

Chris Sample





Bienvenido

Estimado Chris:

Este Retrato Lumina Sales está diseñado para darte retroalimentación sobre la manera en que trabajas con los procesos importantes de ventas, y para ayudarte a reconocer tus fortalezas y las formas en que puedes desarrollarlas más.

Estas seis importantes etapas están fuertemente ligadas a las ventas y a las relaciones de ventas exitosas. Cada cual tiene su propia manera de acercarse y utilizar estos procesos y este Retrato te dará otra perspectiva de tu propio estilo.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Stewart Desson'.

Stewart Desson
Director General - Lumina Learning

Índice

Glosario	05
Las Seis Etapas en el Ciclo de Ventas	06
Las Seis Etapas del Ciclo del Comprador en el Mapa del Ciclo de Ventas	07
Las Seis Etapas y los 24 Procesos del Ciclo de Ventas	08
Explorando tus 24 Cualidades de Ventas	09
Tus 24 Cualidades de Ventas alrededor de la Mandala de Ventas	10
Tus 24 Cualidades de Ventas Sobreextendidas alrededor de la Mandala de Ventas	11
Tus 24 Cualidades de Ventas - Asignadas a las Seis Etapas del Ciclo de Ventas	12
Tus 24 Cualidades de Ventas Sobreextendidas - Asignadas al Ciclo de Ventas	13
Cualidades de Ventas	14
Cualidades de Ventas Sobreextendidas	15
Investigar y Conocer el Mercado	16
Investigar y Adquirir Conocimiento de Mercado - Sobreextendidas	18
Prospectar y Contactar Clientes	20
Prospectar e Involucrar Clientes - Sobreextendidas	22
Entender Necesidades	24
Entender Necesidades - Sobreextendidas	26
Recomendar Soluciones	28
Recomendar Soluciones - Sobreextendidas	30
Obtener Compromiso	32
Obtener Compromiso - Sobreextendidas	34
Apoyar Cuentas; Desarrollar Cuentas	36
Apoyar Cuentas; Desarrollar Cuentas - Sobreextendidas	38

Glosario

Esta sección tiene la intención de explicar algunas de las terminologías utilizadas en el Retrato Lumina Sales. Aunque trabajamos para estructurar la información de manera que sea fácil de leer, entendemos que algunas definiciones de apoyo te pueden ayudar a comprender mejor el contenido.

Las Seis Etapas de Ventas

Las seis etapas se combinan para formar el ciclo de ventas. Cada etapa se sustenta en cuatro procesos que sugieren métodos para ofrecer resultados efectivos en cada una de las fases del ciclo.

Las 24 Cualidades de Ventas

Estas Cualidades reflejan tu estilo natural de ventas y están basadas en tus características personales.

Fortalezas

Cualidades que te ayudan en el ciclo de ventas

Posibles Deficiencias

Cualidades que podrían obstaculizar tu progreso dentro de un ciclo de ventas; estas Cualidades pueden desarrollarse de tal manera que puedas aprovecharlas con más eficacia

Sobreextendidas

Cualidades que han sido demasiado exageradas (sobreextendidas) hasta la medida en que pueden afectar negativamente tu ciclo de ventas; estas pueden ser controladas para aminorar sus efectos

Fluye naturalmente

Habilidad natural en esta área

No fluye naturalmente

Estas áreas requieren mayor esfuerzo para utilizarlas.

Inclinado a exagerarse (sobreextenderse)

La medida en que tienes una tendencia a sobreextender o exagerar dentro de esta área

No inclinado a exagerarse (sobreextenderse)

Tienes menos tendencia a sobreextenderte en esta área.

Si no estás seguro acerca de la interpretación de la información en tu Retrato Lumina Sales, contacta a tu instructor de Lumina Learning.

Las Seis Etapas en el Ciclo de Ventas

Investigar y Conocer el Mercado

Cualidades Efectivas
Pensar fuera de lo establecido
Conocer la Competencia
Recolectar Datos
Investigación Emergente



Cualidades Sobreextendidas
Investigación sin Bases
Investigación "Yo sé más"
Parálisis por Análisis
Investigación Ilimitada

Prospectar y Contactar Clientes

Cualidades Efectivas
Vinculación Proactiva
Argumentación con Propósito
Prospección Metódica
Relacionarse con Empatía



Cualidades Sobreextendidas
Vínculos Aleatorios
Agresivo y Descortés
Impulsado por el Proceso
Otorga Demasiado

Entender Necesidades

Cualidades Efectivas
Estimular Ideas
Voz de la Razón
Evaluación Crítica y Perspicaz
Entendimiento Reflexivo



Cualidades Sobreextendidas
Sobrecarga Creativa
Crítico
Distante
Pasivo

Recomendar Soluciones

Cualidades Efectivas
Entusiasta
Convincente
Propuesta Detallada
Co-creación



Cualidades Sobreextendidas
Abrumante
Presionante
Perdido en el Detalle
Complaciente con la Gente

Obtener Compromiso

Cualidades Efectivas
Cierre Intuitivo
Cierre Decisivo
Diligencia Debida
Cierre Colaborativo



Cualidades Sobreextendidas
Cierre Caótico
Cierre Forzado
Cierre Tentativo
Cierre Condescendiente

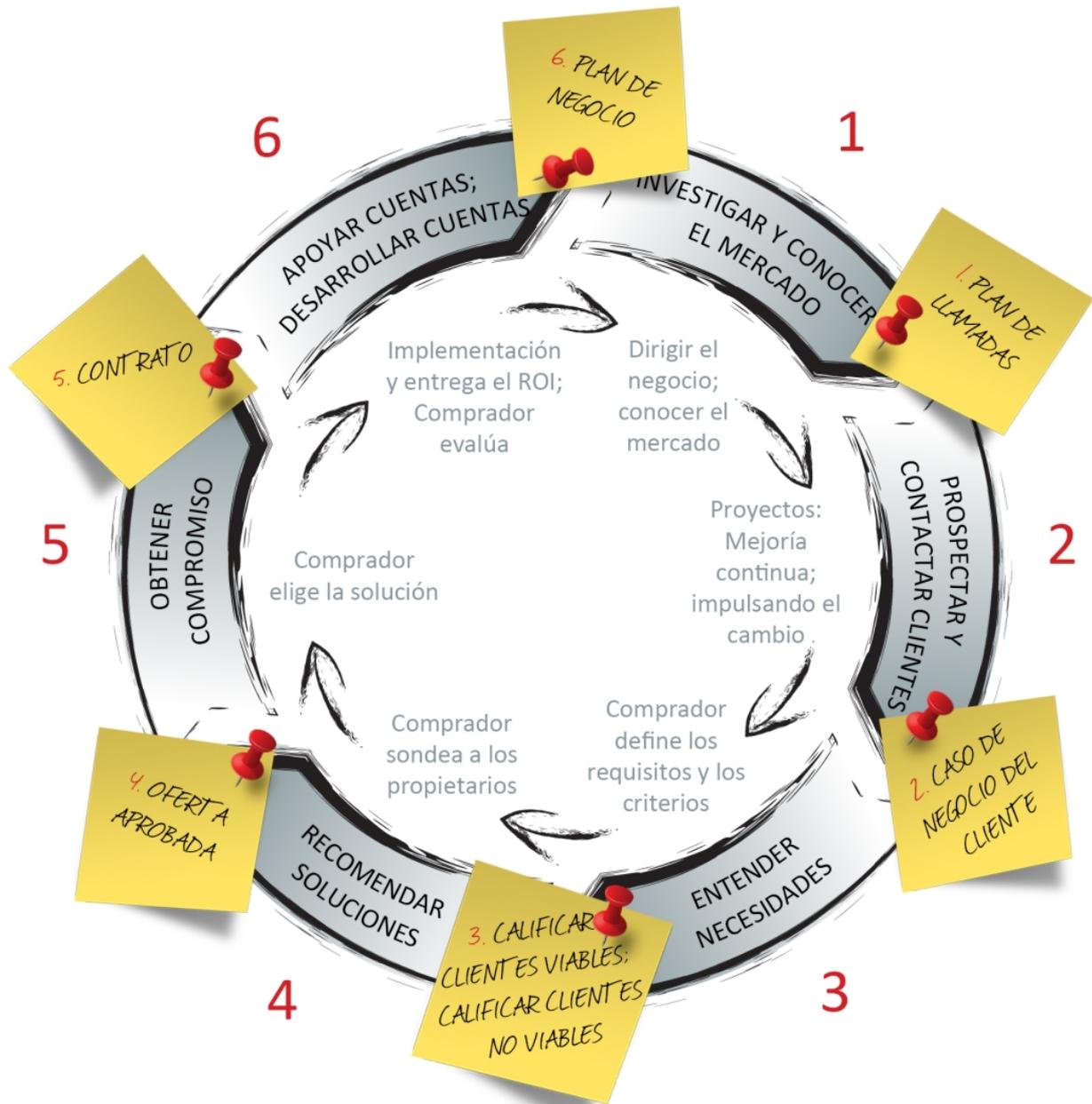
Apoyar Cuentas; Desarrollar Cuentas

Cualidades Efectivas
Consolidar Relaciones
Determinación para Entregar
Ejecución Rigurosa
Servicio Atento



Cualidades Sobreextendidas
Seguimiento Errático
Seguimiento Impersonal
Seguimiento Burocrático
Seguimiento Complaciente

Las Seis Etapas del Ciclo del Comprador en el Mapa del Ciclo de Ventas



ANILLO GRIS - Seis etapas del "Ciclo de Ventas"

SEIS SEGMENTOS INTERIORES - Seis etapas del correspondiente "Ciclo del Comprador"

NOTAS - Seis de los principales resultados - uno para cada etapa del Ciclo de Ventas

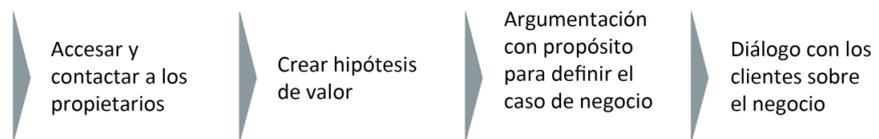
Las Seis Etapas y los 24 Procesos del Ciclo de Ventas



