

SECRETOS DE LOS VENDEDORES MILLONARIOS



EL SISTEMA MAS PODEROSO PARA CERRAR VENTAS, RECLUTAR LIDERES,
TENER MAS CLIENTES Y GANAR MAS DINERO

Hector Gonzalez

"EL COACH DE LOS EMPRESARIOS EXITOSOS"

SECRETOS **DE LOS** **VENDEDORES** **MILLONARIOS**

**EL SISTEMA MÁS PODEROSO PARA CERRAR VENTAS, RECLUTAR LÍDERES,
TENER MÁS CLIENTES Y GANAR MÁS DINERO**

Hector Gonzalez

"EL COACH DE LOS EMPRESARIOS EXITOSOS"



Todos los derechos reservados. 2021.
ISBN 9798782596927

TESTIMONIOS

DE \$3.8 MILLONES A 4.7 MILLONES DE DÓLARES

“Gracias al entrenamiento de ventas de Hector Gonzalez ahora estamos más enfocadas en lograr nuestras metas personales y de negocios. Mi field organización creció de 3.8 millones a 4.7 millones Además tuvimos un crecimiento de consultoras y líderes, pasamos de 1,205 a 1,435. Mi próxima meta es vender un millón de dolares al mes.

Si tu meta es aumentar tus ventas y crecer tu negocio te invito a tomar acción y tomar estas clases.

Jannette Rojas" Diamante Field, Princess House.

“UN AUMENTO DE \$400 MIL A \$650 MIL DÓLARES”

Como resultado directo del entrenamiento de ventas del coach Hector Gonzalez, ahora tengo una dirección más específica y he logrado contactar, vender y reclutar más personas a mi equipo y me he mantenido como la directora número 1 de Puerto Rico y de mayor crecimiento. La producción de mi equipo aumentó de \$400 mil dólares a \$650 mil dólares y mi cheque mensual aumentó a más del doble, de \$6 mil dólares al mes a más de 12.500 dólares al mes. Además, me gané el viaje de Directora destacada a Hawaii y un crucero todo pagado a las Bahamas para mí y para mi esposo. También me gané el carro Cadillac Plus, una triple estrella, dos sortijas de diamantes, una abeja de diamantes y una barra de diamantes de \$650 mil dólares

**Eusebia Bonilla, Directora Mary Kay
La # 1 de Puerto Rico.**

“MÁS DE UN MILLÓN DE DÓLARES”

Desde que empecé en la academia de ventas del coach Hector Gonzalez, mis ventas de equipo han aumentado a más de un millón de dólares al mes y puedo ofrecer una mejor solvencia económica para todas las integrantes de mi equipo generando ingresos mensuales entre \$3 mil a \$10 mil dólares y mis ingresos personales aumentaron a más \$20 mil dólares por mes.

Muchas gracias por enseñarme las estrategias para grabar videos, formar líderes y poder ayudar a más familias a tener su centro de distribución

Maribel Esparza
Directora Nacional, “ETERNAL” Spirit Beauty.

“EN UN AÑO LOGRE, LO QUE NO HABÍA LOGRADO EN 18 AÑOS”

Con el entrenamiento del coach Hector Gonzalez, en menos de 3 meses tuvimos una explosión de reclutamiento poniendo en práctica sus Clases de LA GRAN ACADEMIA DE VENTAS

logramos aumentar las ventas de \$75 mil a \$350 mil dólares y mis ingresos aumentaron al TRIPLE EN ESTE 2021 .

Además desarrollamos NUEVAS PROMOCIONES CON estrategias del Coach y ENSEÑANDO A TODO MI EQUIPO lo aprendido .

En un año logré lo que no había logrado en 18 años.

En 90 DÍAS DE PREPARACIÓN CON mi COACH se logró la promoción a Zona Organizadora.

EN 7 meses con LA ACADEMIA VEMOS LOGRADO EL TOPE DE MI CARRERA EN PRINCESS HOUSE SER UNA FIELD ORGANIZADORA Y TODO ESTO CON Las Clases semanales DE LA ACADEMIA DEL SEÑOR HÉCTOR GONZÁLEZ .
Gracias Héctor por su Dedicación ,Sabiduría y Enfoque para llevarnos al Éxito.

Fidelia Valladares
Field Organizadora, Princess House.

UN AUMENTO DE UN MILLÓN DE DÓLARES!!

“Con el entrenamiento del coach Hector Gonzalez ahora puedo hablar en público con mayor seguridad y confianza, he aprendido a administrar mejor mi tiempo, a organizarme, a mantener el enfoque en las metas, gracias a sus enseñanzas ahora soy una mejor líder de mi organización y trabajando en equipo logramos aumentar las ventas de \$ 2.5 millones de dólares a \$ 3.4 millones de dólares un incremento de casi un millón de dólares en tan solo un año y en promoción de líderes pasamos de 21 líderes el año pasado a 29 líderes este año, además gane \$20 mil dólares extra, ya que me gane los 4 bonos trimestrales de \$5 mil dólares. Un millón de gracias señor Hector sin su ayuda esto no hubiera sido posible.

**Adelita Ortega ,
Field Organizadora, Princess House.**

“MIS INGRESOS MENSUALES AUMENTARON DE \$6 MIL A MÁS DE \$17 MIL DÓLARES AL MES”

Con las poderosas estrategias de mi coach Hector Gonzalez, he desarrollado una mentalidad imparabile, estoy en acción masiva y con enfoque total para lograr mis metas. Gracias a estos cambios mis ingresos mensuales aumentaron del 200% de \$6 mil dólares al mes a más de \$17mil dólares al mes. Estoy agarrando clientes más grandes y mi negocio está creciendo a pasos agigantados. Además logré reconstruir mi negocio después de un terrible incendio y logré compra la casa y el automóvil de mis sueños

Sandra Arzeta CEO. Speed Rolling Tires.

“LOGRÉ LA INDEPENDENCIA FINANCIERA”

La academia de ventas del coach Hector Gonzalez tuvo un gran impacto en mi vida personal y en mi negocio, después de implementar las estrategias y por supuesto al contenido de sus libros he logrado la independencia financiera y hacer lo que mas me gusta invertir en bienes y raíces.

Manuel Marquez, Inversinista en Bienes y Raíces.

“UN AUMENTO DE MÁS DE \$135 MIL DÓLARES AL MES”

Después de poner en práctica las estrategias de venta del coach Hector Gonzalez, todo ha mejorado: mi mentalidad, mis hábitos, mi enfoque, mi disciplina y además logre salir de una terrible crisis. Gracias a estos cambios, estoy tomando acción, saliendo de mi zona de confort y grabando videos, mi equipo creció al triple, he desarrollado 13 líderes, (3 organizadoras de área y 10 organizadoras de unidad). Además mis ventas se triplicaron de \$65 mil dólares el año pasado a más de 200 mil dólares este año.

Un aumento de más de 135 mil dólares por período.

**Martha Hernandez, Zona Organizadora
Princess House.**

“LOGRÉ MI PRIMER AÑO DE \$100 MIL DÓLARES”

“Con el entrenamiento de ventas del coach Hector Gonzalez ahora me siento más segura, ahora puedo hablar en público, pedir referencias, he aprendido a delegar y a decir las cosas directamente. Antes reclutaba de 3 a 4 personas al mes ahora estoy reclutando de 8 a 10 personas, un incremento del 100%. Además me he ganado el carro Cadillac por 3 años consecutivos y tuve mi primer año de \$100mil dólares. Muchas gracias, sin su apoyo esto no hubiera sido posible”.

Debie Nuñez, Directora Cadillac Mary Kay.

“LAS VENTAS AUMENTARON MÁS DEL 200%”

Después de implementar las estrategias de venta y reclutamiento del sistema del coach Hector Gonzalez, mi negocio está creciendo más rápido, la red se está duplicando a la perfección

En 2 meses las ventas aumentaron más del 200% y logré la posición de Oro Senior. Además logré vencer el miedo de grabar videos, gracias a esto, cada vez que grabo uno la gente me contacta y me estan saliendo mas clientes y más socios

**Isabel Gutierrez
Oro Senior
Nice and Bella.**

DE \$2,500.00 A \$8,500.00 DÓLARES

Después de leer los libros, escuchar los Cd's y tomar el entrenamiento de ventas del coach Héctor González pude convertir \$2,500.00 en \$8,500.00. No es una casualidad!!! No es lo que haces sino cómo lo haces y que tanto quieres lograr. Por favor llame y participe en este programa, le aseguro que no se va a arrepentir!!!

Alba Mercedes, Agente de Bienes y Raíces.

“UN AUMENTO DE MÁS DE 10 MIL DÓLARES”

Antes no vendía nada y no grababa videos, ahora grabo un video diario, mi grupo creció de 1 a más de 25 y las ventas de grupo aumentaron a más de 10 mil dólares.

**Maria Teresa Garcia, Asesor de Crédito y Finanzas
Sales Director
UWE United Wealth Education.**

MIS INGRESOS AUMENTARON “DE \$26 MIL DÓLARES A MÁS \$70 MIL DÓLARES”

La academia de ventas del coach Hector Gonzalez me ayudó a tomar acción y salir de mi zona de confort, en algo tan importante como es programar mi agenda, organizar mi tiempo; pero sobre todo a entender y entrar en las redes sociales. Ahora estoy grabando videos para promover mi negocio, estoy tomando más acción, soy más perseverante. Gracias a estos cambios y en el tiempo de la pandemia he cerrado 11 transacciones y mis ingresos aumentaron de \$26mil a \$70 mil dolares mi próxima meta es \$150mil dolares.

El coach Hector tiene el don de enseñar con su mente y su corazón todas sus enseñanzas y sabiduría. Yo le doy Gracias a Dios que el coach Héctor y su academia sean parte de mi vida.

Rosa Hernandez
Agente de Bienes y Raíces
25 años de experiencia ayudando a las familias latinas
a hacer realidad el sueño americano.

“MIS INGRESOS AUMENTARON MÁS DEL 200%”

Con el entrenamiento del coach Hector Gonzalez, he aprendido a ser
MÁS DISCIPLINADA, MÁS CONSTANTE Y MÁS PERSISTENTE.

Gracias a estos cambios mi linaje está creciendo y logre aumentar mis ingresos mensuales de \$2mil dólares a más de \$6mil dólares al mes y pase de ser Directora de Distrito 2 a Directora de Distrito 3 y me estoy posicionando para ser EMBAJADORA la posición más alta, de más prestigio y de mayores ingresos de JAFRA.

Maria Victoria Ortiz, Directora de Distrito 3
JAFRA.

“MI EQUIPO CRECIÓ DE 7 A 13 SUPERVISORAS”

“El entrenamiento de ventas del coach Hector Gonzalez me ayudó a creer más en mí, a mejorar mi liderazgo, a organizar mi agenda, a tomar más acción y salir de mi zona de confort. Gracias a estos cambios mis ventas aumentaron un 25% y mi equipo creció de 7 a 13 supervisoras, casi el doble. Además estoy cuidando más mi salud y estoy corriendo 3 millas cada día a pesar de que estoy casada y tengo 8 hijos, me siento muy emocionada y feliz de poder ayudar a otras personas a lograr sus sueños.

Ninfa Espinoza, Directora Mary Kay.

“RECLUTAMOS 150 PERSONAS EN 3 MESES”

Después de poner en práctica todas las estrategias de mi coach Hector Gonzalez, logré reclutar 50 personas en enero, 50 personas en febrero y 50 personas en marzo. Y mis ventas aumentaron de \$30 mil a \$177 mil al mes y mis ganancias personales aumentaron de \$2mil a \$13 mil dólares al mes. Además me gane el bono de \$3,500 dólares. ¡¡¡Lo logré!!!

El coach Hector Gonzalez, llegó en el momento correcto a mi vida, ahora soy más segura, tengo una visión más clara, estoy grabando videos todos los días, y he aprendido la importancia de la gratitud, estoy tan agradecida gracias, gracias, gracias.

