cosas ocurran.

Pero hay una tercera "P", la de "prudencia" la sabiduría de "*saber cuándo abandonar*".

### 14

Como regla general, un futuro cliente cualificado debe cumplir tres características: 1) una percepción de genuina necesidad, 2) el dinero para solucionar el problema y 3) la urgencia de resolverlo ya. Necesidad, dinero, urgencia. Si cumple esos tres requisitos, es un cliente cualificado.

### 13

En el siglo anterior, buscábamos la Satisfacción de nuestros clientes y que fueran Fieles. Hoy, les pedimos además que sean Evangelistas o Propagadores de nuestras excelencias.

### 12

*"No sé la clave del éxito, pero la clave del fracaso es tratar de agradar a todo el mundo"*, dice un gran maestro en ventas.

### 11

La forma más rápida de arruinarse es darles a tus clientes lo que **NECESITAN** — no lo que **QUIEREN**.

10

El cliente siempre tiene la razón... hasta que sobrepasa sus derechos.

9

El propósito de las compañías debe ser mejorar la calidad de vida de sus clientes.

8

Si no sabes catalogar si un prospecto es de alto nivel o no, usa esta fórmula sencilla:  $P \times p$ , en la que  $P$  = Potencial de venta (cuánto le podrías vender), y  $p$  = probabilidad de éxito (qué posibilidades le das a que consigas ese cliente). Muchas veces los aparentemente grandes prospectos, al aplicar esta fórmula, resultan ser prospectos de tercer nivel. Esto te evitará perder tiempo en cuentas que no lo merecen.

7

¿Sabes **decidir** cuando lo intentas?

6

La calidad la define quien consume y no quien produce. Si definimos CALIDAD desde el punto de vista del consumidor, podemos decir que es la relación entre Percepción y Expectativa. Entre esperado y recibido.

5

Así como existe el marketing mix, también hay un Cliente Mix:

Con el producto	Cliente satisfecho
Con el precio	Costo razonable para el cliente
Con la promoción	Comunicación con el cliente
Con la distribución	Comodidad para el cliente

4

Cuando el vendedor gana, obtiene beneficios. Cuando pierde, mejor que aprenda algo.

3

No ubique a los prospectos al comienzo del conducto de ventas y luego los abandone. Tenga una actitud proactiva, ayúdelos a desplazarse por el "*conducto de ventas*" hasta que emerjan como nuevos clientes.

2

Los vendedores inteligentes apalancan sus fortalezas y buscan ayuda para superar sus debilidades.

**1**

Antes de que compren sus soluciones, los clientes potenciales tienen necesidad de familiarizarse con usted, entender que usted es una persona que sabe de lo que habla y se den cuenta de cómo se beneficiarán si hacen negocios con usted.

Gabriel Olamendi