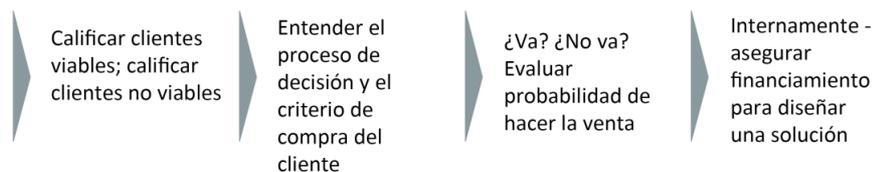
INVESTIGAR Y CONOCER EL MERCADO



PROSPECTAR Y CONTACTAR CLIENTES



ENTENDER NECESIDADES



RECOMENDAR SOLUCIONES



OBTENER COMPROMISO



APOYAR CUENTAS; DESARROLLAR CUENTAS

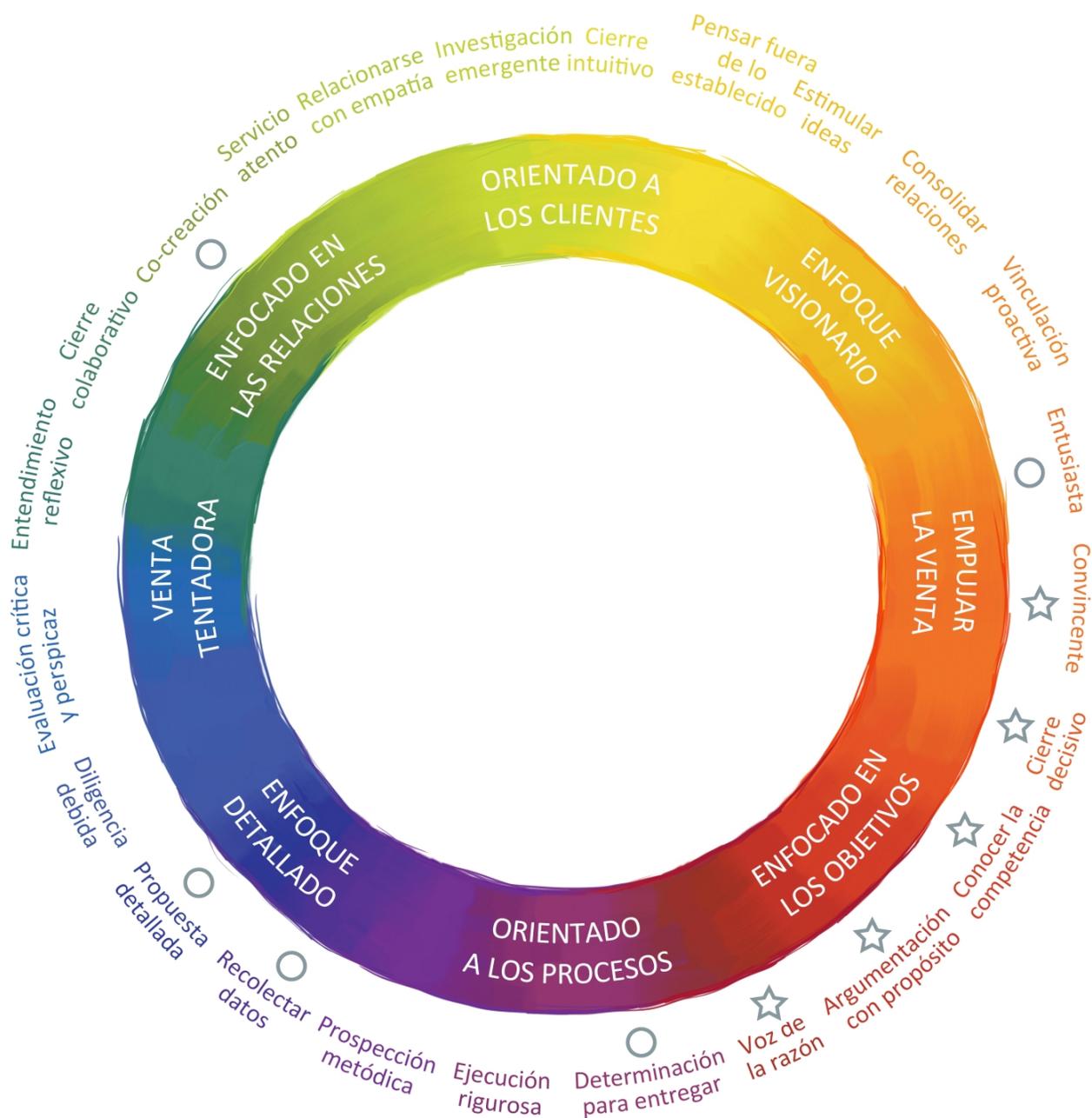


Explorando tus 24 Cualidades de Ventas

A continuación se encuentra tu nube de etiquetas de cualidades de ventas personalizada. Cuanto más grande sea el tamaño de letra, es probable que poseas más de esa cualidad de ventas.