**Minerva Morales, Zona Organizadora
Princess House.**

ÍNDICE

TESTIMONIOS	3
<i>Dedicatoria</i>	17
Agradecimiento	19
Conoce al autor	21
Introducción	23
CÓMO CERRAR LA VENTA DE LA “A” A LA “Z”. Guía de acción rápida. Sistema de 9 pasos	29
CAPÍTULO 1. Cómo generar una cantidad ilimitada de prospectos	51
CAPÍTULO 2. Cómo generar una cantidad ilimitada de citas.	75
CAPÍTULO 3. Cómo ganarse la confianza de los clientes.	95
CAPÍTULO 4. Cómo descubrir las necesidades de los clientes para cerrar más ventas.	111
CAPÍTULO 5. Cómo explicar los beneficios para cerrar más ventas.	125
CAPÍTULO 6. Cómo cerrar la venta “El Cierre”	143
CAPÍTULO 7. Cómo contestar las objeciones de los clientes para cerrar más ventas.	165
CAPÍTULO 8. Cómo hacer el seguimiento para cerrar más ventas.	181
CAPÍTULO 9. Cómo generar una cantidad ilimitada de referencias.	195
“CÓMO ELIMINAR LAS CREENCIAS LIMITANTES PARA LOGRAR TUS METAS”	213

Hector Gonzalez

EL CONFERENCISTA IDEAL PARA TU PRÓXIMO EVENTO

Hector Gonzalez es un conferencista experto en ventas, negocios, liderazgo y desarrollo de equipos de trabajo.

Está disponible para Conferencias, Convenciones, Super-eventos y Rallies.



Hector prepara sus presentaciones para cubrir las necesidades de cada cliente. Y como resultado de esto, tu equipo saldrá inspirado y listo para tomar acción.

Para más información o contratar a Hector Llamar al + 1 562-882-2401
www.hectorgonzalezcoach.com

Hector Gonzalez

EL SISTEMA MÁS PODEROSO PARA CERRAR UNA VENTA

Entrena y capacita a todo tu equipo de
vendedores y líderes
Comparte este libro



\$20.00

Precio especial de mayoreo

5 a 20 libros \$15.00

21 a 99 libros \$12.95

100 o más \$10.00

Para ordenar llama o manda un mensaje al +1 562-882-2401

www.hectorgonzalezcoach.com

Hector Gonzalez

Otros libros de Hector Gonzalez
“El Desafío de Triunfar”
“Liderazgo es acción”
“7 Pasos al éxito”
“101 ideas para lograr tus metas”

Audio-libros:

“Nacidos Para Triunfar”,
“Maximiza Tu Tiempo, Maximiza Tu Vida” y
“Sistema Más Poderoso Para Cerrar Una Venta y Reclutar Líderes”

Seminarios:

“Cómo cerrar la venta de la A a la Z”
“Secretos del empresario millonario”
“Clientes para toda la vida”
“Habla en público con poder, entusiasmo y dinamismo”
“Diseña el mejor año de tu vida”
“Liderazgo es acción”
“El poder del enfoque”
“Habitos millonarios”

Dedicatoria

Este libro se lo dedico a mi mamá María Ramirez, que me enseñó que el verdadero deber de un líder es enseñar, inspirar y compartir sus conocimientos con otras personas.

También se lo dedico a mi papá Antonio Gonzalez, que me enseñó que todo cambio en la vida empieza con una decisión y con una actitud positiva todos podemos crear felicidad y momentos inolvidables para la familia.

Agradecimiento

A mi esposa Griselda por todo su amor y apoyo incondicional en todos mis proyectos.

A mi mamá por sus palabras de apoyo y por siempre creer en mí.

A mi papá que está en el cielo, por haberme enseñado el principio fundamental del éxito: tomar 100% de responsabilidad de mis resultados, por haberme enseñado con el ejemplo a ser una persona de integridad y que en la vida todo se gana con la bendición del trabajo.

A todos mis amigos, estudiantes, colegas y maestros gracias a ustedes soy un mejor líder, un mejor maestro, una mejor persona, un mejor padre y un mejor amigo.

Conoce al autor

Hector Gonzalez, es un conferencista internacional, experto en ventas y liderazgo, coach de éxito personal y empresarial.

Es el presidente de Hector Gonzalez Internacional una organización global de ventas y desarrollo personal que él fundó para ayudar a hombres y mujeres por igual, estudiantes, empresarios, hombres de negocios, profesionistas, mujeres profesionales, a desarrollar su máximo potencial y que puedan lograr sus metas y sueños en la vida.

Autor del libro: “El Desafío de Triunfar” y de los audio-libros: “Nacidos Para Triunfar”, “Maximiza Tu Tiempo Maximiza Tu Vida” y “Sistema Más Poderoso Para Cerrar Una Venta y Reclutar Líderes”

Hector es un apasionado del periodismo y ha hecho radio y televisión por muchos años. Ha producido varios programas de televisión para el canal 6 de Buenavisión Telecomunicaciones entre ellos “Nuevos Horizontes” y “Proyección Hispana”. Trabajó como reportero para el “Noticiero Latino” y fue productor para el Programa “Enfoque Latino” de Radio Pacífica 90.7 FM. Produjo el segmento “Conozca y Defienda sus Derechos”, un programa para informar a la comunidad sobre sus derechos en los Estados Unidos. Hector también fue el coproductor de “Los protagonistas”, el primer show de motivación, liderazgo y superación personal en la 1020 AM Univisión Radio.

Hector ha recibido entrenamiento de los mejores instructores y expertos en motivación y desarrollo personal incluyendo a Jim Rohn, Zig Ziglar, Anthony Robbins, Brian Tracy, Mark Victor Hansen, Jack Canfield, Robert Allen, Bob Proctor, Eric Lofholm, Dr Moine, T Harv Eker, Brendon Burchard, Lisa Sasevich, James Malinchak entre otros.

En su insaciable búsqueda por ayudar a su comunidad ha estudiado la filosofía del éxito y examinado la vida de los hombres más exitosos y líderes que han transformado la historia de la humanidad. Ha leído más de 500 libros de desarrollo personal, psicología, relaciones humanas, comunicación, ventas y mercadeo y ha escuchado más de 10 mil horas de programas de audio-libros y presenciado en vivo las conferencias de motivadores exitosos como los arriba mencionados.

La misión de Hector Gonzalez es empoderar a las personas a que desarrollen su máximo potencial y que tengan una mejor calidad de vida, por medio de conferencias de motivación y liderazgo, seminarios de ventas, libros, audio-libros, y consultas privadas de coaching privado y de grupo.

Hector Gonzalez

Cientos de empresas contratan a Hector para entrenar y motivar a sus empleados entre ellas a:

Mary Kay, Princess House, Jafra, Herbalife, Century 21, Nissan, Ford, Royal Prestige, Renaware International, 4 Life, Ardyss International, Famsa, Monavie, Melaleuca, Shaklee, Immunotec, Nikken, Isagenix, Eternal.

Para llevar a Hector a tu organización visita:

www.hectorgonzalezcoach.com

Introducción

El éxito o fracaso de un proyecto está en la habilidad del empresario, en identificar cuáles son las actividades que te van a llevar al logro de tus metas.

Escribí este libro, para inspirarte y empoderarte a ser un mejor líder y un mejor empresario para que seas más, hagas más y logres ayudar a más personas.

Este libro contiene el sistema más poderoso para tener más clientes. Es un sistema de 9 pasos cuidadosamente seleccionados para que te conviertas en un verdadero empresario, que sirva a sus clientes y no que se sirva de ellos.

Son 9 estrategias individuales, lo que significa que cada una es independiente de las otras y que las puedes leer y estudiar en el orden que tu decidas.

Algunas estrategias son nuevas, mientras que otras serán un recordatorio, algunas serán fáciles de implementar, otras requerirán más esfuerzo. Algunas te harán sentir bien, mientras que otras te retarán a salir de la zona de confort. Pero cada una tiene un solo propósito: ayudarte a atraer a tus clientes ideales, cerrar más ventas, reclutar más personas, para que tengas más clientes, ganes más dinero y logres tu independencia financiera.

Lee cada capítulo varias veces hasta que entiendas cada idea hasta el punto de implementación.

Los seres humanos aprendemos a base de la práctica y la repetición. La práctica y repetición son la madre de la retención.

Lo más importante es la implementación de cada estrategia, porque los grandes empresarios son personas de acción y porque las mejores ideas sin acción, no sirven de nada.

Una de las características de los empresarios más exitosos es que saben exactamente lo que quieren, tienen un plan para lograrlo y todo su tiempo lo dedican a lograr sus metas además están comprometidos a una preparación constante y sin final.

Te quiero felicitar por estar en contacto conmigo en esta conversación de ventas, liderazgo y excelencia en los negocios.

El hecho de que estés leyendo este libro me dice muchas cosas de ti, me dice que eres una persona de acción, que eres una persona que tienes metas, pero que no solo tiene las metas si no que eres una persona que estás trabajando todos los días en hacer sus metas y sus sueños una realidad.

Una de las características más importantes de las personas más exitosas es que terminan todo lo que empiezan. Toma la decisión de que a partir de hoy, vas a terminar todo lo que empieces.

Te reto a que a partir de hoy termines todo lo que empieces, empezando con este libro. ¿Aceptas el reto? Espero que sí.

En el mundo existen tres tipos de personas:

- Los que terminan todo lo que empiezan
- Los que dejan todo para después.
- Los que nunca hacen nada.

¿Cuál de estos eres tú?

Mi más grande deseo es que tu te conviertas en el protagonista de tu vida y que a partir de hoy desarrolles el hábito de terminar todo lo que empieces.

Mucha gente dice que la información es poder, pero yo creo que la información es solamente poder en potencia, porque si tú no haces nada con la información, la información no es poder; la información se convierte en poder en el momento en que tomas acción, en el momento en que pones en práctica las ideas, las estrategias que estas aprendiendo en este programa.

Y yo quiero que tú seas un vendedor poderoso, un vendedor que esté bien informado, un vendedor que toma acción, que implementa lo que está aprendiendo.

Mi intención es que te conviertas en una persona de acción, que implementes lo que estás aprendiendo para que puedas lograr tus metas, aumentar tus ventas y crecer tu negocio.

Mi meta es que tu seas, mi próxima historia de éxito.

Quiero felicitarte por invertir en este libro, por varias razones: 1ra. Los mejores productos no se venden solos, 2da. Nada sucede hasta que se cierra una venta y 3ra. Ventas es la profesión mejor pagada para los vendedores que son profesionales.

Dicen que: No hay nada más poderoso que cuando le ha llegado su tiempo a una idea.

Mi meta con este libro es que multipliques tus ingresos como resultado de implementar lo que vas a aprender en este libro.

Es un verdadero honor conocerte por medio de este libro y espero pronto tener la oportunidad de conocerte en persona.

Muchas gracias por leer este libro que escribí especialmente para ti y espero que cuando termines de leerlo, lo recomiendes a tus amigos, compañeros y familiares para que juntos impactemos positivamente la vida de miles de personas.

Como dijo la madre Teresa:

“Hay cosas que yo puedo hacer que tú no puedes hacer. Hay cosas que tú puedes hacer que yo no puedo hacer, pero juntos podemos hacer cosas maravillosas”.

Hector Gonzalez
“El coach de los empresarios exitosos”

**Vendedor, tú estás en una posición de liderazgo.
Porque con tu producto, servicio u
oportunidad de negocio.
Tú estás influenciando a otras personas a invertir en tu
producto o servicio.
Vender es servir.
Vender es ayudar a otras personas.
Vender es satisfacer necesidades.
Tú tienes un gran producto, un gran servicio y una gran
oportunidad de negocio.
El mundo te necesita, tú sabes que eres
una gran persona.
Así que levántate, toma acción y persigue
tus sueños.
No te quedes dormido en tus laureles.
Sal afuera ayuda y sirve a otras personas.
Tu vida no va a cambiar hasta que no cambies lo que
haces diariamente.
Cree en ti, cree en tu negocio, cree en tus clientes.
Cree en tus sueños y toma acción.
Sentado en la zona de confort nada te llegará.
Tienes que salir de la zona de confort
para poder desatar
todo el potencial que tienes dentro de ti.
Tus sueños, tus motivaciones y tus
clientes te esperan.
Tu tienes grandeza dentro de ti, el mundo te espera.
Y no permitas que nada, ni nadie te robe tus sueños.
Tu vida tiene un propósito.**

Hector Gonzalez

El Credo Del Vendedor Optimista

Me prometo a mi mismo:

Ser tan fuerte que nada, ni nadie puedan perturbar mi paz.

Hablar solo de salud, felicidad y prosperidad a todas las personas que encuentre en mi camino.

Hacer que todos mis amigos se sientan felices y que tienen algo de valor dentro de ellos.

Ver el lado bueno de todas las cosas y hacer mi optimismo una realidad.

Pensar solo lo mejor, trabajar para lo mejor y esperar solo lo mejor.

Ser tan entusiasta acerca de mis éxitos, y celebrar el éxito de otras personas.

Olvidar los errores del pasado y enfocarme en los grandes logros del futuro.

Ser feliz todo el tiempo y regalar una sonrisa a todas las personas que encuentre en mi camino.

Dedicar tanto tiempo a mi mejoramiento personal que no tenga tiempo de criticar a otras personas.

