

Cómo vender la Caja -

CICLO DE VENTA DE CAJAS,
PROPUESTAS DE VALOR,
MEJORES PRÁCTICAS Y CIERRE
DEL TRATO



Bienvenidos

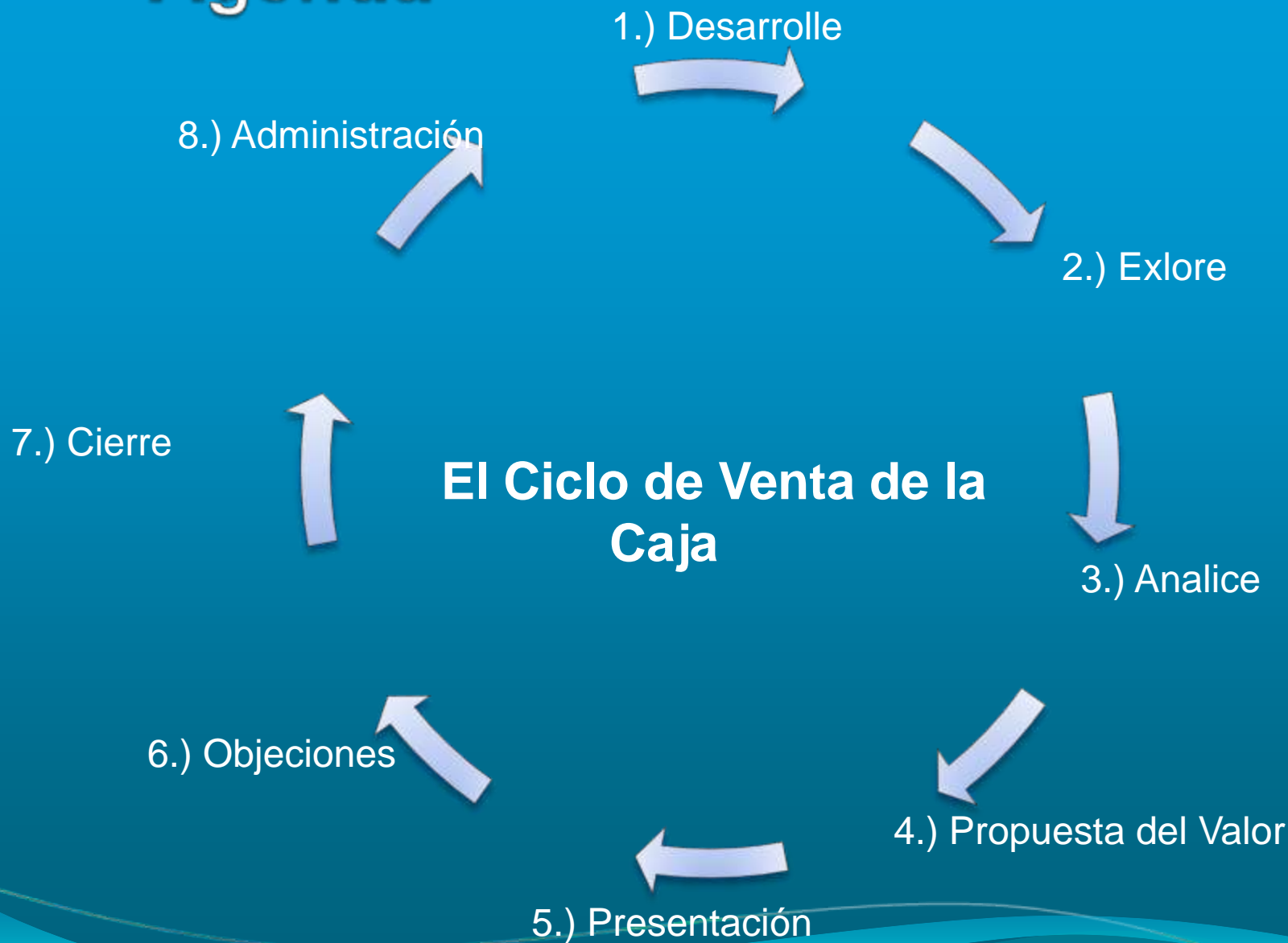
Buen Día



Me llamo Sergio Páez
En nombre de AICC
espero que estén pasando unos
momentos muy provechosos aquí en
Guadalajara, México
Hablemos ahora de Cómo Vender la Caja.



Agenda



Es necesario desarrollar un ciclo de venta de la caja

Más que nunca, para vender una caja en un mercado competitivo se requieren Mejores Prácticas del Negocio, Propuestas de Valor Agregado y una estrategia para presentar estos hallazgos a sus futuros clientes. Requiere un ciclo de venta de cajas bien desarrollado, el cual tiene que ser:



- **Sistemático**
- **Medible**
- **Alcanzable**
- **Continuo**

Pregunta: ¿Tiene mi compañía este tipo de plan?