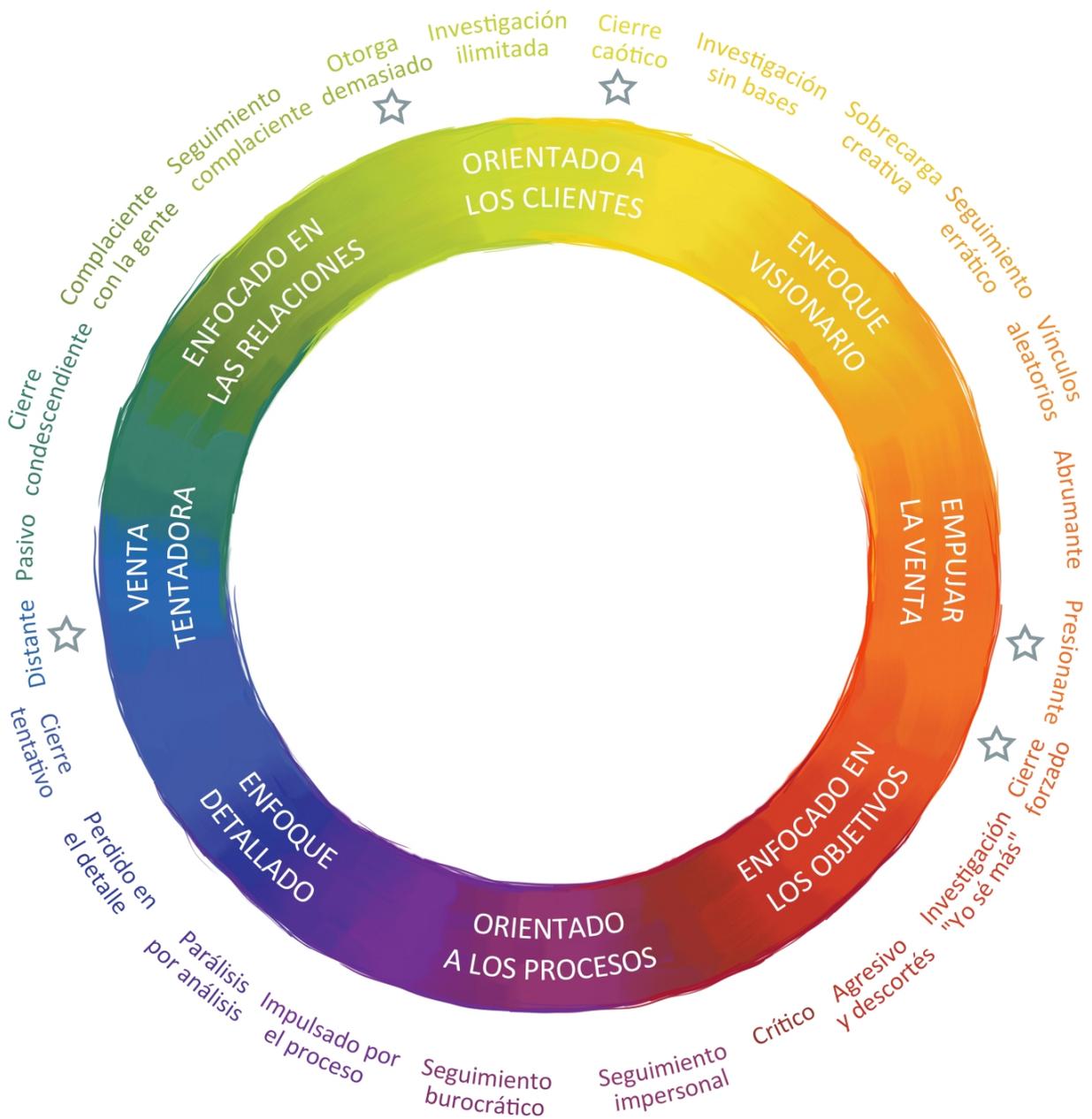


Tus 24 Cualidades de Ventas alrededor de la Mandala de Ventas



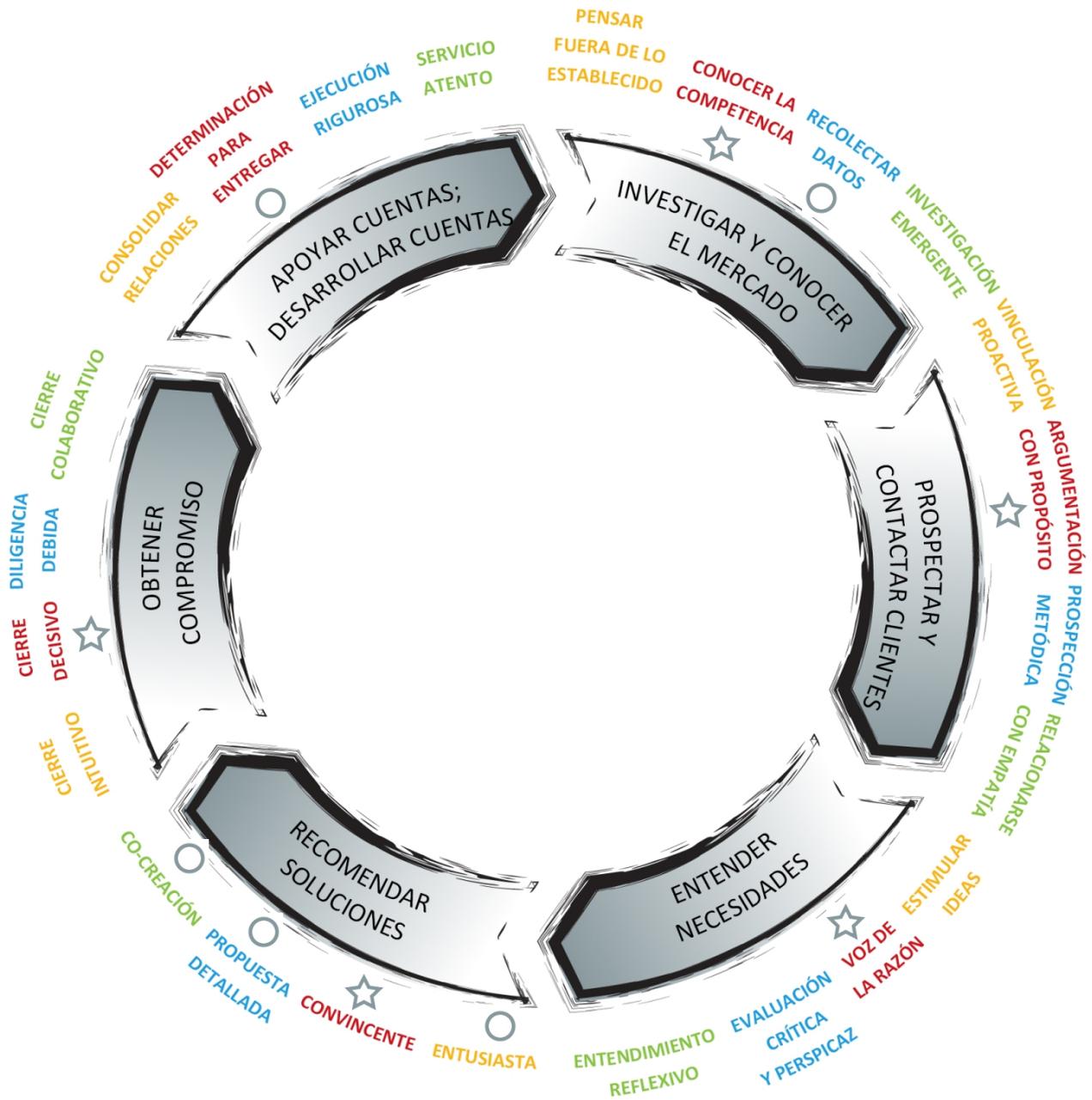
- ☆ - Estas son tus "primeras cinco" cualidades de ventas que te surgen más naturalmente.
- - Estas son tus "últimas cinco" cualidades de ventas; te surgen menos naturalmente.

Tus 24 Cualidades de Ventas Sobreextendidas alrededor de la Mandala de Ventas



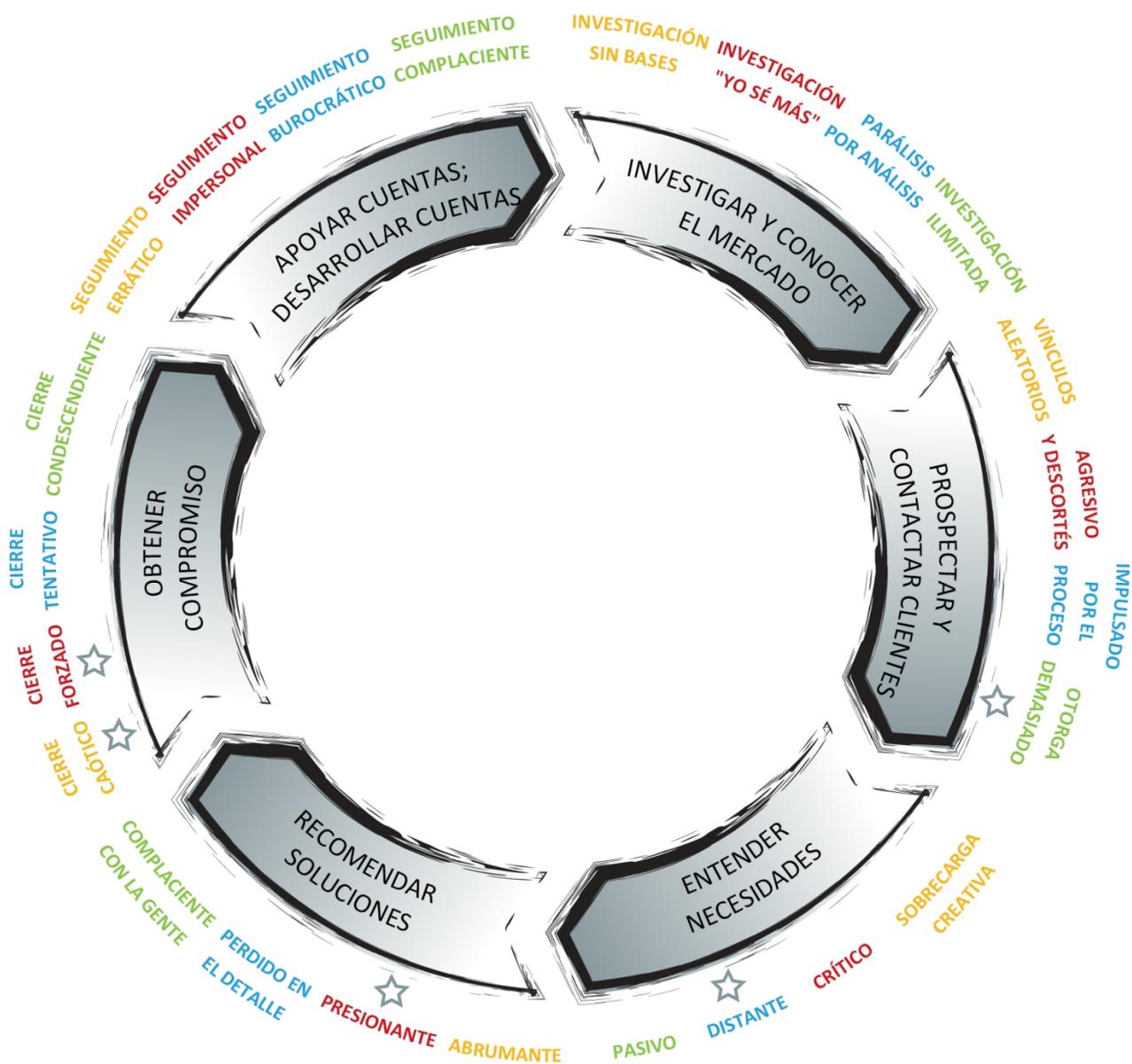
☆ - Estas son tus "primeras cinco" cualidades de ventas sobreextendidas.

Tus 24 Cualidades de Ventas - Asignadas a las Seis Etapas del Ciclo de Ventas



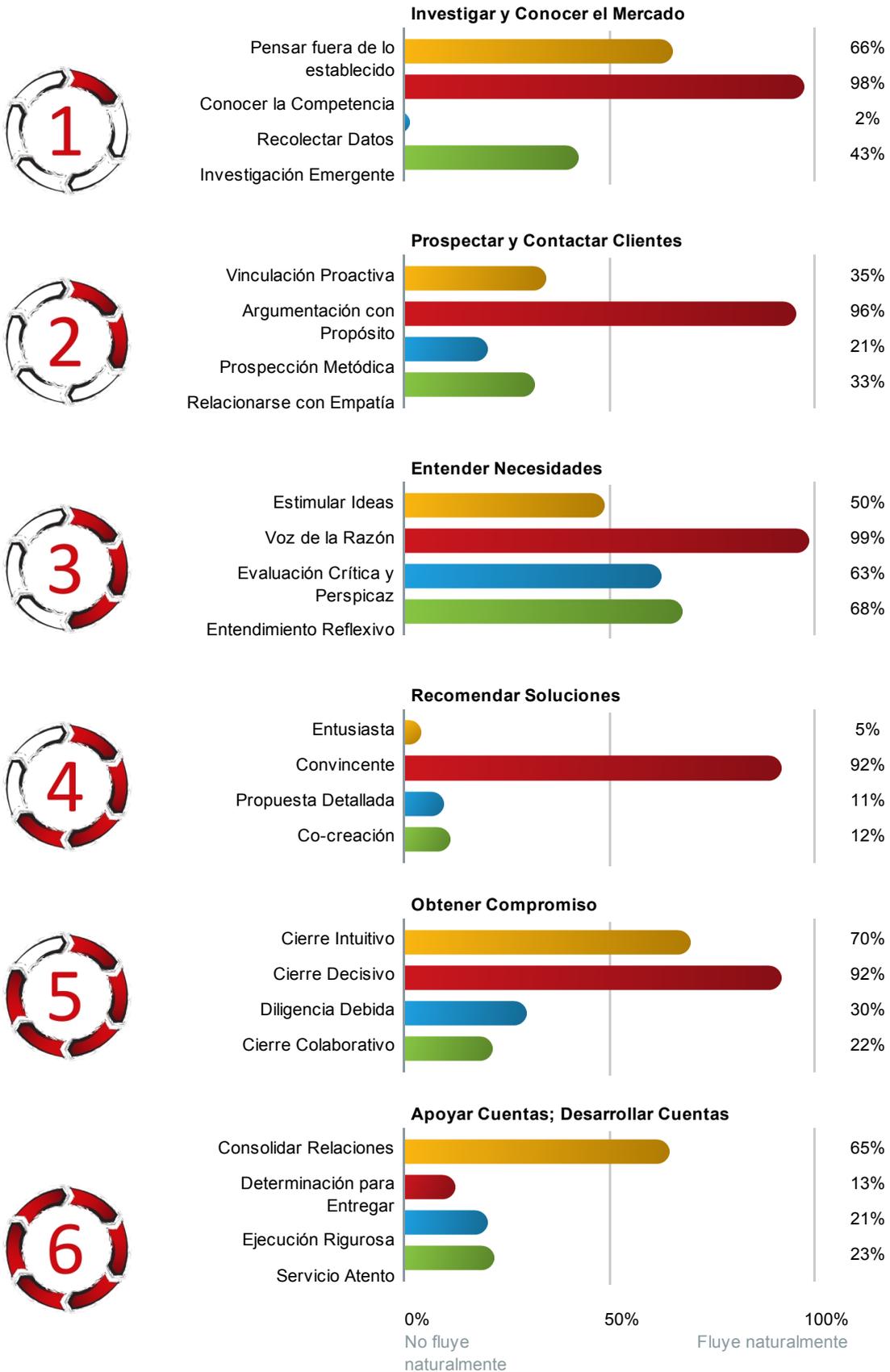
- ☆ - Estas son tus "primeras cinco" cualidades de ventas que te surgen más naturalmente.
- - Estas son tus "últimas cinco" cualidades de ventas; te surgen menos naturalmente.