Ser tan grande para no tener preocupaciones,

Ser tan noble para no enojarme,

Ser tan fuerte para no sentir miedo y ser tan feliz para no pensar en los problemas.

Valorarme a mí mismo y proclamarselo al mundo no solo con palabras sino con hechos.

Ser una persona que tenga la fe, para tener al mundo a mi lado siempre y cuando yo dé al mundo lo mejor de mí.

Christian D Larson

www.hectorgonzalezcoach.com

CÓMO CERRAR LA VENTA DE LA “A” A LA “Z”

Guía de acción rápida
Sistema de 9 pasos

CÓMO CERRAR LA VENTA DE LA “A” A LA “Z”

Guía de acción rápida Sistema de 9 pasos.

Te quiero felicitar por estar en contacto conmigo en esta conversación de ventas, liderazgo personal y excelencia en los negocios.

Estoy muy entusiasmado con la información que voy a compartir contigo en esta guía porque te voy a enseñar:

Un sistema comprobado para atraer a tus clientes ideales, cerrar más ventas, reclutar más personas, tener más clientes y ganar más dinero por el resto de tu carrera en las ventas.

De verdad, te quiero felicitar por la inversión que has hecho en este libro. Yo creo que este libro puede ser uno de los más importantes que has leído en toda tu carrera en las ventas, así que quiero pedirte tu completa y total atención porque lo que vas a aprender, si lo aplicas, te va ayudar a aumentar tus ventas, crecer tu negocio, tener más clientes y ganar más dinero.

Mi meta es que esta sea una de las mejores inversiones que haz hecho en tu vida.

El hecho de que hayas invertido en este libro me dice muchas cosas de ti, me dice del gran compromiso que tienes con tus metas y sueños.

El hecho de que estés leyéndolo me dice que eres una persona de acción, que eres una persona que tiene metas, que tienes sueños, pero no solamente eso, sino que estás dispuesto a trabajar fuerte, a trabajar duro, pero sobretodo a trabajar inteligentemente para hacer tus metas y sueños una realidad. ¿Es esto correcto? ¡Claro que lo es!

Hoy quiero decirte que Dios recompensa de una manera diferente a las personas que toman acción, que a las personas que no la toman. Y tu vas a ser recompensado porque en este libro te voy a dar todas las herramientas y recursos que necesitas para llevar tu carrera y tu negocio al siguiente nivel.

Para que saques el máximo provecho de este libro tengo unas recomendaciones para ti:

Primero, implementa las estrategias inmediatamente, las mejores ideas sin acción no sirven de nada.

Segundo, lee cada capítulo varias veces para aprender las ideas hasta el punto de implementación. ¿Por qué te digo esto? Porque los seres humanos aprendemos a base de práctica y repetición, la práctica y la repetición son la madre de la retención.

La clave para tener éxito en este sistema es LA IMPLEMENTACIÓN.

Esto es muy importante porque las mejores ideas sin acción no producen ningún resultado.

Tercero, haz los ejercicios. A lo largo del libro vamos a hacer algunos ejercicios, te voy a dar unas tareas. Así que es muy importante que hagas los ejercicios y sobre todo las tareas.

Uno de los principios fundamentales del éxito es el enfoque. Así que yo quiero que en los próximos 90 días pongas todo tu enfoque y toda tu energía en aprender las estrategias que te voy a enseñar en este libro. Y para mantener el enfoque quiero que te mantengas en contacto permanente conmigo y la mejor manera de hacerlo es a través de es mi website www.hectorgonzalezcoach.com ve a este sitio y regístrate para que recibas el boletín "Triunfa Hoy" en donde te comparto videos y estrategias de ventas, negocios y liderazgo y para que recibas invitaciones exclusivas a clases, eventos y seminarios para mis seguidores.

Mi meta es que tú seas la próxima historia de éxito, y que este libro te ayude a convertirte en un vendedor profesional. Esto es muy importante porque ventas es la profesión mejor pagada cuando se trata de vendedores profesionales, y yo quiero que tu te conviertas en un profesional.

Quiero que tu aprendas a trabajar más inteligentemente, más estratégicamente, que planifiques tu tiempo y organices tu trabajo para que puedas lograr todas y cada una de tus metas personales y de negocios.

Quiero decirte que yo estoy dispuesto a hacer mi parte, que es enseñarte estas estas estrategias de venta, estos principios de éxito, estas leyes universales, para ayudarte a lograr tus metas; pero tú tienes que hacer tu parte que viene siendo primero leer este libro de principio a fin; segundo, implementar inmediatamente lo que estás aprendiendo.

La clave del éxito en este sistema es la IMPLEMENTACIÓN.

Tercero, enseña lo que estás aprendiendo a otras personas, esto es muy importante por que la mejor manera de aprender es enseñar.

En este programa de entrenamiento te voy a enseñar 3 maneras de aumentar tus ventas.

Las 3 áreas que tienes que mejorar son: tener una mentalidad positiva, mejorar las estrategias y tomar más acción.

En este capítulo voy a trabajar contigo con tu juego externo, que vienen siendo las estrategias.

En este entrenamiento te voy a enseñar el sistema más poderoso para tener más clientes. Un sistema con el que yo he generado cientos de miles de dólares y mis estudiantes han cerrado miles y miles de ventas, ganando así millones en comisiones.

Mi meta es enseñarte este sistema para que tú también puedas hacer exactamente lo mismo: vender, persuadir, influenciar a tus clientes de comprar tus productos o servicios de la manera más fácil, práctica y efectiva.

Quiero decirte que lograr el éxito en los negocios, cerrar una venta o reclutar una persona requiere de ciertos pasos, de llevar una secuencia.

Por ejemplo, al querer abrir una caja fuerte; si sabes la combinación, si conoces la secuencia correcta de los números, podrás abrirla, no importa quien seas, lo que importa es que sepas los pasos, que sepas la combinación y que sigas la secuencia. Es lo mismo para cerrar una venta, tienes que seguir ciertos pasos, si sigues la secuencia correcta de cerrar una venta, tú también lo vas a lograr.

Este sistema que vas a aprender, te va a ayudar a atraer a tus clientes ideales, a cerrar más ventas, reclutar más personas, tener más clientes y a ganar más dinero por el resto de tu carrera en las ventas.

Permíteme decirte algo muy importante: dominar este sistema es como tener una máquina para imprimir dinero.

Pero tienes que comprometerte a aprender cada paso, entender la secuencia y no solamente eso, sino además ponerla en práctica.

En esta guía de acción rápida vamos a aprender todo el sistema de una manera general y en los próximos capítulos del libro vamos a entrar en detalle, en profundidad en cada uno de estos pasos.

Vender, cerrar una venta o reclutar a una persona para tu negocio de red de mercadeo lleva todo un proceso, es decir tienes que seguir ciertos pasos, de cierta manera y aquí te voy a enseñar este proceso, te voy a enseñar estos 9 pasos.

Para darte un ejemplo, vender es un proceso similar como cuando vas a comer a un restaurante.

Cuando llegas a un restaurante:

Primero, te dan la bienvenida y la anfitriona te pregunta, cuántas personas son en tu familia.

Después te llevan a tu mesa.

Después el mesero toma la orden de las bebidas.

Después el mesero te pregunta si te gustaría ordenar un aperitivo o una botana.

Después te toman la orden de la comida.

Después te traen la comida.

Después regresa el mesero para ver si todo está bien.

Cuando terminas de comer, el mesero te pregunta si te gustaría ordenar un café o un postre.

Al final te traen la cuenta, la pagas y dejas la propina.

Este es el proceso o la secuencia cuando vamos a comer a un restaurante.

Déjame hacerte una pregunta; ¿Alguna vez has ido a comer a un restaurante en donde el mesero te haya preguntado si te gustaría empezar con un postre?, ¡¡¡jino!!!
¿Verdad que no?, porque ese no es el proceso, esa no es la secuencia.

Vender, influenciar y persuadir a otras personas para que compren tu producto, servicio o se inscriban a tu negocio también tiene un proceso, también lleva una secuencia.

Si conoces este proceso, vender, cerrar una venta o reclutar a una persona para tu negocio es muy fácil, es muy simple y sencillo. Si no conoces el proceso, vender, cerrar una venta o reclutar a una persona se puede convertir en una verdadera pesadilla, en una tarea muy difícil y no solamente difícil sino muy frustrante.

Yo lo digo todo el tiempo en mis clases: “El precio de la ignorancia, es muy alto”. No conocer el proceso correcto para cerrar una venta te está haciendo perder mucho dinero.

Desafortunadamente millones de emprendedores de red de mercadeo en todo el mundo que representan a las mejores compañías de venta directa y multinivel, tienen excelentes productos y servicios, pero no saben vender, no saben reclutar y no conocen este proceso y por lo tanto están perdiendo mucho dinero, están perdiendo miles de clientes para sus negocios y la oportunidad de amasar grandes fortunas solo por no saber la manera correcta de vender, reclutar y atraer a sus clientes ideales.

Todos los días están batallando, sufriendo para cerrar ventas y reclutar personas y como no tienen el éxito inmediato que desean se frustran, se enojan, se critican, se juzgan y dicen cosas terribles que afectan su autoestima, confianza y seguridad. Como por ejemplo: “Yo no sé vender”, “Es que yo no sirvo para vender”, “Las

ventas no son para mí”, “Yo no sirvo para reclutar” “Es que no se me da el reclutamiento”. “Todo el mundo me dice que no”, etc, etc, etc.

Esto pasa porque no han sido entrenados profesionalmente para vender, porque no conocen el proceso de vender, no conocen el proceso de reclutar o porque se están brincando alguno de estos pasos tan importantes en ambos procesos y esto los está haciendo perder cientos de miles de dólares y la oportunidad de lograr la libertad financiera que tanto desean y merecen.

Porque tienen las ganas, el deseo, están en la compañía correcta y este es el momento correcto, solo que no han sido entrenados profesionalmente por sus compañías o sus líderes.

Por eso es muy importante que te comprometas a aprender este sistema, que te comprometas a dominar los 9 pasos de este proceso y la buena noticia es que en este capítulo (Guía de acceso rápido) te voy a enseñar todo el sistema de una manera general. En los próximos capítulos vamos a estudiar a profundidad cada paso para que te conviertas en un verdadero profesional. Una vez más te recomiendo que leas cada capítulo varias veces o hasta que aprendas cada idea hasta el punto de IMPLEMENTACIÓN.

¿Por qué te repito esto? El implementar este sistema te va a ayudar a vender tu producto, servicio y oportunidad de negocio de una manera más fácil, más simple y cada día, por el resto de tu carrera empresarial.

Pero tienes que comprometerte a aprenderlo, estudiarlo, ponerlo en práctica y dominarlo. Es muy importante que tomes la decisión de convertirte en un experto en este proceso.

El primer paso es prospectar.

Prospectar, buscar a tus clientes ideales y que califiquen es el primer paso del proceso de vender.

Prospectar es uno de los pasos más importantes para crecer tu negocio. Por eso mi recomendación es que dediques el 80% de tu tiempo a prospectar online en las redes sociales, presencial y por teléfono, hasta que estés tan ocupado haciendo presentaciones y cerrando ventas que no tengas tiempo de salir a prospectar.

Te recomiendo que trabajes en bloques de tiempo sin interrupciones, dedica por lo menos 4 horas exclusivas a prospectar 2 horas por la mañana y 2 horas por la tarde.

Durante ese tiempo enfócate solamente en prospectar, nada de navegar en el internet o checar mensajes en las redes sociales o whatsapp. Es un bloque de trabajo sin interrupciones, ni distracciones.

Por ejemplo: Si vendes un producto natural para bajar de peso, mejorar la salud o si ofreces una oportunidad de negocio, puedes prospectar haciendo llamadas a tus familiares, amigos, vecinos, conocidos, con todos tus contactos.

¿A dónde puedes ir a prospectar? Principalmente donde se reúnan tus clientes ideales: en la escuela de tus hijos, la iglesia, tocando puertas, en las plazas, en los supermercados, en el internet, ahora lo puedes hacer también en todas las redes sociales, grupos de facebook y pidiendo referencias. Más adelante te voy a dar mis mejores ideas para prospectar y cómo prospectar.

Por lo pronto, quiero decirte que el único tiempo en que un vendedor está trabajando es cuando está frente a frente, cara a cara, en las redes sociales o por teléfono con una persona o un cliente potencial que puede comprar su producto o servicio. Esto solo sucede cuando estás prospectando.

Ahora déjame hacerte una pregunta ¿Sabes cuál es el propósito de prospectar?

El propósito de prospectar es simplemente hacer contactos, relacionarte, buscar personas interesadas en tu producto o servicio.