Buscando clientes

Antes de vender la casa, la clave es buscar con éxito clientes futuros. Esta labor depende de la recogida de información. Para que esta sea útil, tiene que ser de actualidad. Identifique el segmento del mercado, el atractivo y aplicación para los negocios. Esta información es una herramienta para buscar clientes, y se encuentra en los canales siguientes:

- Asociaciones comerciales
- Registros públicos
- Directorios y listas
- Internet
- Software para la búsqueda de clientes (Sales Genie, One Source, ACT, Sales Force, y más)
- Creación de contactos sociales



¿Ha sido usted entrenado en el uso apropiado de estas herramientas?



Antes de vender una caja o hacer cualquier propuesta o soluciones de valor al futuro cliente, usted tiene que analizar los factores siguientes:

- ¿Entiendo realmente las necesidades y deseos del futuro cliente?
- ¿Cómo podemos encontrar las soluciones juntos?
- ¿Quién más está aspirando a su negocio?
- ¿Cuán mejor es mi caja o propuesta que la del competidor (propuesta de valor agregado)
- ¿Están las compañías en posición de hacer negocios mutuamente?
- ¿Se amoldan bien los negocios entre sí?



Propuesta del Valor

Todas las propuestas para vender cajas tienen que tener un valor para el cliente y tienen que satisfacer o exceder sus necesidades y deseos.
Considere lo siguiente:

- ¿Qué valor tiene mi propuesta?
- ¿Qué diferencia hay entre mi caja y la de la competencia?
- ¿Va a satisfacer o exceder las expectativas del futuro cliente? ¿Cómo?
- ¿Compraría yo las cajas tal como figuran en la propuesta?
- ¿Cuáles son los pros y los contras que podrían surgir y cómo los justifico?



Presentando la Propuesta del Valor

La presentación de la propuesta del Valor al futuro cliente es un factor clave para hacer que éste compre su caja. De modo que considere cuidadosamente si su propuesta del valor, tal como está presentada, cubre lo siguiente:

- ¿Muestra mi presentación cómo se saisfacen o exceden las necesidades y deseos del futuro cliente?
- ¿Cuál es la métrica para asignarles puntos de referencia?
- ¿Son las mejores prácticas claras y fáciles de entender?
- ¿Se concentra la presentación en valores clave?
- ¿Se verá el cliente inclinado a comprar gracias a mi presentación ?
- ¿Cuáles podrían ser los puntos de desacuerdo y objeciones?



Conforme usted negocia para vender su caja, el cliente pondrá objeciones. La forma en que usted las vea y las trate, determinará el resultado final.

- **Todas las objeciones se pueden refutar.**
- **Son indicaciones de que el cliente quiere seguir negociando.**
- **Son una indicación de que hay que atender más necesidades más específicas antes de decidirse.**

¿Cómo las contesta?

- **Preguntando y pidiendo que le definan la objeción de modo muy específico. Tenga planeada una respuesta para cada objeción específica.**
- **Si todo falla, dígalos que va a regresar con la respuesta y siga adelante.**



Cerrando la venta de la caja

El futuro cliente nunca va a cerrar un trato de cajas a menos que sienta cierto grado de confianza. Recuerde que estamos estableciendo una Relación de Negocio a Negocio. Para ayudarlo a cerrar el trato usted tiene que ganarse la confianza haciendo lo siguiente:

- **Traer al cliente a su fábrica para que la visite.**
- **Traer personal clave con usted y presentárselo al futuro cliente.**
- **Poner por escrito todos los contratos, acuerdos y divulgaciones.**
- **Asegurarse de mostrarle al futuro cliente un interés y seguimiento genuinos.**



Maneje la cuenta

Una vez que cierre la venta de la caja, la repetición del negocio de su nueva cuenta dependerá de cómo la maneje:

SU Negocio :

- ¿Satisfacen usted y su negocio las necesidades y deseos de su futuro cliente?
- ¿Es el servicio y calidad de la caja lo que espera el cliente?
- ¿Se hacen a tiempo las entregas?
- ¿Es usted accesible para el cliente?