Tus 24 Cualidades de Ventas Sobreextendidas - Asignadas al Ciclo de Ventas

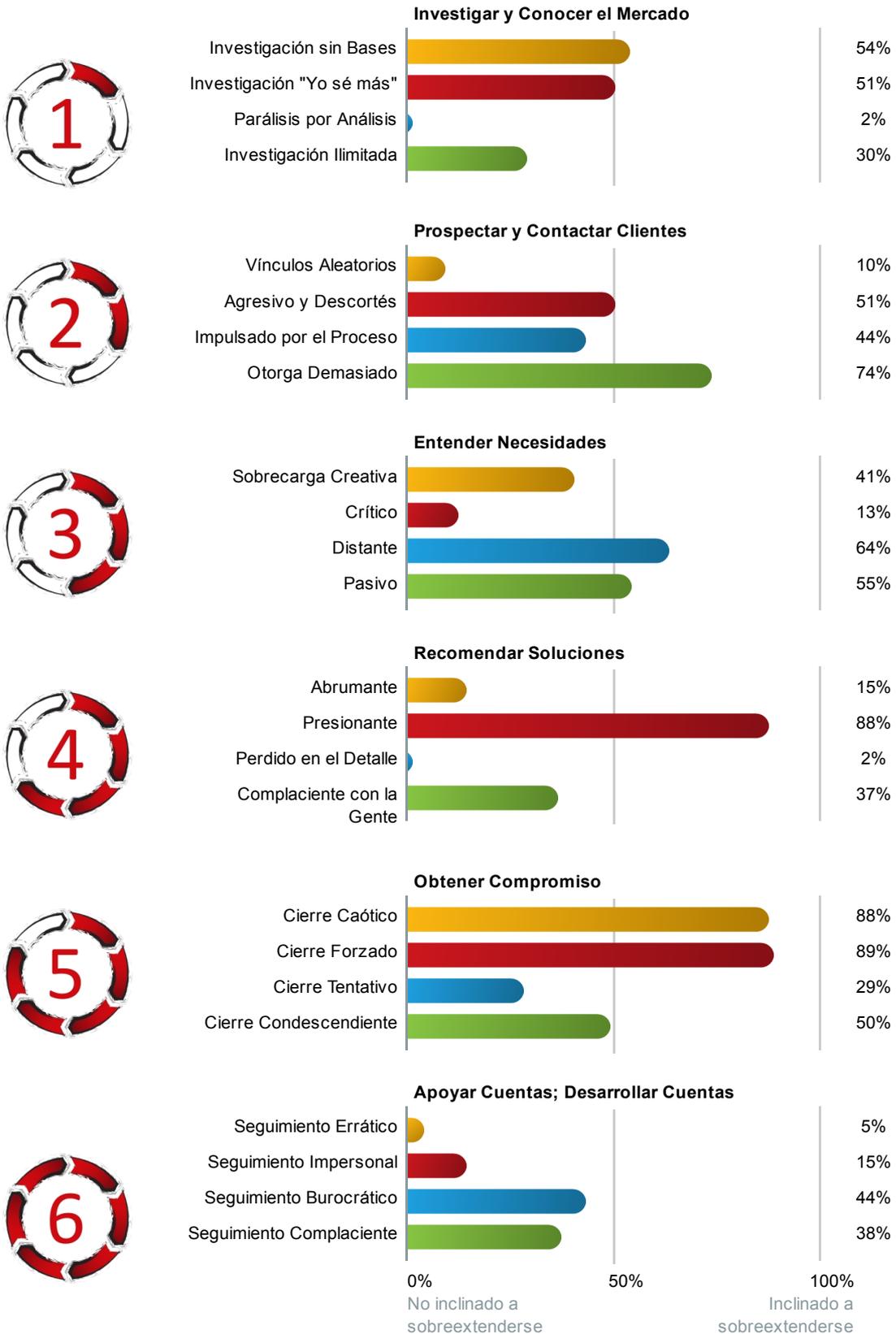


☆ - Estas son tus "primeras cinco" cualidades de ventas sobreextendidas.

Cualidades de Ventas



Cualidades de Ventas Sobreextendidas



Proceso de Ventas

Una comprensión clara de las tendencias actuales del mercado es la clave para adaptar tu oferta y las estrategias de ventas para que puedas atraer clientes importantes. Por lo tanto, la investigación y la preparación es una parte esencial de todo proceso de ventas. La investigación en sí debe ser tan flexible y abierta como rigurosa, para que puedas construir un amplio entendimiento y anticipar las fuerzas actuales que determinan el mercado. Este conocimiento te proporcionará información muy valiosa sobre cómo puedes innovar y distinguirse del resto de la competencia.

Para hacer esto bien necesitas trabajar a través del siguiente proceso de cuatro pasos:

1. Conocer el mercado; conocer la competencia
2. Identificar clientes clave
3. Desarrollar estrategia de entrada
4. Construir plan de llamadas

Cualidades de Ventas

Con el fin de trabajar esta etapa bien, también tendrás que demostrar comportamientos clave – les llamamos "cualidades de ventas". Necesitas unir cuatro partes diferentes de ti mismo para hacer esto bien:

Pensar fuera de lo establecido

Las buenas oportunidades no se presentan solas. A fin de descubrirlas es esencial que formes una estrategia innovadora en torno a tu comprensión de las fuerzas que existen actualmente en el mercado.

Conocer la Competencia

Siempre es increíblemente útil saber con lo que te enfrentas para que puedas distinguirse del resto de los competidores en el mercado. Conocer a la competencia te dará el valioso conocimiento necesario para atraer a los clientes principales.

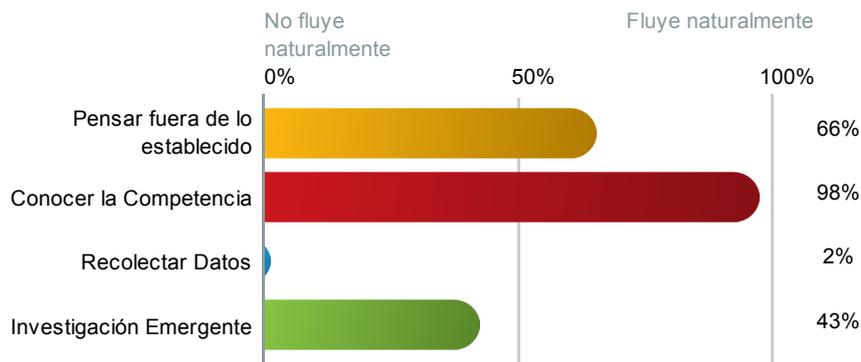
Recolectar Datos

Antes de aventurarte a asegurar una venta, deben reunirse suficientes pruebas y hechos para apoyar tu labor. Una investigación precisa y rigurosa es la clave para una plataforma sólida para una venta eficaz.

Investigación Emergente

Identificar las tendencias actuales es un reto en los mercados volátiles de hoy. En este tipo de entorno, un modelo emergente de investigación es una forma muy eficaz de garantizar que no se pasan por alto los datos relevantes.

Investigar y Adquirir Conocimiento de Mercado continúa



Tus fortalezas naturales en esta etapa:

- Eres bueno para juntar distintos elementos de la investigación y formar una imagen completa de tu cliente
- Tu manera directa y resuelta te permite obtener respuestas honestas a tus preguntas, no te permites ser disuadido de averiguar lo que necesitas saber
- Uno de tus principales puntos fuertes es que comienzas tu preparación con una mente abierta y das seguimiento a cada nuevo elemento de información cuando lo encuentras

Posibles deficiencias en esta etapa:

- Puede parecerle difícil llegar a un acuerdo con otros, lo que puede causar problemas si estás tratando de asegurar su ayuda en el curso de investigación de tu cliente
- A veces tienes dificultades para trasladar información que has obtenido hacia pasos que puedas poner en práctica cuando te reúnes con un cliente
- A veces no pones suficiente énfasis en investigar las preferencias personales del cliente y esto puede dificultar la construcción de relaciones emocionales posteriormente en el ciclo de ventas

Cómo desarrollar las Cualidades en esta etapa:

- Haz un esfuerzo para prestar más atención a los detalles cuando investigues al cliente, de esta manera te asegurarás que todas las decisiones que tomes se basen en pruebas reales
- Trata de planear tu investigación, de manera que haya una estructura clara y razonamiento en tu enfoque
- Reúne opiniones de una forma activa sobre las preferencias de comunicación de tu cliente para que no te sientas perdido durante las interacciones cara a cara

Investigar y Adquirir Conocimiento de Mercado - Sobreextendidas



La preparación es una parte fundamental de cualquier venta exitosa y siempre es importante obtener suficiente información sobre un cliente al intentar diseñar el discurso de ventas perfecto. Sin embargo, la excesiva planificación e investigación pueden ser costosas y pueden tener un impacto negativo en la venta en sí misma por ahogar nuevas oportunidades y posibilidades que pueden surgir al tratar con un cliente. Además, basar tu juicio y acercamiento en hechos y números puede dar una impresión rígida y sin imaginación de tus servicios, lo que puede hacer que el cliente se sienta sin inspiración.

Investigación sin Bases

Investigar el mercado buscando nuevas oportunidades es importante, pero puede ser una inversión costosa en tiempo y recursos. Sin los parámetros correctos tu investigación puede convertirse en algo demasiado general e irrelevante.