3 preguntas que debes de tener en mente cuando estás prospectando:

1. ¿Quiénes son mis clientes ideales?
2. ¿Cuál es el problema que tienen mis clientes ideales?
3. ¿Cuál es el producto que yo tengo para solucionar el problema de mis clientes ideales?

Siempre es importante tener en cuenta estas 3 preguntas a la hora de prospectar, esto te dará confianza y seguridad al hablar con tus futuros clientes.

Ahora quiero hablarte del error más grande que comete un vendedor al tratar de cerrar una venta.

El error más grande que cometen la mayoría de los vendedores es tratar de cerrar la venta cuando están prospectando.

¿Por qué es un error?

Porque cuando estás prospectando lo único que estás haciendo es buscar personas interesadas en comprar tu producto o servicio.

¿Por qué es un error tratar de cerrar la venta cuando estás en el primer paso?

Porque todavía no te has ganado la confianza de tu prospecto, todavía no conoces sus necesidades y todavía no les has explicado los beneficios. El prospecto mismo todavía no está listo para comprar.

Recuerdo que hace un tiempo un importante líder de una compañía multinivel me prospecto por teléfono y el mismo día que me conoció ya me quería reclutar.

Su guión básicamente era el mismo que utilizan millones de emprendedores que no entienden y no se han tomado el tiempo de aprender el proceso correcto de cerrar una venta.

“Hector tengo un producto maravilloso con el que podemos ganar mucho dinero y tú con todos los contactos que tienes te harás millonario muy pronto, ¿Te gustaría integrarte a mi equipo trabajando juntos tu yo con mi experiencia y tus contactos que te parece?”

El problema es que esta persona todavía no se había ganado mi confianza, no se dio el tiempo de conocer mis necesidades, intereses o problemas y además todavía no me había explicado los beneficios de su compañía, pero él ya me estaba reclutando y su mejor argumento era que su compañía era la mejor, que tenían un producto maravilloso que se vende solo, que ellos tienen el mejor plan de pago y que con eso yo me iba a ser millonario.

Mi respuesta fue un rotundo no. Le dije que estaba haciendo una petición correcta en el tiempo incorrecto y lo invité a invertir en mi programa: “El sistema más poderoso para cerrar una venta” para que aprenda la forma correcta de hacerlo.

Entonces recuerda que el propósito de prospectar es solamente hacer contactos, relacionarte y buscar personas interesadas en comprar tu producto o servicio. ¿Está claro el primer paso?

Nunca olvides que: “El propósito de prospectar es prospectar”.

Porque si tratas de cerrar la venta cuando estás prospectando, vas a provocar que el prospecto salga corriendo y luego pensarás: “Todo mundo me dice que no”. “Todo mundo me saca la vuelta”, “Nadie me regresa las llamadas”. Esto sucede porque no estás siguiendo la secuencia correcta.

Cuando estamos prospectando también estamos pre-calificando, estamos identificando si es un prospecto calificado. Si ese es el caso, entonces vamos a agendar una cita para hacerle una presentación completa de nuestro producto o servicio.

Recuerda que todos los caminos te llevan a una presentación profesional de ventas.

El segundo paso es sacar una cita.

Si encuentras a una persona interesada en tu producto o servicio y que califica vas a sacar una cita para hacer una demostración completa de tu producto, servicio u oportunidad de negocio.

Entonces ¿Qué estamos haciendo? Estamos llevando al prospecto paso a paso, de una manera estratégica al cierre de la venta.

A esto se le llama vender por pasos, estamos llevando al prospecto del paso uno, al paso dos y del paso dos al paso tres, en donde nuestra meta final es cerrar una venta o reclutar a una persona. Pero lo queremos hacer de una manera estratégica siguiendo cada paso, siguiendo la secuencia correcta de cerrar una venta.

Ahora déjame hacerte una pregunta ¿Cuál es el propósito de sacar una cita? El propósito de hacerlo es ese, simplemente sacar una reunión para hacerle una demostración.

Cuando estamos agendado una cita con un cliente potencial no estamos vendiendo nuestro producto o servicio. Lo único queremos es tener la oportunidad de hacerle una presentación completa y después poder venderle.

Recuerda que:

Todos los caminos te llevan a una presentación profesional de ventas.

Te voy a dar varios ejemplos:

Ahora que miles y miles de personas han perdido sus trabajos y negocios a causa de la pandemia y están perdiendo sus casas por que no pueden hacer los pagos, en la mayoría de las estaciones de radio escuchamos anuncios de compañías que están ofreciendo servicio de consolidación de deudas, modificación de préstamos y/o cómo hacer una bancarrota.

Dicen: “Llame hoy para hacer una cita completamente gratis con uno de nuestros abogados, en la cita vamos a contestar todas sus preguntas y le vamos a explicar cómo le podemos ayudar a solucionar su problema. No hay obligación ni compromiso de compra. Llame hoy para sacar una cita gratis con uno de nuestros asesores”.

¿Te das cuenta de que en este anuncio solamente están prospectando a sus clientes ideales, personas que están teniendo problemas económicos y necesitan hacer una consolidación de sus deudas, una modificación al préstamo o cómo aplicar para una bancarrota? en este paso solo están sacando citas de personas interesadas en este servicio, aunque el propósito final, es venderles el servicio de sus abogados, pero en este paso solamente quieren sacar una cita.

Algo muy importante que tú debes de saber es lo siguiente:

“Los beneficios de la cita son completamente diferentes, a los beneficios de tu producto o servicio”.

Tu primera tarea es muy importante:

Es hacer una lista con todos los beneficios de la cita para tus clientes.

Escribe, cuales son los beneficios de la cita para tu cliente si acepta entrevistarse contigo.

¿Sabes cuál es la principal razón por la que los prospectos no llegan a la cita, llaman para cancelar o te dejan plantado? Es porque no te has tomado el tiempo para explicarles cuál es el beneficio para ellos de entrevistarse contigo.

Te lo repito, la principal razón por la que tus prospectos no llegan a la cita, llaman para cancelar o te dejan plantado es porque no te has tomado el tiempo para explicarles cuál es el beneficio para ellos de entrevistarse contigo.

Es muy importante que lo entiendas porque en la mente de tu prospecto hay una balanza. De un lado están los beneficios de entrevistarse contigo y del otro lado de la balanza están todas sus responsabilidades y compromisos que tu prospecto tiene con su familia o trabajo.

Entonces, en el proceso de sacar una cita, si todavía no les has explicado a tus futuros prospectos los beneficios de la cita, entonces tus prospectos simplemente no van a llegar o te van a dejar plantado.

Si quieres que tus clientes lleguen a la cita, que no te cancelen o que no te dejen plantado entonces debes explicarles cuáles son los beneficios de la cita para ellos. Ofreceles un premio, un regalo, o un incentivo, ofreceles una consulta gratis, una sesión. Te repito si quieres que mas personas o clientes potenciales lleguen a la cita ofreceles un premio, un regalo o un incentivo.

Nunca olvides, que las personas solamente entienden un lenguaje universal y ese lenguaje es el de los beneficios; o sea tus clientes quieren saber de qué manera ellos se van a beneficiar si van a esa cita, de qué manera su familia se va a beneficiar, de qué manera su vida será diferente.

Haz una lista con todos los beneficios de tu cita y explícale a tu cliente cuál será el beneficio de entrevistarse contigo. Qué problema van a solucionar, qué es lo que será posible en su vida al entrevistarse contigo.

Las 3 preguntas que debes de tener en mente cuando estés sacando citas.

1. ¿Quiénes son mis clientes ideales?
2. ¿Cuál es el problema que tienen mis clientes ideales?
3. ¿Cuál es el beneficio de la cita?. ¿Qué problema podrán solucionar?
¿Qué será posible en su vida como resultado de entrevistarse contigo?

Si está claro esto ¿Verdad?

Muy bien, ahora vamos a hacer un repaso de lo que llevamos.

- Primero generamos un prospecto que califique y que sea nuestro cliente ideal.
- Segundo, hacemos una cita

El tercer paso es ganarse la confianza de las personas.

Este paso es muy importante porque a las personas les gusta hacer negocios con otras personas a quienes conocen, que les inspiran confianza y que les caen bien. Esto es muy importante que lo entiendas, porque tú puedes tener el mejor producto, el mejor servicio o la mejor oportunidad de negocio, pero si no sabes ganarte la confianza de las personas quiero decirte que estás perdiendo mucho dinero.

¿Por qué debemos de ganarnos la confianza de las personas?

Porque a las personas les gusta hacer negocios con las personas que conocen, que les inspiran confianza y que les caen bien.

¿Cómo te puedes ganar la confianza de una persona? Muy fácilmente: interesándote sinceramente en ellos, tratándolos como personas, tratándolos como seres humanos. No viéndoles el símbolo de dólares en la frente.

¿Cómo te puedes ganar la confianza de las personas?

- Haciéndolas sentir como la persona más importante.
- Escuchándolas.
- Entendiendo sus necesidades, intereses o problemas.
- Tratando a las personas cómo te gustaría que te trataran a ti.
- Entendiendo que la mayor debilidad del ser humano es el deseo de ser amado, querido, valorado, respetado.

Este paso es muy importante porque cuando te ganas la confianza de una persona eliminas la desconfianza, eliminas la incredulidad y aumentas la probabilidad de que el prospecto compre tu producto o servicio.

Cuando nos ganamos la confianza de un cliente ya tenemos la venta cerrada en un 50%, así de importante es ganarnos la confianza de las personas.

En el capítulo de: "Cómo ganarse la confianza de las personas" vamos a aprender técnicas avanzadas de rapport, para que llegues al prospecto de una manera

inconsciente y aprendas estrategias para ganarte instantáneamente la confianza y sin que ellos se den cuenta.

El cuarto paso es identificar las necesidades de tu cliente.

Este paso es muy importante porque cuando conocemos la verdadera necesidad de un cliente, cerrar una venta o reclutar una persona es muy fácil, aquí vas aprender como lograrlo.

Quiero empezar con esta frase:

“La manera más fácil de influenciar y de persuadir a una persona es identificar lo que ellos quieren y dárselos”.

¿Cómo vamos a identificar las necesidades de los clientes?

Muy fácilmente haciéndoles preguntas.

Es como cuando estás enfermo y vas al doctor, el doctor te va hacer una serie de preguntas para diagnosticar la enfermedad y poder darte la medicina correcta.

Bueno, imagínate que tu vas a ser una especie de doctor pero en ventas y le vas a hacer ciertas preguntas a tu cliente para poder identificar sus necesidades, intereses o problemas.

La manera correcta de identificar las necesidades de tu cliente es tener una lista preparada con las preguntas que les vas a hacer para conocer sus necesidades, intereses o problemas.

Tu siguiente tarea es hacer una lista de las preguntas que les vas a hacer a tus clientes para conocer sus necesidades, intereses o problemas.

En los próximos capítulos, vamos a aprender más sobre este tema, qué preguntas hacer, cómo hacerlas y por qué hacerlas.

Mientras tanto quiero compartir contigo algunas preguntas poderosas que les puedes hacer a tus clientes para conocer sus necesidades:

Señor prospecto, ¿Qué es lo más importante para usted con respecto a: (lo que tú vendes)?

¿Qué es lo más importante para usted, con respecto a la compra de una casa(si vendes casas)?

¿Qué es lo más importante para usted, con respecto a la compra de un carro (si vendes carros)?

¿Qué es lo más importante para usted con respecto a una oportunidad de negocio (si vendes una oportunidad de negocio)?

El gran conferencista americano Zig Ziglar decía: “Ayuda a las personas a conseguir lo que ellos quieren y tú podrás obtener lo que tu quieres”.

A continuación voy a compartir contigo algo que a lo mejor te va a sorprender.

Una parte muy importante del proceso de vender, influenciar es saber guiar, dirigir y mover a las personas a tomar acción.

A las personas en general, les gusta seguir y si tú los sabes guiar, ellos te van a seguir.

Por ejemplo: Los bailarines profesionales saben guiar a sus parejas en el baile. Un buen vendedor también sabe guiar a sus clientes y si tú los sabes guiar, ellos te van a seguir.

Por ejemplo: A ti te gustaría que yo te guiará y te enseñe la manera más fácil de cerrar más ventas, reclutar más personas y tener más clientes de una manera más efectiva. ¿No es cierto?

Bueno pues tus clientes también quieren lo mismo. Ellos quieren que tú los guíes, ellos quieren que tú los lleves a la tierra prometida, ellos quieren que tú los lleves al paraíso. Ellos quieren que tú los guíes a la compra del automóvil de sus sueños. Ellos quieren que tú los guíes a la compra de la casa de sus sueños. Ellos quieren que tú les enseñes la manera más fácil y rápida de cómo mejorar su salud. Ellos quieren que tú les enseñes el camino a la independencia financiera.