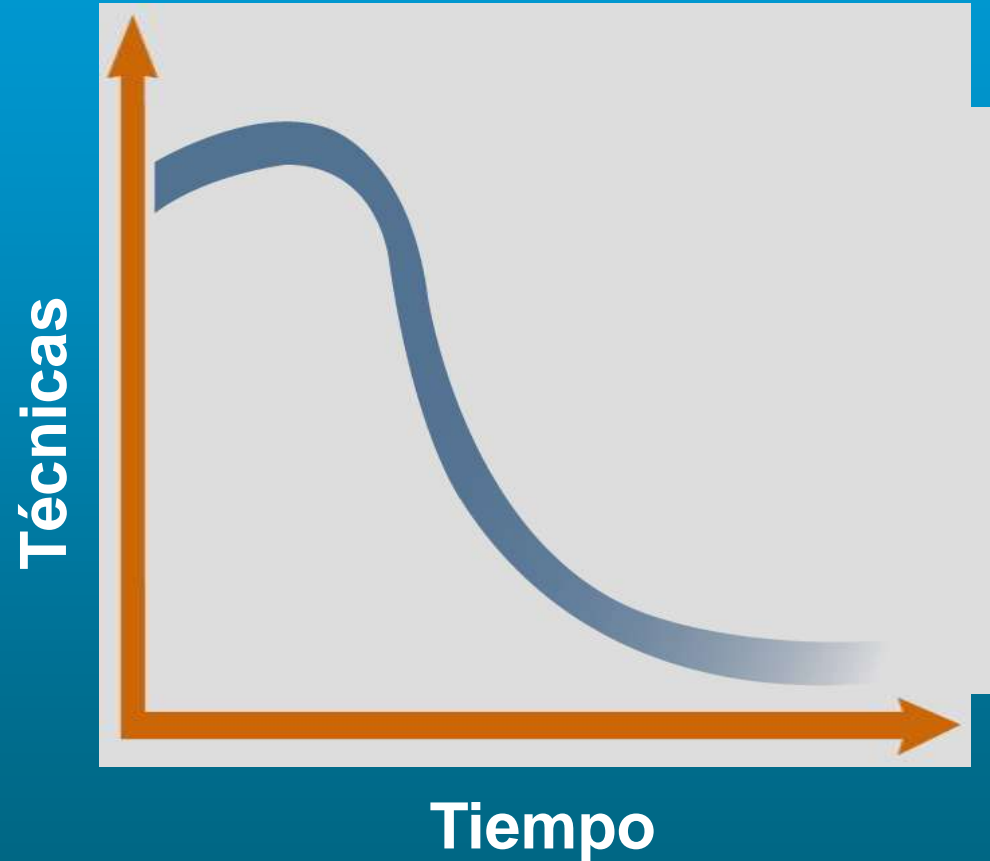
El Negocio de SUS Clientes:

- ¿Están pagando a tiempo?
- ¿Están contentos con el servicio y calidad de su producto?
- ¿Quién más está compitiendo por sus negocios?



Mejorando Técnicas

Sin refuerzo ni práctica, el 87% de las técnicas nuevas se perderán dentro de 30 días - Neil Rackham (de fama de SPIN)



"Es imposible recordar cosas más tarde si de entrada usted no les presta atención." – Science Facts



Pasos SIGUIENTES

Ha sido nuestra experiencia que cuando concluye una actividad de entrenamiento, es importante reconocer que la iniciativa no terminó ahí.

Nosotros consideramos el entrenamiento en 3 etapas.

- *La primera* es vender el entrenamiento antes de comenzar la actividad.
- *La segunda* es la propia actividad de entrenamiento.
- *La tercera* es donde el aprendiz tiene una oportunidad para practicar y perfeccionar sus aptitudes bajo el ojo vigilante de un gerente, entrenador o colegas/compañeros que ya han dominado esa técnica.

¡¡¡¡Vaya a vender cajas!!!!



Pasos SIGUIENTES

A la conclusión de una iniciativa de entrenamiento, las tasas de retención pueden aumentarse considerablemente cuando los aprendices identifican las cosas con las que quieren trabajar durante los 30 días siguientes. Los planes de acción necesitan ser específicos y compartidos con un gerente, quien puede entonces darle al aprendiz una oportunidad de practicar las técnicas y proporcionar un repaso y entrenamiento constructivos. Por ejemplo:

¿Cuáles son las cosas con que usted desea más trabajar/mejorar como resultado de este Taller? ¿Por qué?

¿Cuáles son las tres acciones específicas que usted tomará como un resultado del entrenamiento? Por ejemplo, “Yo voy a <especificar la acción> para <especificar fecha> porque <razón por la cual voy a hacer esto/el beneficio>.”

La mejor práctica para nosotros es que al cabo de 30 días, el asociado y su gerente repasan los resultados de la práctica y de la labor de capacitación. Lo ideal es que la sesión de repaso comience con “como un resultado de haber tomado las acciones indicadas en el Plan de Acción, y después de practicar las técnicas, he alcanzado lo siguiente...”. ¿Cómo se ajusta esto a su experiencia?. ¿Hay otras mejores prácticas que usted tiene?.



- La planificación, preparación, presentación y ejecución del ciclo de ventas de cajas es fundamental.
- Las herramientas y sistemas para encontrar clientes son buenas, pero solo son efectivas si producen prospectos de ventas.
- La venta de la caja es una cuestión de satisfacer o exceder las necesidades y deseos en cuanto a la búsqueda de clientes.
- Todas las objeciones se pueden resolver .
- La venta de la caja como cualquier otra venta es el resultado de un trabajo laborioso y de establecer una relación entre dos negocios.
- ¡¡¡¡¡No se dé por vencido!!!!!!



!!! Gracias!!!