Investigación "Yo sé más"

Cuando la investigación se basa demasiado en tus propias direcciones puedes tener el riesgo de descuidar potencialmente vías fructíferas de investigación. Es posible que te quedes con sólo un poco más de información que con la que comenzaste.

Parálisis por Análisis

Una abrumadora e indiscriminada cantidad de datos puede ser confusa para interpretar y convertirse en un obstáculo para el proceso efectivo de ventas ya que puedes quedar bloqueado en el análisis y la indecisión.

Investigación Ilimitada

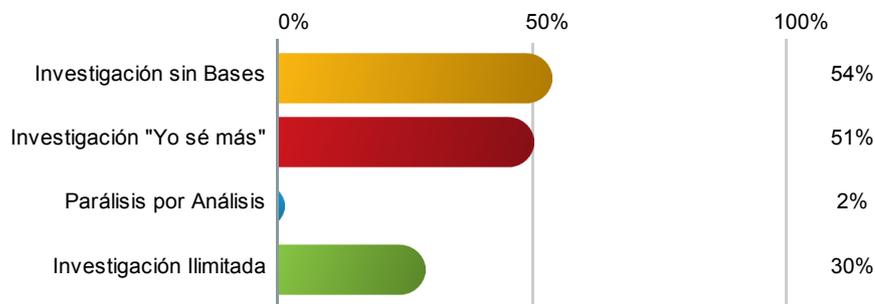
La consulta excesiva de consumidores puede dañar tu reputación y amenazar la innovación y el éxito en el futuro. Existe el peligro de que la opinión de un consumidor puede no reflejar la opinión de la mayoría del mercado.

Investigar y Adquirir Conocimiento de Mercado - Sobreextendidas



No inclinado a
sobreextenderse

Inclinado a
sobreextenderse



Algunas maneras en las que puedes sobreextenderte en esta etapa:

- Puedes estar demasiado obsesionado con conseguir hacer tu investigación perfectamente y esto puede causar que sientas presión innecesaria de tiempo
- Hay veces en las que puedes aventurarte basándote en muy poca información y extraer conclusiones que resultan erróneas
- Puedes ser demasiado creativo a veces y esto significa que a la investigación que llevas a cabo puede faltarle sustancia aplicable

Cómo moderar tu sobreextensión en esta etapa:

- No te distraigas mucho de tus metas iniciales de investigación, para que toda la información que encuentres pueda ser usada para apoyar tu discurso
- Intenta no ser demasiado directo cuando buscas los resultados de tu investigación para que los demás se sientan cómodos trabajando contigo en la venta
- Tampoco tienes que estar demasiado obsesionado con conseguir que tu investigación sea realizada perfectamente para superar a tus competidores, ya que la preparación por sí sola no significará ganar la venta

Proceso de Ventas

La prospección es el momento crucial de la venta donde el contacto inicial se produce y esto puede marcar la pauta para futuras interacciones con el cliente. En primer lugar, es importante tamizar cuidadosamente una amplia red de contactos con una estrategia constante, con el fin de atraer una amplia gama de posibles clientes, así como establecer una fuerte presencia en el mercado. Una vez que el contacto se ha hecho, es vital que seas capaz de establecer inmediatamente una estrecha relación con el cliente potencial, con un sólido argumento empresarial para tu oferta, así como demostrar conciencia interpersonal de sus exigencias particulares.

Para hacer esto bien necesitas trabajar a través del siguiente proceso de cuatro pasos:

1. Accesar y contactar a los propietarios
2. Crear hipótesis de valor
3. Argumentación con propósito para definir el caso de negocio
4. Diálogo con los clientes sobre el negocio

Cualidades de Ventas

Con el fin de trabajar esta etapa bien, también tendrás que demostrar comportamientos clave – les llamamos "cualidades de ventas". Necesitas unir cuatro partes diferentes de ti mismo para hacer esto bien:

Vinculación Proactiva

Es importante administrar y ampliar de forma proactiva tu red de contactos, ya que estos contactos pueden conducirte a posibilidades inmediatas, así como ayudarte a mantener una fuerte presencia en el mercado.

Argumentación con Propósito

Es importante conectar con los clientes con un sólido fundamento de negocio para que puedan estar plenamente convencidos de que tu oferta se ajusta a sus necesidades.

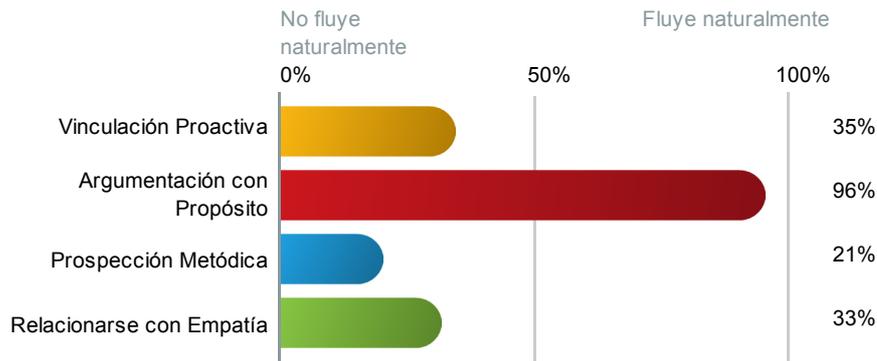
Prospección Metódica

Seguir diligentemente estrategias de ventas pre-establecidas pueden aumentar tus posibilidades de éxito en la convicción de que sabes exactamente dónde te encuentras y hacia dónde vas en cualquier momento de la venta.

Relacionarse con Empatía

Crear un sentimiento de confianza mutua y respeto es una forma muy eficaz de relacionarse con los clientes, para que se sientan cómodos al trabajar contigo y comunicarte sus necesidades.

Prospectar e Involucrar Clientes continúa



Tus fortalezas naturales en esta etapa:

- Usas tus habilidades de pensamiento crítico para identificar lo que hace que tu oferta sobresalga y atraiga a grandes clientes
- Eres bueno para generar ideas nuevas e incluirlas en tus presentaciones para así satisfacer las necesidades del cliente
- Eres bueno para tomar en cuenta objetivamente el mercado y así cuando te acercas a clientes les dedicas la cantidad apropiada de tiempo y recursos

Posibles deficiencias en esta etapa:

- Te parece complicado juntar una serie de hechos y casos de estudio para reforzar tu atractivo para los clientes
- Ocasionalmente fallas en identificar y seguir el conjunto de prospectos que podrían ser más valiosos
- Cuando estás intentando establecer la conexión inicial con un cliente, tienes dificultad de hacerlo de manera sutil y terminas abrumándolo

Cómo desarrollar las Cualidades en esta etapa:

- No te desanimes por un cliente retraído y vacilante, trata de ganarlo con tu energía y pasión
- Trata de incluir suficientes pasos prácticos en tu discurso inicial para llegar a los clientes pragmáticos a quienes les gusta trabajar bajo términos realistas
- Trata de conectar con las necesidades emocionales de tu cliente para que establezcas inmediatamente una conexión fuerte

Prospectar e Involucrar Clientes - Sobreextendidas



Cuando estás en prospección y conectando con un cliente es importante reconocer la forma en que el humor está cambiando. Si puedes sentir que estás perdiendo el interés del cliente es importante mantener el impulso de la venta hasta el final mediante la evolución de tu propuesta inicial en la medida en que la venta vaya avanzando. Sin embargo, no debes perder la pista de tus objetivos iniciales para complacer a tu cliente, ya que puede disminuir las perspectivas de negocio en las oportunidades que has creado. Mantener una relación es importante pero recuerda los costos involucrados en cualquier compromiso que tomas.

Vínculos Aleatorios

Mantener una red de contactos creciente y saludable es importante, pero si te involucras demasiado en relaciones sociales puede convertirse en una pérdida de tiempo y recursos valiosos.

Agresivo y Descortés

Al tratar de aprovechar las oportunidades puedes ser demasiado asertivo y directo en tu trato con las personas. Las personas pueden tener dificultades para conectarse con tus objetivos y se desaniman por tu enfoque frío.

Impulsado por el Proceso

Aferrarte persistentemente al proceso con el fin de "ir a lo seguro" puede resultar en la pérdida de explorar posibilidades más amplias que podrían haber dado lugar a nuevos negocios con un cliente.

Otorga Demasiado

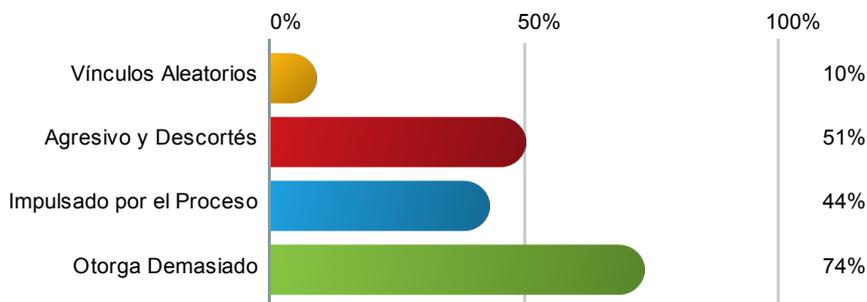
En tus intentos de crear empatía puedes convertirte en demasiado complaciente y terminar olvidando tus propios intereses, lo que puede resultar en una venta menor o perder algún negocio potencial.

Prospectar e Involucrar Clientes - Sobreextendidas



No inclinado a
sobreextenderse

Inclinado a
sobreextenderse



Algunas maneras en las que puedes sobreextenderte en esta etapa:

- A veces fuerzas a los clientes a un acuerdo como resultado de tu deseo por construir relaciones duraderas
- A veces empatizas demasiado con el cliente y terminas sobrevendiendo
- Cuando sobrepasas tu fuerza natural con complejidad, puede hacer que cambies tu propuesta a algo demasiado complicado para las necesidades de tu cliente

Cómo moderar tu sobreextensión en esta etapa:

- Pasar mucho tiempo planeando tu estrategia y siguiendo una serie de pasos para interactuar con tus clientes te puede hacer ver como alguien con ritmo lento y sin inspiración
- Ten cuidado cuando hagas un enfoque inmediato y competitivo hacia los clientes ya que puede reflejar tus propios intereses en lugar de los de ellos
- Dale al cliente más tiempo antes de presionarlo a un compromiso para asegurar que se siente a gusto con el acuerdo

Proceso de Ventas

La interacción constante es la clave para entender las preferencias del cliente, su estilo de comunicación y sus necesidades de ventas. Por lo tanto, es importante estimular al cliente acercándose a ellos con preguntas perspicaces, así como dándoles toda tu atención para que sientan que sus voces son escuchadas. La comunicación consistente y fluida te dará la valiosa comprensión necesaria para identificar y abordar sus preocupaciones así como asegurarles que tu entrega será de la mayor calidad.