Ellos quieren lo mismo que tú quieres. Tú quieres que yo te ayude a tener más éxito en tu negocio, a cerrar más ventas, reclutar más personas, ganar más dinero, que te de la solución a tus problemas y tus clientes quieren lo mismo de ti. Ellos quieren que tú los ayudes a solucionar sus problemas, a ganar más dinero, a crecer su negocio. ¿Si está claro este punto?

Muy bien vamos a hacer ahora un repaso de lo que hemos visto hasta este momento en este proceso de cerrar una venta.

- 1ro. Generamos un prospecto.
- 2do. Hacemos una cita.
- 3ro. Nos ganamos la confianza de los clientes.
- 4to. Identificamos las necesidades de los clientes.

El quinto paso es explicar los beneficios.

Este paso es muy importante porque al final de tu presentación de ventas las personas compran por los beneficios. ¿Por qué sucede esto?

Porque las personas solamente conocen un lenguaje universal y este lenguaje es el lenguaje de los beneficios.

Tus clientes quieren saber de qué manera ellos se van a beneficiar, si compran tu producto o servicio.

- ¿De qué manera mi vida va a ser diferente?
- ¿De qué manera voy a mejorar mi salud?
- ¿De qué manera mi familia se va a beneficiar?
- ¿De qué manera yo voy a lograr la independencia financiera?

Entonces saber explicar los beneficios es muy importante. Porque al final de tu presentación de ventas las personas compran por los beneficios.

Por eso yo quiero que de aquí en adelante vendas beneficios. Vende beneficios. Las personas solamente entienden el lenguaje de los beneficios.

Entonces lo primero que tienes que hacer es identificar todos y cada uno de los beneficios de tu producto o servicio.

- ¿Cuáles son los beneficios de tu producto o servicio?
- ¿Cuáles son los beneficios tangibles?
- ¿Cuáles son los beneficios intangibles?
- ¿Cuáles son los beneficios de tomar acción?
- ¿Cuáles son las consecuencias de no tomar acción?

En el capítulo de los beneficios, vamos a entrar en profundidad en cada uno de los beneficios.

Hay 5 tipos diferentes de beneficios que debes de conocer e implementar para poder vender y reclutar personas de una manera más fácil, más rápida y efectiva.

Mientras tanto tu tarea es hacer una lista de todos los beneficios que ofrece tu producto o servicio. Es que tú tienes que saber, por qué la gente compra tu producto o servicio. ¿Cuáles son los beneficios que más les interesan?

Entonces en la presentación de ventas después de que le explicaste los beneficios ahora ya estás en la zona blanda. La zona blanda es donde el cliente está listo, motivado y preparado para comprar porque ya te ganaste su confianza, ya conoces sus necesidades y ya le explicaste los beneficios de tu producto o servicio y aquí es donde ya puedes cerrar la venta. Este es el mejor momento para comprar, porque tu cliente está en lo que yo le llamo "la zona blanda" porque tu cliente está listo y motivado para comprar.

El sexto paso es el cierre.

¿Qué es el cierre?

El cierre es la conclusión natural de una buena presentación de ventas.

Entonces si generaste un prospecto de calidad, si hiciste una cita, si en la cita te ganaste la confianza del cliente, después le hiciste las preguntas para identificar sus necesidades y si hiciste un buen trabajo explicándole los beneficios, tu cliente está en la zona blanda, está listo para comprar y tu estás listo para cerrar la venta.

Uno de mis cierres favoritos es el cierre doble alternativa. El cierre doble alternativa es cuando le das a escoger a tu prospecto entre dos opciones. Por ejemplo:

Señor prospecto entonces ¿Qué paquete le gustaría comprar el paquete A o el paquete B? y te quedas callado.

Señor prospecto ¿Va a pagar con cheque o en efectivo? y te quedas callado.

Recuerda que siempre que hagas la pregunta para cerrar la venta te vas a quedar callado.

¿Por qué nos quedamos callados cuando cerramos la venta?

Por qué el silencio es una parte muy importante en el proceso de influenciar y persuadir a las personas de comprar.

El silencio ayuda a tu cliente a tomar una decisión.

El silencio pone presión en el cliente.

El cierre doble alternativa es muy efectivo porque estamos asumiendo dos cosas, primero que el cliente si va comprar y segundo le estamos dando a escoger entre dos opciones.

Es como cuando vas a comer hamburguesas “In and out” en California. El cajero que toma tu orden no te pregunta si quieres una hamburguesa. Él asume que comprarás y simplemente te pregunta si quieres tu hamburguesa con queso o sin queso.

Más adelante tenemos un capítulo exclusivo de técnicas de cierre en donde te voy a enseñar mis mejores cierres, con los que yo y mis estudiantes hemos generado millones y millones de dólares en ventas y en comisiones. Vas a aprender la manera más fácil y efectiva de cómo cerrar una venta, qué decir, cómo decirlo, por qué decirlo y en qué momento cerrar la venta.

Esta clase es súper importante, pero mientras tanto sigamos aprendiendo en esta guía rápida este proceso tan poderoso.

Después del cierre viene, el séptimo paso que se centra en el manejo de las objeciones.

El séptimo paso, es el manejo de las objeciones de los clientes.

Cuando cierras una venta, el cliente te va decir que, SI , NO o te va a dar una objeción.

¿Cuáles son las objeciones más comunes?

“No tengo dinero”, “Necesito tiempo para pensarlo”, “Necesito hablarlo con mi esposa” etc...

Un vendedor profesional tiene una respuesta preparada para contestar cada una de las objeciones más frecuentes de sus clientes.

Es como un boxeador profesional, cuando le tiran un golpe, el boxeador se agacha y por reflejo condicionado inmediatamente contesta con otro golpe.

Tu también tienes que tener una respuesta preparada para contestar cada una de las objeciones más frecuentes de tus clientes.

Aquí es donde yo digo que : vamos a bailar elegantemente con el prospecto; como en el juego de la papa caliente.

Cuando tu cierras una venta, el cliente te va a dar una objeción y una manera de contestar una objeción es simplemente con una pregunta

Esta estrategia es muy importante porque al contestar una objeción con una pregunta, vas a poder descubrir cual es la verdadera objeción.

Ejemplo.

— Cliente: Sí lo quiero, pero necesito tiempo para pensarlo.

— Vendedor: “Entiendo lo que me está diciendo”, pero ¿Qué es exactamente lo que quiere pensar?

— Cliente: Sí lo quiero, pero hoy no tengo el dinero.

— Vendedor: “Entiendo lo que me está diciendo”, ¿Para cuando va a tener el dinero?

— Cliente: Sí lo quiero, pero necesito hablarlo con mi esposo

— Vendedor: “Entiendo lo que me está diciendo”, ¿Para cuando va hablar con su esposo?

Entonces esta técnica es simplemente, contestar la objeción con otra pregunta.

Aquí es donde vamos a bailar elegantemente con el prospecto.

Y tienes que tener una respuesta preparada para cada una de las objeciones más comunes de tus clientes.

Más adelante vamos a aprender cuál es la manera más efectiva de contestar cada una de las objeciones de los clientes.

Y si no cierras la venta ese día tienes que hacer el seguimiento.

El octavo paso es hacer seguimiento.

Quiero decirte algo muy importante, hay miles y miles de dólares en el seguimiento. El dinero está en el seguimiento. La fortuna está en el seguimiento.

Desafortunadamente la mayoría de los vendedores no hacen ningún tipo de seguimiento por que no saben como hacerlo de una manera profesional o porque se desaniman cuando escuchan el primer rechazo o cuando escuchan la primera objeción del prospecto.

Ahora, quiero que te des cuenta de algo muy importante. Cuando estás haciendo llamadas de seguimiento a tus clientes una semana después. Date cuenta de que tu clientes ya no están en la zona blanda de la presentación de ventas.

La zona blanda es cuando el prospecto está listo y motivado para tomar una decisión y eso sucede solamente al término de tu presentación de ventas, después de que te ganaste su confianza, después de que identificaste sus necesidades y después de que le explicaste los beneficios, ahí es cuando el cliente está en la zona blanda, listo y motivado para tomar una decisión de comprar.

Vamos a considerar el siguiente ejemplo: vas a una cita con uno de tus prospectos y haces tu presentación de ventas, te ganas la confianza de tu prospecto, identificas sus necesidades, le explicas los beneficios y le preguntas que si está listo para empezar. Tu prospecto te dice que no. Que necesita tiempo para pensarlo, tú haces tu mejor esfuerzo para cerrar la venta y al final el prospecto te dice: "Está bien si lo quiero, pero necesito tiempo para pensarlo, háblame la próxima semana".

Entonces, cuando tu le regresas la llamada una semana después para hacer el seguimiento date cuenta que la venta ya se enfrió, date cuenta de que tu prospecto ya no está en la zona blanda donde puede tomar la decisión de comprar.

En otras palabras si tú llamas a tu cliente y le dices: "Señor _____ le estoy llamando para saber qué decisión tomó acerca del producto" Lo más probable es que te diga que no porque en ese momento tu cliente ya no está en la zona blanda.

Tu trabajo como vendedor profesional es llevarlo otra vez a la zona blanda, a la zona de compra. Tienes que volver a conectarlo con los beneficios de tu producto o servicio. Tienes que volver a explicarle los beneficios.

Y la mejor manera de hacer el seguimiento o sea volver a llevar a tu cliente al cierre es siguiendo un gui3n, como los grandes actores, ellos siguen un gui3n.

El gui3n que vas a seguir es el siguiente:

Se1or _____ quedamos en que yo le iba a hablar el d1a de hoy ¿Recuerda? Si... Muy bien y le vas a decir lo siguiente:

Se1or _____ la 1ltima vez que hablamos usted me dijo que estaba muy interesado en mi producto verdad? Se1or ____ ¿Qu3 fue exactamente lo que m1s le interes3?

Y te quedas callado... Y dejas que te explique qu3 fue lo que m1s le interes3.

¿Por qu3 te vas a quedar callado? Porque todo lo que te diga te va ayudar a cerrar la venta.

Entonces le vas a decir:

Muy bien, entonces considerando los beneficios que m1s le interesaron A,B,C,, se1or...esas son excelentes razones para que usted tome una decisi3n el d1a de hoy.... Entonces con qu3 paquete le gustar1a empezar. ¿Quiere el paquete de oro o el de plata?

¿Va a pagar con cheque o efectivo? Y vuelves a cerrar la venta.

Lo bueno de seguir este proceso es que puedes darte cuenta en qu3 paso te encuentras en el proceso de la venta y en qu3 momento tu prospecto se encuentra en la zona blanda, cuando ellos est1n listos y motivados para tomar una decisi3n.

M1s adelante vamos a hablar en detalle sobre el seguimiento y te voy a dar m1s t3cnicas de c3mo hacerlo.

Mi regla en cuanto al seguimiento es la siguiente: Los vendedores profesionales hacemos seguimiento hasta que el cliente compre o hasta que muera. Lo que esto significa es que vamos a llevar la venta hasta el final de un s1 o de un no.

Y que vamos a hacer seguimiento hasta que el prospecto compre o hasta que te diga que ya no est1 interesado. Pero mientras el prospecto te diga que est1 interesado, que le llames despu3s, que lo est1 pensando, le vas a seguir llamando hasta que cierres la venta. Hasta que lleves la venta al final de un s1 o un no.

Entonces nunca se te olvide que el dinero est1 en el seguimiento y que los vendedores profesionales cada venta la llevan hasta el final de un s1 o de un no.

Estamos llegando al 1ltimo paso de esta gu1a de acci3n rapida.

El noveno paso es pedir referencias.

Para la mayoría de los negocios las referencias son muy importantes. Pero muchos vendedores pierden ventas por que no tienen un sistema para pedir referencias o por que se les olvida pedir referencias.

Lo más importante es que tengas un sistema para pedir referencias

Las compañías más exitosas en el mundo como McDonald's o Starbucks tienen sistemas o procedimientos para hacer cada una de las actividades más importantes del negocio.

Yo tengo un sistema de tres pasos para pedir referencias:

1. Tener un formulario para escribir las referencias.
2. Explicarle a tu cliente quién es una buena referencia.
3. Ofrecerle un premio, un regalo o un incentivo a cambio de las referencias.

¿Que si funciona este sistema? ¡Claro que funciona! Utilizándolo he generado miles de referencias que se han traducido en cientos de miles de dólares en comisiones.