Para hacer esto bien necesitas trabajar a través del siguiente proceso de cuatro pasos:

1. Calificar clientes viables; calificar clientes no viables
2. Entender el proceso de decisión y el criterio de compra del cliente
3. ¿Va? ¿No va? Evaluar probabilidad de hacer la venta
4. Internamente - asegurar financiamiento para diseñar una solución

Cualidades de Ventas

Con el fin de trabajar esta etapa bien, también tendrás que demostrar comportamientos clave – les llamamos "cualidades de ventas". Necesitas unir cuatro partes diferentes de ti mismo para hacer esto bien:

Estimular Ideas

Activando y estimulando al cliente, eres capaz de asimilar sus respuestas con el fin de evolucionar tu oferta y responder a sus necesidades concretas.

Voz de la Razón

Un acercamiento enfocado y racional hará que los clientes se sientan comprometidos e integrados en cada paso del camino. Esto te ayudará a encontrar exactamente cómo satisfacer sus necesidades.

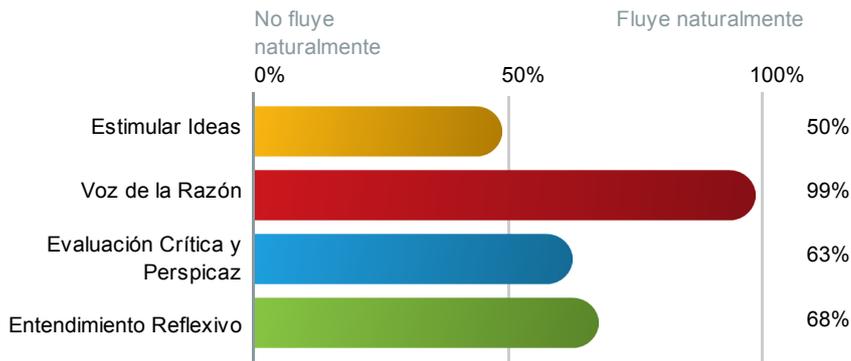
Evaluación Crítica y Perspicaz

Siempre es importante preguntar al cliente sus pensamientos y opiniones para que se involucren y estén abiertos y este conocimiento se puede integrar en tu oferta.

Entendimiento Reflexivo

Es una habilidad clave el darle siempre a tus clientes la oportunidad de exponer sus opiniones ya que estarán más dispuestos a trabajar contigo y compartir sus intereses si dejas claro que tienen toda tu atención.

Entender Necesidades continúa



Tus fortalezas naturales en esta etapa:

- Tu deseo de hacer la oferta más competitiva te motiva a comprender plenamente la necesidad de tu cliente
- Cuando escuchas a los clientes eres visto como meticuloso y reflexivo
- Tienes cuidado de asegurarte de que entiendes completamente a tu cliente antes de seguir adelante con el proceso de venta

Posibles deficiencias en esta etapa:

- Puedes tener problemas para inyectar energía y entusiasmo en una conversación, lo que puede ser un problema si tu cliente responde mejor al debate animado
- Te puede costar crear una conexión con clientes que intentan hacerte participar en un debate innovador
- Hay veces en las que te cuesta adaptar tu estilo para escuchar basado en las preferencias de tu cliente

Cómo desarrollar las Cualidades en esta etapa:

- Trata de hacer un mayor esfuerzo para llevar los debates de forma proactiva cuando te encuentres con clientes que son muy impulsivos
- Trata de mantener conversaciones con un cliente incluso cuando el tema cambia a cuestiones pragmáticas
- Asegúrate de que eres capaz de entregar con cualquiera de las acciones o compromisos que tomes cuando trates de satisfacer las necesidades del cliente

Entender Necesidades - Sobreextendidas



Cuando te enfrentas a un cliente, escuchar con eficacia es crucial para establecer una relación empática, así como para identificar las necesidades del cliente. Sin embargo, si exageras demasiado esta habilidad puedes convertirte en pasivo y olvidar perseguir tus propios objetivos, así como fallar en mantener un fuerte flujo de comunicación mediante el cual ambas partes comprenden las necesidades del otro. Mantener tu agenda en mente cuando inicias el proceso de construir tu relación con el cliente es importante no sólo para atender tus propios intereses, sino también para mantener el proceso enfocado y dinámico.

Sobrecarga Creativa

Cuando exageras tu creatividad puedes abrumar al cliente y este puede no querer trabajar contigo o dejar de comunicarte sus necesidades.

Crítico

Tu deseo por los resultados y el progreso puede ser percibido como una actitud agresiva y que el cliente puede sentirse intimidado e incómodo revelándote demasiado.

Distante

Un cliente puede sentirse abrumado e incómodo tratando con una secuencia de preguntas de sondeo. Esto puede tener el efecto adverso de alejarlos, que dejen de compartir sus pensamientos y se desconecten.

Pasivo

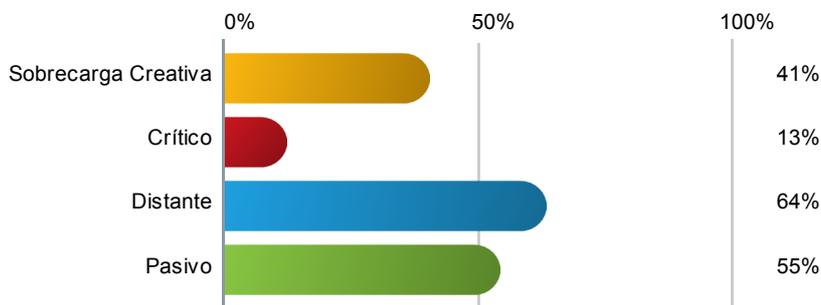
Es importante mostrarle al cliente que estás plenamente atento y sensible a sus pensamientos y preocupaciones. Si no parece que estés teniendo en cuenta lo que está diciendo, puedes parecerle distante y desinteresado y el cliente puede sentirse incómodo hablando abiertamente.

Entender Necesidades - Sobreextendidas



No inclinado a sobreextenderse

Inclinado a sobreextenderse



Algunas maneras en las que puedes sobreextenderte en esta etapa:

- Puede haber ocasiones en las que tus clientes pueden convertirse en demasiado innovadores por tu aliento a serlo y pueden comenzar a expresar ideas inviables
- A veces puedes parecer serio bajo presión y esto puede darle a tu cliente la idea de que no apruebas algo que está diciendo
- A veces le proporcionas a tus clientes demasiado espacio en una conversación y como resultado ellos pueden quedarse callados

Cómo moderar tu sobreextensión en esta etapa:

- Escuchar es importante para entender al cliente, sin embargo no te olvides de formular preguntas si la conversación se estanca
- Ten cuidado de no frenar el progreso de tu conversación con un cliente por insistir en cubrir todo plenamente
- No seas demasiado confiado ya que es bueno ser inquisitivo y agudo en los primeros debates para tratar de identificar las necesidades concretas del cliente

Proceso de Ventas

Tus propuestas desempeñan un papel vital para tratar de ganar al cliente a través de lo que ofreces. La propuesta debe ser minuciosa e incluir todos los detalles correspondientes, de forma que el cliente esté completamente claro sobre lo que le ofreces. También debe entusiasmar y convencer al cliente de manera en que no simplemente esté interesado en tus servicios, sino en trabajar contigo a largo plazo. Una fuerte relación basada en la confianza y comunicación clara es tan eficaz como una atractiva propuesta para el éxito de ventas.

Para hacer esto bien necesitas trabajar a través del siguiente proceso de cuatro pasos:

1. Co-crear una solución centrada en el cliente - definir la estructura del acuerdo
2. Conócete a ti mismo, conoce a tu enemigo - despachando competidores
3. Primera presentación de propuesta al cliente
4. Internamente - asegurar financiamiento para hacer una oferta

Cualidades de Ventas

Con el fin de trabajar esta etapa bien, también tendrás que demostrar comportamientos clave – les llamamos "cualidades de ventas". Necesitas unir cuatro partes diferentes de ti mismo para hacer esto bien:

Entusiasta

Siempre es importante entusiasmar al cliente con tus ideas y soluciones satisfaciendo directamente sus necesidades y convenciéndolos de que puedes proporcionarles la respuesta.

Convincente

Al recomendar soluciones para un cliente debes ser capaz de convencerlos de que tu producto es robusto y puedes garantizarles el servicio que prometes.

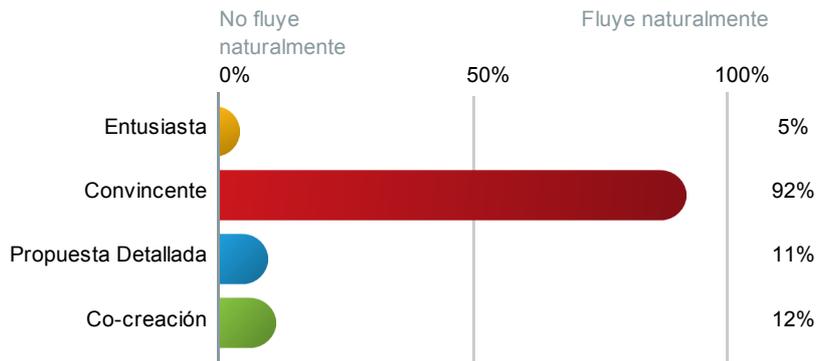
Propuesta Detallada

Una propuesta siempre debe reflejar la calidad de tu oferta. Por lo tanto, es importante que incluyas todos los detalles que puedan ser pertinentes para el cliente.

Co-creación

Mostrar espíritu de colaboración y voluntad de trabajar juntos y adaptarte a las exigencias del cliente, es una forma eficaz de conseguir su confianza.

Recomendar Soluciones continúa



Tus fortalezas naturales en esta etapa:

- Tras comunicarte con tu amplia red de contactos, has construido una imagen clara de las fortalezas y debilidades de tu competidor, permitiéndote hacer muy buenas propuestas
- Tu confianza alrededor de elementos abstractos sale a relucir en tus conversaciones, asegurándole al cliente de que está en buenas manos
- Tienes una manera bastante creativa y atractiva para proponer ideas a tus clientes

Posibles deficiencias en esta etapa:

- Puede resultarte difícil apoyar tu propuesta con tablas de tiempos y compromisos y esto también puede hacer que te resulte difícil convencer al cliente así
- Puedes encontrar problemas para dejar espacio a la negociación en tus propuestas y esto puede ocasionar que sean menos digeribles para tus clientes
- Tal vez te parezca problemático impulsar hacia adelante una agenda ambiciosa en tu discurso con un cliente

Cómo desarrollar las Cualidades en esta etapa:

- Si un cliente prefiere una interacción más cercana, no temas establecer reuniones informales uno a uno
- Trata de reforzar tus propuestas con datos y cifras para apaciguar a clientes orientados a los datos.
- Cuando planees propuestas siempre ten plenamente en cuenta cualquier factor crítico que salga de las realidades actuales

Recomendar Soluciones - Sobreextendidas



La claridad de tu visión y ideas es importante a fin de dejar una impresión duradera en tu cliente. Sin embargo exagerar en este dominio puede convertirte en alguien que impone y que parece falso, dañando tu relación con el cliente y poniendo en peligro la venta. Cuando estás comunicando asegúrate de que tus propuestas dejen espacio suficiente para ser adaptadas y ganar al cliente cuando las dificultades y las interrupciones en la comunicación se plantean; el éxito de tu venta puede depender de tu disposición a adaptarte y ceder donde sea necesario.

Abrumante

Si fuerzas tus soluciones al cliente puede ser que se sienta abrumado e incómodo; es importante darle tiempo para digerir y reflexionar sobre tus soluciones y pensamientos.

Presionante

Es importante no parecer demasiado contundente cuando tratas de convencer al cliente de que tu oferta es lo que está buscando. El cliente se puede sentir desplazado por tu carácter directo y sentirse precipitado a tomar una decisión.

Perdido en el Detalle

A veces el deseo de dar la propuesta perfecta puede llevar a dudas y falta de acción ya que puedes terminar atascado en la indecisión tratando de encontrar la mejor manera de ganar al cliente.

Complaciente con la Gente

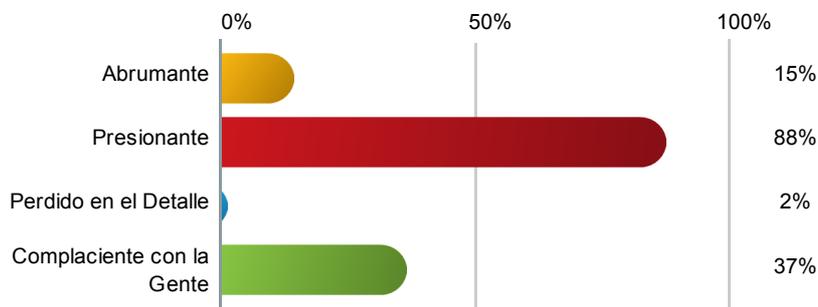
Es importante no comprometerse en exceso cuando adaptas soluciones para hacer frente a las necesidades de tu cliente, pues ello puede provocar dificultades cuando entregues realmente.

Recomendar Soluciones - Sobreextendidas



No inclinado a sobreextenderse

Inclinado a sobreextenderse



Algunas maneras en las que puedes sobreextenderte en esta etapa:

- A veces te comportas como el controlador en las reuniones y tus propuestas pueden en ocasiones impedir hablar a alguien más
- Si estás convenciendo en oposición directa a otros, te puede parecer difícil moderar tu deseo de éxito compartido con el fin de hacer que tu tono sea más impactante
- En ocasiones puedes presentar tu punto demasiado fuertemente y esto puede causar que tus clientes tomen un paso de distancia de tu propuesta

Cómo moderar tu sobreextensión en esta etapa:

- Ten cuidado cuando decides usar un enfoque más asertivo con el cliente ya que tu propuesta puede intimidarlo
- Evita ser demasiado controlador en las reuniones, ya que tus propuestas pueden estar a expensas de la oportunidad del cliente de resaltar sus preocupaciones fundamentales
- En ocasiones trata de controlar tu deseo de éxito compartido para hacer tu discurso más impactante y asertivo, avanzando continuamente en la venta

Proceso de Ventas

Una vez que has persuadido a tus clientes en una mentalidad de compra, debes ganar su compromiso y sellar el acuerdo. Con el fin de llevar el proyecto a un cierre debes estar atento a las señales del cliente para que puedas aprovechar el momento adecuado. Cuando todas las señales están ahí, debes aprovechar la oportunidad y actuar con decisión mientras la ventana está abierta. Sin embargo, es igualmente importante que no te apresures para que el cliente no se sienta obligado a tomar una decisión. Es de vital importancia mantener su confianza mostrando que siempre tienes disposición para atender todas sus inquietudes.

Para hacer esto bien necesitas trabajar a través del siguiente proceso de cuatro pasos:

1. Documentar "oferta mejor y final"
2. Presentación final de propuesta al cliente
3. Negociar con el cliente
4. Diligencia debida y firma de contrato con cliente

Cualidades de Ventas

Con el fin de trabajar esta etapa bien, también tendrás que demostrar comportamientos clave – les llamamos "cualidades de ventas". Necesitas unir cuatro partes diferentes de ti mismo para hacer esto bien:

Cierre Intuitivo

Cuando puedes percibir que el cliente está abierto a la idea de aceptar tus propuestas es importante seguir tu instinto y aprovechar verdaderamente el momento actuando decididamente.

Cierre Decisivo

Es importante asegurar firmemente el acuerdo e involucrarse con el compromiso del cliente una vez que sepas que todos los detalles han sido discutidos. Los clientes apreciarán tu deseo de actuar en forma decidida y centrarte en los resultados.

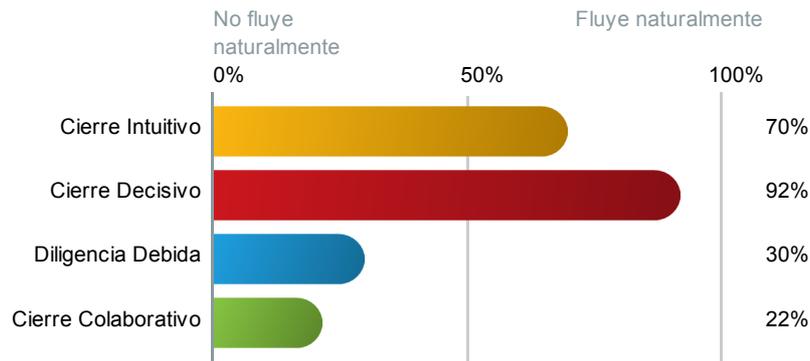
Diligencia Debida

Un cierre medido es importante en una venta para que no se pase por alto ningún detalle y todo haya sido aclarado. De esta manera ambas partes pueden progresar sabiendo que no se han tomado decisiones precipitadas.

Cierre Colaborativo

Una forma eficaz de involucrar totalmente al cliente es cerrar la venta en base a la relación. Dejando claro que estás considerando sus necesidades tanto como las tuyas, puedes asegurarle al cliente que tienes un enfoque ganar-ganar.

Obtener Compromiso continúa



Tus fortalezas naturales en esta etapa:

- Equilibras tu deseo de ganar una venta a cualquier costo con un buen conocimiento de las promesas con las que realmente puedes comprometerte
- Impulsas a tus clientes a través de un proceso lógico que comienza con las expectativas y termina con compromisos
- Mantienes el panorama general en mente cuando cierras un acuerdo, lo que te ayuda a equilibrar la satisfacción del cliente con las limitaciones de tu organización

Posibles deficiencias en esta etapa:

- Tu entusiasmo por lograr la venta no siempre surge naturalmente y esto puede hacer que tu cliente se pregunte acerca de tu nivel de compromiso con el acuerdo y con él
- Algunos clientes sólo confían en lo que han experimentado por sí mismos y puede ser difícil para ti convencerlos de hacer un compromiso si no tienen ningún trato pasado contigo
- Hay momentos en los que los compromisos acordados necesitan más claridad y la falta de enfoque puede hacer que sea difícil para ti establecer expectativas de cara al futuro

Cómo desarrollar las Cualidades en esta etapa:

- Cuando las discusiones llegan a una inoportuna interrupción debido a problemas imprevistos, prueba algo nuevo o distinto que pueda satisfacer al cliente
- Al llegar a la fase final de un acuerdo, otorga especial atención a las realidades inmediatas y resultados pertinentes para el comprador
- Asegúrate de que todos los compromisos que tomes en el acuerdo inicial están bien documentados y aclarados para que no haya olvidos críticos cuando se trata de cumplirlos

Obtener Compromiso - Sobreextendidas



Mientras tus clientes están más convencidos para comprometerse a un acuerdo, es importante actuar rápidamente y ser decisivo para que puedas aprovechar la oportunidad. Sin embargo, no pierdas la paciencia y la coherencia en el último obstáculo tratando de presionarlos a comprometerse. Por otra parte, ser demasiado flexible puede dañar tus intereses y credibilidad. En la medida en que mantengas la relación hasta el final del proceso de venta, tendrás una plataforma estable de sostén en momentos de problemas de último minuto.

Cierre Caótico

Llegar espontáneamente a conclusiones precipitadas y presionar al cliente a tomar una decisión puede ser peligroso, ya que puede ser percibido como errático e insensible.

Cierre Forzado

Cuando te excedes en tu enfoque en los resultados te pones en riesgo de hacer que el cliente se sienta incómodo y perder su confianza en el último momento, cuando la negociación llega a su conclusión.

Cierre Tentativo

Cuando la venta está llegando a su fin es importante evitar poner pausa al proceso, deteniéndolo con una indecisión. Puedes perder el entusiasmo del cliente si te vuelves demasiado sistemático en tu deseo de abarcar todos los detalles.