Entonces lo más importante es que tengas un sistema para pedir referencias y que cada vez que hagas una presentación de ventas tengas una meta clara de cuantas referencias quieres generar.

Muy bien estamos llegando a la parte final de esta guía de acción rápida.

Lo que me gustaría hacer a continuación es un resumen de los 9 pasos del sistema más poderoso para cerrar una venta. Son nueve pasos que no solamente quiero que los entiendas, si no que los apliques en cada una de tus próximas presentaciones de ventas.

1. Prospectar y precalificar a clientes ideales.
2. Hacer una cita
3. Ganarse la confianza de los clientes
4. Identificar las necesidades de los clientes
5. Explicar los beneficios
6. El cierre
7. Contestar las objeciones
8. Hacer seguimiento
9. Pedir referencias

Este es el entrenamiento más importante para llevar tu carrera y negocio al siguiente nivel. Porque si aprendes este sistema de venta, te podrás beneficiar por el resto de tu carrera en las ventas.

Yo creo que esta es una de las clases más importantes, date tiempo de leerla varias veces hasta que aprendas cada una de las ideas hasta el punto de implementación.

Quiero que estudies este sistema hasta que lo domines al 100%. Toma hoy la decisión de dominar este sistema. Mi recomendación es que te conviertas en un experto en este sistema, entenderlo, dominarlo e implementarlo.

Yo espero que hoy tomes la decisión de convertirte en un experto en este sistema de venta.

Mis expectativas son que te conviertas en un vendedor profesional.

Porque vender es la profesión mejor pagada para los vendedores profesionales.

Ventas equivale a ganar dinero y ser un vendedor profesional equivale a ganar mucho dinero.

Quiero decirte que estás aprendiendo de un entrenador que tiene más de 25 años de experiencia en ventas y que en los últimos 10 años he perfeccionado este sistema y se lo he enseñado a miles de vendedores que están generando cientos de miles de dólares de ganancias adicionales.

Estás aprendiendo de un entrenador que todos los días hace lo mismo que tú. Cada día dedico un mínimo de 4 horas exclusivas a prospectar, sacar citas, hacer presentaciones, hacer alianzas estratégicas y todos los días hago seguimiento hasta el final de un sí o de un no, a cada uno de mis clientes potenciales.

Quiero decirte que la crisis económica mundial, ocasionada por la pandemia, también me ha afectado de la misma manera que a ti. Pero, yo no me estoy quedando dormido en mis laureles y que a pesar de la crisis de la pandemia, ahora mi negocio está creciendo a pasos agigantados y esto está pasando por que estoy tomando acción masiva, me he reinventado, estoy usando las redes sociales y grabando videos todos los días y estoy más motivado que nunca.

Las historias de éxito y los estimonios reales de mis estudiantes que han aprendido este sistema y lo están implementando son una muestra de que sí podemos salir adelante a pesar de la pandemia, que sí podemos ganar mucho dinero en esta economía, si te preparas, si te reinventas y si empiezas a buscar las oportunidades.

Pero tienes que comprometerte a implementar el sistema y salir a prospectar todos los días, hacer tus llamadas, visitar a tus clientes y hacer seguimiento y siempre dar lo mejor de ti porque tú tienes un gran producto, un gran servicio o una gran oportunidad de negocio con el que vas a transformar la vida de tus clientes.

Yo creo que tienes el potencial para ganar cuatro veces más de lo que actualmente estás ganando en este momento.

Yo creo que tienes grandeza dentro de ti.

Y para terminar quiero preguntarte:

¿Cuáles son las 2 ideas más importantes que aprendiste?

¿Qué ideas vas a implementar para llevar tu negocio al siguiente nivel?

Tu tarea es aprender los 9 pasos de este sistema de cerrar una venta.

La meta es que si yo te veo en un evento presencial o en línea y pregunto ¿Cuáles son los nueve pasos del sistema más poderoso para cerrar una venta? tú me los puedas decir de memoria.

Tu tarea es:

Estudiar y aprender los 9 pasos del sistema para cerrar una venta.

Escribir todos los beneficios de la cita para tus clientes.

Escribir las preguntas que les vas a hacer para conocer sus necesidades.

Escribir todos los beneficios de tu producto o servicio.

En los próximos capítulos vamos a entrar en profundidad en cada uno de los 9 pasos del sistema más poderoso para cerrar una venta.

Te invito a que sigas en contacto conmigo en esta conversación de ventas, liderazgo y éxito empresarial. Nuestro punto de encuentro son todas mis redes sociales #hectorgonzalezcoach y mi pagina www.hectorgonzalezcoach.com

Piensa por unos minutos y escribe todas las respuestas posibles.

1. ¿Por qué estoy leyendo este libro?
2. ¿Qué metas quieres que este libro te ayude a lograr?
3. ¿Qué metas personales quieres que este libro te ayude a lograr?
4. ¿Qué metas profesionales quieres que este libro te ayude a lograr?
5. ¿Qué estoy dispuesto a hacer para poder lograr mis metas?
6. ¿De qué manera tu vida va a cambiar una vez que termines de leer e implementar las estrategias en este libro?

Ponlo en una oración:

Al terminar de leer e implementar las estrategias en este libro yo voy a: _____

CAPÍTULO 1

Cómo generar una cantidad ilimitada de prospectos

*“Ventas es la profesión mejor pagada para los
vendedores
que son profesionales”.*

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 1

Cómo para generar una cantidad ilimitada de prospectos.

Si te gustan las estrategias que ponen dinero en tu bolsillo, entonces te van a encantar las que uso para generar múltiples fuentes de prospectos.

Imagínate ¿Cómo sería tu vida, si tuvieras una cantidad ilimitada de prospectos listos y calificados para comprar tu producto o servicio?

Imagínate ¿Cómo sería tu vida, si tuvieras una cantidad ilimitada de tus clientes ideales que te motivan y te inspiran a sacar lo mejor de ti?

En el capítulo anterior, aprendimos de una manera rápida los 9 pasos del sistema más poderoso para cerrar una venta. Son 9 pasos muy importantes, que no solamente quiero que los entiendas, sino que los estudies hasta el punto de implementación.

Mi meta es que te conviertas en un experto en este sistema.

Vamos a hacer un repaso de los 9 pasos:

1. Prospectar y precalificar a clientes ideales
2. Hacer una cita
3. Ganarse la confianza de los clientes
4. Identificar las necesidades de los clientes
5. Explicar los beneficios
6. El cierre
7. Contestar las objeciones
8. Hacer seguimiento
9. Pedir referencias

Yo creo que tener muchos prospectos listos y calificados para comprar tu producto o servicio es muy importante. La razón por la que es importante tener muchos prospectos, listos y calificados para comprar tu producto o servicio es porque cuando tenemos muchos prospectos listos y calificados, estamos en una posición de abundancia donde puedes darte el lujo de escoger a tus clientes ideales y de esta manera tu trabajo como vendedor se convierte en una tarea muy fácil.

Pero si tienes muy pocos prospectos, y si los pocos prospectos que tienes son de mala calidad, o sea no son tus clientes ideales y además no están bien calificados,

entonces tu trabajo como vendedor es muy difícil y tienes que hacer una gran labor para poder vender, cerrar una venta o reclutar a una persona.

Pero si tenemos grandes cantidades de prospectos y sí son de buena calidad y además son nuestros clientes ideales y están bien calificados para comprar, entonces nuestro trabajo como vendedor es muchísimo más fácil, que es simplemente, ayudarlos a tomar una decisión para que ellos puedan resolver sus necesidades, intereses o problemas.

Uno de mis mentores Jim Rohn decía:

“Para tener éxito en tu negocio es necesario, generar muchos prospectos y cerrar muchas ventas y para lograr esto, tenemos que hablar con muchas personas y la buena noticia es que hay mucha gente. Hay mucha gente por todas partes. Hay millones y millones de personas en todo el mundo”.

Las estadísticas del último censo dicen que en total somos más de 7,500 millones de habitantes en nuestro planeta y de estos más de 400 millones hablan español. En Estados Unidos, hay más de 50 millones de latinos que hablan español y en pocos años los latinos vamos a ser la minoría más grande en este gran país. En California los latinos ya son la minoría más grande. ¡Wow! cuando escuché esta noticia no lo podía creer. Según estas estadísticas hay más de 400 millones de personas que hablan el español en todo el mundo, ¿Qué significa esto para ti? que hay miles y miles de clientes potenciales, que hay millones de personas que hablan español, o sea que hay miles de clientes potenciales para tu negocio.

Para tener grandes cantidades de prospectos listos y preparados para comprar tu producto, servicio u oportunidad de negocio tienes que mejorar en tres áreas:

Primero, tienes que mejorar tu mentalidad en cuanto a prospectar, tener una mentalidad positiva y ver el lado positivo de las personas.

Segundo, para que puedas generar más prospectos tienes que mejorar las estrategias que usas para prospectar, tienes que mejorar tus guiones/ tu script que viene siendo lo que dices y cómo lo dices y también la tecnología que usas.

Y tercero, para que puedas sacar más citas tienes que tomar más acción. Tienes que convertirte en una persona de acción.

Vamos a empezar con la mentalidad.

La mentalidad es muy importante por que el 80% de tu éxito es tu psicología, tu manera de pensar o como lo decía Henry Ford: *“Si crees que puedes o si crees que no puedes tienes toda la razón”.*

Mejorar la mentalidad es muy importante porque tú tienes toda una mentalidad en cuanto a prospectar, tú tienes una serie de creencias en cuanto a prospectar.

¿Déjame hacerte unas preguntas?

Cuando estás prospectando personas para tu negocio.

- ¿Cuál es tu mentalidad?
- ¿Qué piensas?
- ¿Cómo te sientes cuando estás prospectando?
- ¿Crees que eres bueno para prospectar?
- ¿Cuáles son algunas de las creencias que tienes cuando estás prospectando?

Identificar las creencias que tenemos es muy importante. Porque todos tenemos creencias positivas y creencias negativas. El problema es que la mayoría de las creencias que tenemos no son neutrales o de hecho la mayoría de las creencias que tenemos son negativas.

Entonces la pregunta que quiero que te hagas es esta: ¿Las creencias que tienes, te están ayudando a lograr tus metas o te están deteniendo?

Déjame hacerte otra pregunta:

¿Es cómodo para ti hablar con una persona que no conoces?

¿Es cómodo para ti pedirle una cita a un prospecto o te da miedo, te incomoda pedir una cita?

Tienes que entender que tienes toda una mentalidad, toda una serie de creencias positivas o negativas en cuanto a prospectar que te están apoyando o te están deteniendo.

Desafortunadamente la mayoría de las creencias que tenemos no son neutrales o te están ayudando a lograr tus metas o te están deteniendo y es muy importante de que te des cuenta de esto porque si las creencias que tienes no te están ayudando entonces te están deteniendo.

En la escala del 1 al 10 ¿Cómo te calificas para prospectar?

¿Qué calificación te das?

Si te calificaste en menos de 6 entonces necesitas mejorar tu mentalidad.

Para aprender cómo eliminar las creencias limitantes de una manera fácil, práctica y efectiva Lee el capítulo de “Como eliminar las creencias limitantes” en la página 213.

Lo primero que debes considerar para generar grandes cantidades de prospectos tiene que ver con tus hábitos de trabajo, con la planeación y organización de tu tiempo.

Uno de los hábitos más importantes que puedes desarrollar en tu carrera en ventas es el hábito de salir a prospectar todos los días.

Mi recomendación es que dediques el 80% de tu tiempo a tus actividades más importantes que son prospectar, sacar citas, presentar, cerrar ventas y hacer seguimiento.

Los vendedores profesionales en eso nos enfocamos la mayor parte del tiempo tanto dentro, como fuera de internet.

Si de verdad quieres aumentar tus ventas, reclutar más personas y tener más clientes, asigna esa cuota de tiempo para hacer lo que te permitirá tener el resultado que quieres.

Los vendedores, son los únicos trabajadores en el mundo que todos los días amanecen desempleados y continúan desempleados hasta que no se ponen frente a frente, cara a cara o en el teléfono con una persona que puede comprar su producto o servicio. Con esto, quiero que entiendas que el único tiempo en que un vendedor está trabajando es cuando está frente a frente, cara a cara o en el teléfono con un prospecto que puede comprar tu producto o servicio.

Mi recomendación es que cada día dediques un mínimo de 4 horas a prospectar sin interrupciones. Un bloque 2 horas por la mañana y un bloque de 2 horas por la tarde. En este bloque de tiempo exclusivo para prospectar no vas a tomar llamadas personales, no vas navegar en el internet, no vas revisar tus redes sociales, no vas revisar tus mensajes de texto o whatsapp y vas a apagar todas las notificaciones de tu computadora y celular.

Prospecta la mayor parte del tiempo, prospecta todos los días y a todas horas -en las redes sociales y fuera de las redes sociales- hasta que estés tan ocupado, haciendo demostraciones y cerrando ventas que ya no tengas tiempo de salir a prospectar.

¿Están claras las instrucciones? Dedica la mayor parte de tu tiempo a prospectar, un mínimo de 4 horas cada día única, y exclusivamente a este objetivo.

Los vendedores que están ganando mucho dinero son aquellos que dedican el 80% de su tiempo a prospectar, sacar citas y cerrar ventas.

Esto es simple y fácil pero la mayoría de los vendedores no lo hace porque no tienen el hábito de salir a prospectar, porque están distraídos, están desenfocados.

Cuando yo inicié mi negocio de fotografía, recuerdo que dedicaba un promedio de 8 a 10 horas todos los días exclusivamente a prospectar, sacar citas, hacer demostraciones, cerrar ventas y hacer seguimiento a mis clientes ideales y te cuento que utilizando esta simple pero poderosa estrategia logré crecer mi negocio en menos de 3 años de cero a ventas superiores al millón de dólares, solo por tener el hábito de salir a prospectar todos los días.

Entonces, ¿Qué es exactamente lo que vas a hacer?

Mi recomendación es que prospectes todo el tiempo, que prospectes todos los días y a todas horas -en las redes sociales y fuera de las redes sociales- hasta que estés tan ocupado, haciendo demostraciones y cerrando ventas que ya no tengas tiempo de salir a prospectar.

La regla del metro.

Hay una regla en ventas que se llama la regla del metro y se trata de que a todas las personas que te encuentres y que estén a menos de un metro de distancia de ti, le vas a decir con mucho amor, pasión y entusiasmo lo que tu haces y cómo ayudas a las personas.

En tiempos de pandemia y ahora que poco a poco se está abriendo la economía puedes seguir utilizando la regla del metro pero con todas las precauciones, guardar tu sana distancia y usar tu cubrebocas porque esto te protege a ti y le da confianza a tu prospecto.

Recuerdo que tomé un curso de naturismo para ser asesor de salud y nutrición y cuando terminamos el curso el maestro nos decía para promover su nuevo negocio y que puedan ayudar a muchas personas a recuperar su salud, "Tienen que hacer mucho ruido" y lo que significa esto es que a todo el mundo le tienes que decir lo que haces. ¡Así es! a todo el mundo les vas a decir lo que tú haces, en qué negocio estás, cómo ayudas a las personas. A todo mundo les vas a decir con mucho amor, pasión y entusiasmo lo que tú haces y cómo los puedes ayudar.

Déjame darte otro ejemplo real y verdadero, En Lakewood, California cerca de mi oficina acaban de abrir un gimnasio y ellos están haciendo mucho ruido, están repartiendo flyers en las casas, en los carros, tienen anuncios espectaculares, se están anunciando en las revistas locales y en las redes sociales. Todo cuenta. Todo lo que hagas para promover tu negocio cuenta.

Juan es uno de mis estudiantes de la academia de ventas, negocios y liderazgo, Juan es chofer de un camión y acaba de empezar su negocio de red de mercadeo y ya está haciendo ruido, tiene sus business cards, flyers, puso un anuncio en una revista y esta haciendo videos para sus redes sociales, todo cuenta.

Hoy en día lo que más funciona desde mi punto de vista es una estrategia híbrida 50/50 qué significa esto que dediques un 50% de tu tiempo a las redes sociales, videos y otro 50% presencial o por teléfono.

No pongas tus huevos en una sola canasta.

Recientemente se cayó instagram, facebook y whatsapp casi todo un día. Y millones de emprendedores se quedaron "chiflando en la loma" -sin negocio-. Como te puedes dar cuenta, el hackeo a las redes sociales, está pasando actualmente, ya ha pasado anteriormente y va a seguir pasando. Porque los hackers (los piratas cibernéticos cada vez son más sofisticados)

Mi recomendación es que:

“No pongas tu negocio en una sola canasta”. A disposición de las redes sociales.

Además las redes sociales cada vez están más limitadas porque facebook e instagram continúan cambiando el algoritmo y no te van ayudar a promover tu negocio a menos de que les pagues por promover tu negocio.

Los expertos en marketing digital dicen que:

“Tu negocio tiene que estar 100% digital en las redes sociales”.

No es cierto.

Inclusive, los expertos en marketing digital están haciendo eventos presenciales o por zoom para cerrar ventas.

Porque:

“Todos los caminos te llevan a una presentación profesional de ventas presencial, por teléfono o por zoom”.

Te lo repito lo mejor es:

- Una estrategia híbrida 50/50
- 50 % de tu tiempo a las redes sociales.
- 50% presencial frente a frente, cara a cara o en el teléfono.
- Prospeccionar todos los días.
- Grabar videos todos los días.

“Todos los caminos te llevan a una presentación profesional de ventas”.

Hector Gonzalez

Reciclar prospectos.

La siguiente estrategia que voy a compartir contigo es “Reciclar prospectos”. Lo que esto significa es que cada vez que contactes a una persona para ofrecerle tu producto o servicio y te diga que en ese momento no está listo para comprar.

Tu puedes volver a llamar cada 90 días y hacerle la misma oferta o una oferta diferente o la especial que estés promoviendo en ese momento. Porque lo vas a prospectar cada 90 días. Es probable que, cuando lo prospectaste la primera vez no estaba listo, o no estaba interesado o a lo mejor si estaba interesado pero en ese tiempo, no era su prioridad. Así que puedes reciclar prospectos y lo que esto significa es que les puedes volver a llamar a todos tus prospectos cada 90 días más o menos.

Pero para poder hacer seguimiento a tus prospectos necesitas tener una base de datos con toda la información de tus prospectos y clientes.

Hoy en día tener aparte del nombre y teléfono de nuestros prospectos es importante, tener el correo electrónico de cada uno de tus prospectos y clientes y lo vas a necesitar para poder mandarles tips, consejos, contenido de valor, ofertas, especiales etc, etc, etc.

Una base de datos, es muy importante para el crecimiento de tu negocio. Una base de datos es la columna vertebral de tu negocio, y la información que quieres tener en tu base de datos es la siguiente: El nombre de tu cliente, su dirección, su teléfono celular, su correo electrónico y también la fecha de su cumpleaños.

¿Qué base de datos puedes usar? Hay muchas, puedes hacer una búsqueda en google y poner bases de datos para vendedores y vas a encontrar muchas. Pero para empezar a organizar tus contactos puedes usar el programa de Microsoft “EXCEL” o de google o simplemente un cuaderno. Pero lo más importante es que tengas toda la información básica de tus clientes y prospectos organizada en una base de datos o empezar con un cuaderno.

El secreto del éxito en tu negocio es el orden.

- Orden en tu negocio.
- Orden tu oficina.
- Orden en tu escritorio.
- Orden en tu papelería.
- Orden en tus finanzas.
- Orden en tu base de datos.
- Orden en tus pensamientos.

Hector Gonzalez

Si tienes un website lo más importante es que tu base de datos esté conectada con tu website y cuando ingresen su email en tu website automáticamente se va a tu

base de datos, te voy a dar un ejemplo si tu vas a mi website www.hectorgonzalezcoach.com cada vez que una persona visita mi website y pone su información para recibir el boletín, se va directamente a mi base de datos y una vez que están en la base de datos yo puedo mandarles mi boletín “Triunfa hoy” con información valiosa de ventas, negocios y liderazgo, además invitaciones a mis clases y eventos exclusivos para mis contactos y además puedo ofrecerles otros productos o servicios.

Entonces si tienes un website, tu website y tu base de datos tienen que estar conectados.

Hay muchas bases de datos, que se pueden conectar a tu website y que también te sirven para mandar la publicidad por internet o lo que se le conoce como email marketing. La que yo uso se llama “Icontact”, hay otra que se llama “constant contact” estas bases de datos son en realidad muy económicas y algunas gratuitas como “Mailchimp” y te permiten mandar campañas de masivas por emails personalizado en grandes cantidades, como 500, mil o 10 mil o mas emails a la vez a un precio muy económico.

Y vas a usar estas herramientas de email marketing para dar contenido de valor, promover tu marca y promover tus servicios con todos los prospectos que tengas en tu base de datos.

Participar en seminarios.

La siguiente estrategia millonaria para generar prospectos es “Participar en seminarios” Esta es una excelente estrategia para generar prospectos, para que hagas contactos, te relaciones y promuevas tu negocio.

Es una excelente estrategia porque vas a aprender, relacionarte, hacer contactos y promover tu negocio e intercambiar tarjetas de negocios con otras personas.

La única razón por la que las personas tienen tarjetas de negocio, -business cards- es para repartirlas y para promover su negocio, así que cuando vayas a estos eventos intercambia tarjetas con todas las personas. Haz contactos, relaciónate y promueve tu negocio.

Muchos de mis estudiantes vienen a todos mis seminarios presenciales porque es una gran oportunidad para aprender, hacer contactos y promover su negocio.

A algunos de mis estudiantes los paso al frente para que platiquen su testimonio y les doy oportunidad de que promuevan su negocio.

Cuando vayas a este tipo de eventos es importante que hayas preparado con tu presentación de elevador -elevator pitch-.

En tu presentación de elevador, solo vas a decir tu nombre, el nombre de tu compañía y qué es lo que tú haces, qué ofreces y de qué manera ayudas a otras personas

Por ejemplo, mi presentación de elevador es la siguiente, Mi nombre es Hector Gonzalez, yo soy el coach de los vendedores exitosos y me especializo en enseñar a mis clientes poderosas estrategias de ventas y negocios para ayudarlos a cerrar más ventas, tener mas clientes y ganar más dinero.

En tu presentación de elevador solo vas a decir tu nombre, el nombre de tu compañía y que es lo que tu haces, que ofreces y de qué manera ayudas a otras personas.

Persigue tu dinero.

La siguiente idea, es una de mis estrategias favoritas para conseguir prospectos se llama "Persigue tu dinero".

Se trata de lo siguiente, vas a hacer una lista de todas las personas a las que les pagas dinero de una manera regular.

¿Quiénes son las personas a las que les pagas dinero de una manera regular?

Entonces la pregunta que te vas a hacer es : ¿Quiénes son las personas o los negocios a los que les pagas dinero de una manera regular?

Por ejemplo a los restaurantes a donde vas a comer , a la tintorería a dónde llevas tu ropa a lavar, a tu estilista, a tu preparador de impuestos, a tu agente de viajes, al mecánico con el que llevas tu carro a reparar, al supermercado a donde vas a hacer tus compras. Haz una lista de todas las personas y negocios a los que les pagas dinero de una manera regular

Esta estrategia es muy importante porque tú tienes una relación muy especial con estas personas, tú tienes cierto nivel de influencia, porque tú eres un cliente para ellos. Ellos ya están haciendo negocios contigo, ahora tú también quieres hacer negocios con ellos.

Después de que hiciste tu lista hazte la siguiente pregunta: ¿Son estas personas clientes ideales para mi negocio?

Entonces si tú eres un agente de bienes y raíces, si eres un vendedor de carros, si vendes seguros de vida o de carro, si estás en un negocio de multinivel o si ofreces una oportunidad de negocio "Persigue tu dinero" es una poderosa estrategia para ti.

Una de mis estudiantes utilizó esta estrategia, hizo su lista de contactos y puso a su ginecóloga, la próxima vez que fue a su cita le explicó acerca de su negocio de red de mercadeo y le preguntó que si le gustaría ganar un dinero extra en sus

tiempos libres y la ginecología le dijo que si, hicieron una cita, le explicó todos los beneficios del negocio, a ella le interesó, se registró a su negocio de red de mercadeo y ahora la ginecóloga es una de sus líderes más importantes para su negocio multinivel.

Otra de mis clientas utilizó la misma estrategia “Persigue tu dinero” y reclutó al pastor de su iglesia a su negocio de multinivel. Te digo que esta es una poderosa estrategia.

Entonces lo que vas a hacer es asegurarte de tener la información de todas las personas a las que les pagas dinero como su nombre, teléfono, dirección, correo electrónico y lo que vas a hacer con la información de estas personas es que las vas a poner en tu base de datos y una vez que los tengas ahí, les vas a llamar por teléfono para ofrecerles tus productos o servicios o les vas a mandar información valiosa por correo o por email.