Cierre Condescendiente

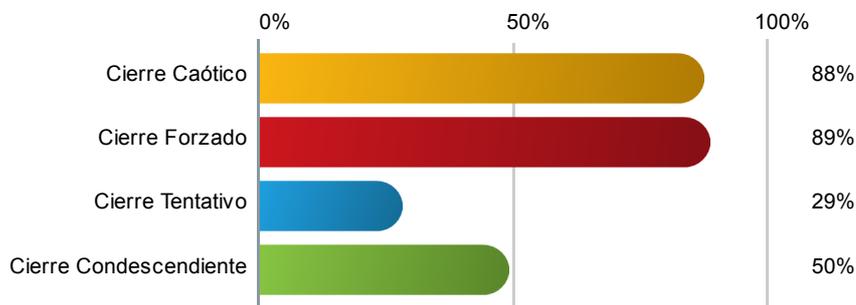
Otorga siempre al cliente el espacio suficiente para compartir su opinión y la libertad de actuar en sus intereses, de manera que no lo ahogues con tu deseo de construir una relación duradera.

Obtener Compromiso - Sobreextendidas



No inclinado a sobreextenderse

Inclinado a sobreextenderse



Algunas maneras en las que puedes sobreextenderte en esta etapa:

- En ocasiones puedes parecer demasiado fuerte en las negociaciones y no siempre sabes cuando echarte para atrás de una posición insostenible
- Los clientes pueden ver tu compromiso con los objetivos como de último minuto, en lugar de optimista o apasionado
- A veces eres demasiado prudente en tus compromisos y no le das al cliente todo lo que quiere del acuerdo

Cómo moderar tu sobreextensión en esta etapa:

- Trata de ser asertivo cuando la venta alcanza sus últimas etapas para que tus compromisos y promesas sigan siendo realistas
- No presiones demasiado sobre el beneficio mutuo en una venta contractual si el transigir puede ser una forma más eficaz de asegurar el trato
- No hagas demasiado evidente tus intentos de controlar la venta contractual, ya que esto puede alterar al cliente

Proceso de Ventas

Mantener y mejorar tu relación es importante a fin de aprovechar plenamente los beneficios de todos tus trabajos anteriores para aumentar la probabilidad de repetición de los negocios. Por lo tanto, la construcción de una relación duradera con el cliente es tan importante como la alta calidad en la ejecución. Asegúrate de que cada vez que entregas también estés fortaleciendo la relación con el cliente compartiendo tu energía y mostrando tu gran espíritu de servicio.

Para hacer esto bien necesitas trabajar a través del siguiente proceso de cuatro pasos:

1. Cambiar de ganar venta a prestación de servicio
2. Proceso de nuevas ordenes y seguimiento de ventas
3. Crear plan de negocio de la cuenta y procesos de apoyo
4. Buscar oportunidades de ventas adicionales

Cualidades de Ventas

Con el fin de trabajar esta etapa bien, también tendrás que demostrar comportamientos clave – les llamamos "cualidades de ventas". Necesitas unir cuatro partes diferentes de ti mismo para hacer esto bien:

Consolidar Relaciones

Una vez que el cliente está decidido, es importante que expreses tu compromiso con una prestación entusiasta y proactiva de servicios, para que disfruten trabajar contigo, así como para que confíen que cumples con tus promesas.

Determinación para Entregar

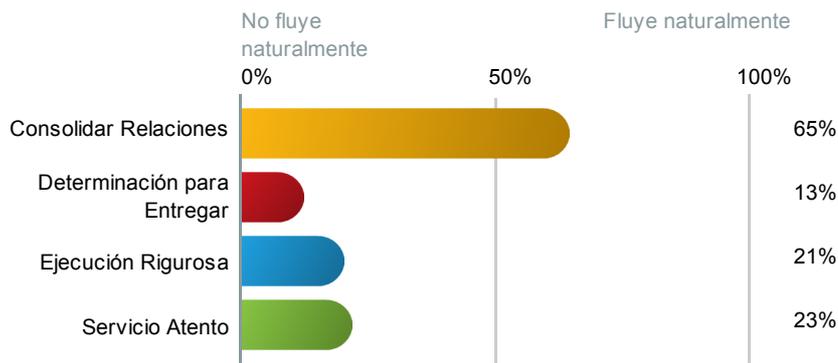
Es importante mostrar a tus clientes que vas a seguir en una tarea hasta que se termine. A fin de ofrecer un alto nivel de servicio documenta tus metas y no te distraigas hasta que las hayas conseguido.

Ejecución Rigurosa

Al momento de la entrega de tus compromisos es importante cubrir cada punto y asegurarse de que no se pasa por alto ningún detalle. De esta manera puedes tranquilizar al cliente mostrando que eres fiable y organizado.

Servicio Atento

Cuando ejecutas un plan con el fin de hacer un seguimiento de tus acciones, asegúrate de que el cliente se sienta completamente involucrado y mantenido al día en todo el proceso. Esta relación es igual de importante ya que les asegura tu mentalidad de servicio y que pueden expresar su opinión en un punto determinado.



Tus fortalezas naturales en esta etapa:

- Eres bueno para mantener un registro de los clientes, a menudo dando seguimiento a una venta por escrito para evaluar su satisfacción y ofrecer oportunidades para dar retroalimentación
- Eres bueno para delegar algunas de las tareas del seguimiento a clientes, ayudando así a fomentar la satisfacción del cliente y las ventas repetidas
- Aunque a menudo pareces relajado, de hecho eres muy atento a las necesidades de tus clientes y dedicas mucho tiempo para asegurarte que estén satisfechos con el servicio

Posibles deficiencias en esta etapa:

- Puedes tener dificultades para convencer a los clientes que puedes proporcionarles de forma continua nuevas e interesantes oportunidades de ventas
- En la planificación del seguimiento de tus compromisos de ventas, tus planes pueden carecer del detalle necesario para tranquilizar a tus clientes sobre tu capacidad para cumplir tus promesas
- Puedes tener dificultades para mantener un enfoque en el éxito compartido y tus clientes pueden comenzar a sentir que sus intereses estarán mejor servidos en otro lugar

Cómo desarrollar las Cualidades en esta etapa:

- Asegúrate de que tu entrega siempre cumple las normas acordadas en las propuestas iniciales, para que el cliente y tú estén siempre progresando
- No te obsesiones demasiado con los procesos establecidos que podrían obstaculizarte de cumplir constantemente con tus compromisos y cumplir con las expectativas del cliente
- Siempre prueba y da seguimiento a las acciones acordadas a toda costa, con el fin de no dañar tu relación con el cliente

Apoyar Cuentas; Desarrollar Cuentas - Sobreextendidas



Después de conseguir una venta es importante cumplir con los compromisos acordados. Esta fase de seguimiento es crucial para asegurar que puedes aprovechar al máximo todas las oportunidades de negocio que se te presentan por parte del cliente. Es importante reforzar la relación con medidas inmediatas, para mostrar compromiso continuo e integridad durante mucho tiempo después de los acuerdos. Mantener y crecer tu relación es igual de importante que asegurar la venta, ya que puede abrir nuevas vías de negocio o compras repetidas.

Seguimiento Errático

Se puede amargar la relación con un cliente si actúas demasiado rápido y de manera inconsistente. Puedes perder la confianza de tus clientes si te conviertes en esporádico en el cumplimiento de tus compromisos.

Seguimiento Impersonal

No seas muy clínico ni te concentres simplemente en los resultados cuando administras tus cuentas con un cliente. Ellos pueden estar buscando una relación duradera que produzca nuevas oportunidades, en lugar de sólo el servicio o el producto que están pagando.

Seguimiento Burocrático

Cuando estás dando seguimiento a tu propuesta no te obsesiones con cada detalle, de lo contrario puedes afectar la puntualidad de tu entrega y el cliente puede sentirse decepcionado por tu falta de entusiasmo y de comunicación.

Seguimiento Complaciente

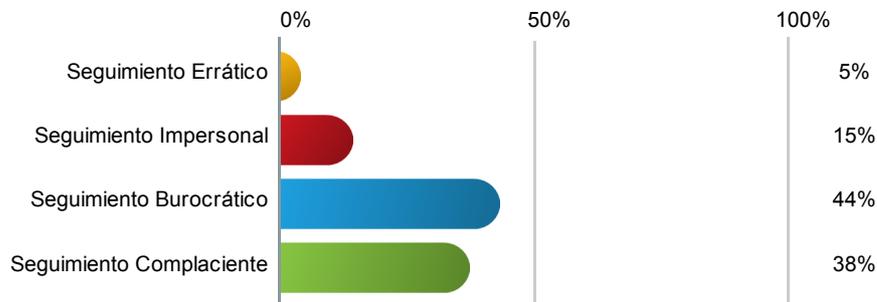
En tu deseo de mantener al cliente involucrado puedes convertirte en demasiado complaciente y terminar por no cumplir, sobrecargado por todos los nuevos compromisos y esperando por el cambio de objetivos.

Apoyar Cuentas; Desarrollar Cuentas - Sobreextendidas



No inclinado a sobreextenderse

Inclinado a sobreextenderse



Algunas maneras en las que puedes sobreextenderte en esta etapa:

- Hay veces en las que pones demasiado énfasis en una conexión emocional con tus clientes
- Cuando acontecimientos imprevistos ocurren, puedes tener problemas para hacer tiempo para apoyar a tus clientes

Cómo moderar tu sobreextensión en esta etapa:

- Evita poner demasiado énfasis en desarrollar una conexión emocional con tus clientes ya que primero debes cumplir con tus compromisos adquiridos para mostrar tu competencia
- No dependas demasiado de los planes al cumplir tus compromisos, ya que algunos acontecimientos imprevistos pueden perjudicar la relación con el cliente



Lumina Learning Ltd
Third Floor St George's House
Knoll Road
Camberley
GU15 3SY, UK

Lumina Learning

Sample Practitioner
Lumina Learning Ltd
Address Line
Town
County
Postcode

Fecha de realización del cuestionario: 14/08/13 12:11:25
Fecha de regeneración más reciente: 03/12/20 11:06:05