A la mayoría de las personas que entran a negocios de multinivel, sus líderes les dicen que hagan una lista de sus familiares y empiecen a trabajar con ellos, que los inviten a su negocio de red de mercadeo y muchas veces los familiares son los que menos te apoyan, ¿Por qué? porque nadie es profeta en su propia tierra y menos con tus familiares; ni siquiera Jesucristo fue profeta en su propia tierra. Entonces lo que vas a hacer es una lista de todas las personas y negocios a los que les pagas dinero y les vas a ofrecer tus servicios y también les vas a pedir referencias.

Entonces te voy a dar un ejemplo: vamos a suponer que eres un agente de bienes y raíces. La próxima vez que vayas a tu restaurante favorito, después de que te sienten en tu mesa, pregúntale al mesero por el dueño o el manager del restaurante y cuando venga el manager o el dueño, lo vas a felicitar y le vas a decir que te gusta mucho la comida y que es uno de tus restaurantes favoritos y le vas a decir que tu eres un agente de bienes y raíces y le das tu tarjeta de negocio y le dices que si él o su familiares algún día necesitan la ayuda de un agente de bienes y raíces que tu los puedes ayudar y eso es todo lo que les vas a decir.

La próxima vez que vayas a ir al restaurante vas a hacer lo mismo, saludarlo y platicar brevemente con el manager o el dueño y lo que estás haciendo es ganarte su confianza. Le vas a pedir su información personal nombre, teléfono y correo electrónico y después lo vas a poner en tu base de datos y empezar a ofrecerle tus servicios por teléfono, por correo, por email, así que persigue tu dinero es una poderosa idea, ¡así que empieza a utilizarla ya!

Prospectar a todas las personas que te prospectan a ti.

La siguiente estrategia, “Prospectar a todas las personas que te prospectan a ti”, entonces de aquí en adelante vas a tener prendidas las antenitas y vas a prospectar a todas las personas que te prospectan a ti por teléfono, por texto, por whatsapp, por flyers, que te manden publicidad por correo a tu casa o que te dejen su flyer en

tu carro o por correo electrónico o en tus redes sociales y grupos. Lo que vas a hacer es a agarrar su información de la persona que te prospecto, la vas a poner en tu base de datos y después les vas a llamar para ofrecerles tu producto o servicio.

El guión que vas a utilizar es este:

Si te llaman por teléfono, los escuchas brevemente por cortesía y después les das las gracias y les dices:

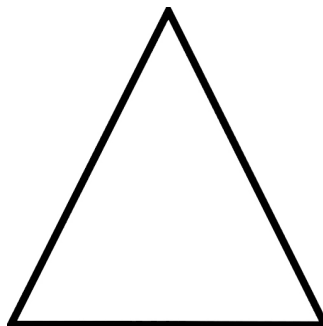
“Que bueno que me llamaste.
Hola mi nombre es...(tu nombre).
Yo soy...(título).
Y yo me especializo en.....(explicar cómo ayudas a las personas).
Mi meta en el mes es ayudar a 5 personas a: (explicar tu promoción o especial).
Y voy a regalar (5 sesiones, 5 faciales, 5 consultas, 5 muestras).
¿Te gustaría ser una de las 5 personas que van a recibir este regalo?”.

Alianzas estratégicas.

Una de las estrategias más poderosas para generar prospectos y crecer tu negocio de una manera fácil, rápida y efectiva es haciendo alianzas estratégicas con personas de Influencia.

Figura 1.

PDI -Persona de Influencia-.



“Quien tiene a mis clientes”.

La pregunta que te vas a hacer es esta:

¿Quién es una persona de influencia, qué tiene a mis clientes ideales con la que puedo hacer una alianza estratégica que sea ganar-ganar?

Primero, vamos a empezar por definir quien es una persona de influencia: Una persona de influencia son líderes de organizaciones de padres de familia, de mujeres, de hombres, de dueños de negocios.

Personas de influencia son gerentes, supervisores, pastores de iglesia, dueños de negocios, presidentes de empresas, presidentes de cámaras de comercio, presidentes de clubes.

Las personas de influencia son los líderes de estas organizaciones y tienen influencia sobre el grupo al que pertenecen.

Por ejemplo: mi amiga Adela Vargas que es presidenta y fundadora del club de mujeres exitosas.

Entonces la idea es que tu vas a hablar con la persona de influencia para que te de acceso a los miembros de su organización. Le vas a pedir que te recomiende con ellos, que te permita hablar con ellos, que te refiera con ellos, que te de su información: nombre, teléfono etc, etc y tu vas a contactar a estas personas con la recomendación del líder.

Ahora ¿Por qué el líder querrá hacerlo?

Porque te vas a poner en sus zapatos y te vas a preguntar ¿Qué le puedo yo ofrecer al líder a cambio de que me de acceso a su grupo?

Exactamente. Tu le vas a dar algo al líder a cambio de que el te de acceso a su grupo.

Te voy a decir algo muy importante:

“La manera más fácil de influenciar y persuadir a una persona es identificar algo que ellos quieren o necesitan y dárselos”.

Entonces vas a hacer una alianza estratégica con la persona de influencia que sea ganar-ganar. Osea el gana, tu ganas y ganan los miembros de la organización.

Por ejemplo, yo utilizo esta estrategia todos los días, hablo con líderes de empresas de ventas directa o multinivel (personas de influencia) y les ofrezco un entrenamiento de profesional de ventas o liderazgo para ayudar a sus vendedores a aumentar sus ventas de cortesía, sin costo para ellos, gratuito, osea lo que yo hago les doy algo de valor, a mis clientes valiosos y a cambio ellos me dan acceso al grupo y yo al final puedo ofrecer mis servicios. Una relación ganar - ganar

Y tú también puedes hacer lo mismo.

Especialmente si eres experto en salud, belleza, nutrición o finanzas, les puedes ofrecer una clase, un seminario educativo, de nutrición, de salud, de belleza, de finanzas, etc.

Entonces las preguntas que te tienes que hacer son:

- ¿Quiénes son mis clientes ideales?
- ¿Quién es una persona de influencia que tiene a mis clientes ideales?
- ¿Qué es lo que yo le puedo ofrecer a la persona de influencia a cambio de que me de acceso al grupo?

Le puedes ofrecer algo gratis, un entrenamiento, una clase, una sesión, una consulta, un regalo, un premio, un incentivo, una donación o un porcentaje de lo que se venda, etc.

Pon mucha atención, porque así es como se hacen los grandes negocios.

Te voy a dar un ejemplo:

La compañía Starbucks utilizó esta estrategia para convertirse en el líder mundial en el negocio del café.

A lo mejor tu estás familiarizado con la alianza estratégica entre Starbucks y Barnes and Noble, Starbucks entró a Barnes and Noble porque Barnes and Noble tiene a los clientes ideales de Starbucks y Starbucks tiene a los clientes ideales de Barnes and Noble.

Los ejecutivos de Starbucks implementaron esta estrategia y se hicieron la misma pregunta que tú te vas a hacer : ¿Quién es una compañía que tiene a mis clientes y que podamos hacer una alianza estratégica que sea ganar-ganar? La respuesta fue Barnes and Noble. Ellos negociaron con los ejecutivos de Barnes and Noble Y así fue como Starbucks entró a más de 500 tiendas de esta librería.

Starbucks utilizó esta estrategia para convertirse en lo que es hoy, el líder mundial en el negocio del café.

Lo que hicieron fue alianzas estratégicas ganar-ganar con compañías que tienen a los clientes ideales de Starbucks y se asociaron con ellos.

Los ejecutivos de Starbucks son expertos en esta estrategia y se volvieron a hacer la misma pregunta ¿Quién es una compañía que tiene a mis clientes y que podamos hacer una alianza estratégica que sea ganar-ganar?

La respuesta fue: supermercados, plazas comerciales, restaurantes, aeropuertos y hoy en día la mayoría de los aeropuertos más importantes en Estados Unidos y en muchas partes del mundo ya están vendiendo el café de Starbucks.

Los ejecutivos de Starbucks son expertos en esta estrategia. Empieza a poner atención en las grandes compañías y te podrás dar cuenta de que así es como se

hacen los grandes negocios. Y que tú también lo puedes hacer aunque sea a una menor escala.

Otro ejemplo, es la compañía Disney, cada vez que van a sacar una nueva película para niños, ellos utilizan esta misma estrategia, buscan negocios “Personas de influencia” que tengan a sus clientes ideales que son los niños y las familias, por eso es que Disney ha hecho una alianza con McDonald’s por qué McDonald’s tiene los clientes de Disney. Una relación ganar-ganar.

Te repito así es como se hacen los grandes negocios. Pero olvidémonos de estas compañías, olvidémonos de Starbucks, McDonald’s y Disney ellos ya lo están haciendo.

La pregunta es qué es lo que vas a hacer. En concreto ¿Qué vas a hacer tu?

Mi recomendación : Haz una lista de 10 personas de influencia o 10 negocios con los que puedas hacer una alianza estratégica.

Tu tarea es hacer una lista de 10 personas o negocios con los que puedas hacer una alianza estratégica que sea ganar-ganar.

Vas a identificar a personas de influencia, personas que tengan a tus clientes ideales y los vas a influenciar para que te den acceso a su grupo. ¿Cómo te van a dar acceso a su grupo? Muy fácilmente, identifica algo que ellos quieran o necesiten y dáselos. Ayúdalos a conseguir lo que ellos quieren y tú podrás conseguir lo que tu quieres.

Entonces ¿Qué estamos haciendo? Estamos aprendiendo cómo crecer nuestros negocios al ser más estratégicos por medio de la colaboración, una colaboración que sea ganar-ganar.

Relación exclusiva de intercambio de referencias.

La siguiente idea es tener una relación exclusiva de intercambio de referencias con otra persona. En esta relación exclusiva intercambio de referencias tu le vas a referir clientes a esta persona y esta persona te va a referir clientes a ti.

Entonces lo que puedes hacer es buscar a una persona que esté en un negocio diferente al tuyo, que tenga buena reputación y que tenga a tus clientes ideales.

La pregunta que te vas a hacer es la siguiente: ¿Quién es una persona que tiene a mis clientes, que tenga una buena reputación y con la que pueda tener una relación exclusiva de intercambio de referencias?

Es una relación en donde tú exclusivamente le vas a referir clientes a esta persona y esta persona te va a referir clientes exclusivamente a ti.

Un ejemplo de esta relación es un agente que vende seguros de casa y un agente de bienes y raíces y de la manera de hacerlo es que si yo soy un agente seguros de casa, voy a buscar a un agente de bienes y raíces que sea uno de los mejores, que tenga mucha experiencia y una excelente reputación en la comunidad y le voy a decir que estoy buscando una persona para que sea mi agente de bienes y raíces y que me quiera referir a todos sus clientes que necesiten seguro para su casa y yo por mi parte también le voy a referir a él todos mis clientes que quieran comprar casa.

Lo que quieres hacer, es tener una relación exclusiva de intercambio de referencias con esta persona, y si yo soy el agente de seguros le preguntaría al agente de bienes y raíces que si le gustaría tener esta relación de intercambio de referencias conmigo, tienes que trabajar con una persona en la que puedas confiar, que tengan credibilidad y que sean expertos en lo que hacen y que tengan buena reputación en la comunidad.

Entonces, por ejemplo: si yo soy un agente que vende seguros de casa, me gustaría tener una relación de intercambio de referencias con un agente de bienes y raíces, con un agente de préstamos, con un vendedor de autos, con un preparador de impuestos, con una agencia de viajes, etc.

Tu meta es buscar de 5 a 10 personas con las que puedas tener una relación exclusiva de intercambio de referencias.

Te estoy dando una instrucción específica, muévete a la velocidad de las instrucciones, busca de 5 a 10 personas con las que puedas tener una relación exclusiva de intercambio de referencias.

Este es un concepto muy poderoso que te va ayudar a generar grandes cantidades de prospectos, pero la tienes que poner en práctica y tomar acción.

Recuerda que las mejores ideas sin acción, no sirven de nada.

Y lo que me gustaría hacer a continuación es lanzarte un reto.

El reto es que te pongas la meta de duplicar prospectos y clientes en los próximos 30 días. Es importante que lo pongas como una meta, porque las metas funcionan como un imán y tu vas a atraer a tu vida exactamente lo que estés pensando y lo que estés pidiendo.

Ponlo como una meta, empieza a aplicar las estrategias, toma acción y visualízalo

*“Las personas mas exitosas
saben exactamente lo que quieren,
tienen un plan para lograrlo
y todo su tiempo lo dedican a lograr su meta”.*

Hector Gonzalez

El cuadrante de tus clientes.

La siguiente idea es sobre quien tiene el cuadrante de tus clientes, el cuadrante de tus clientes es una compañía, que tiene dentro su clientela a varios negocios que son clientes potenciales para ti.

Por ejemplo para mí, son todas las compañías de título de casas, porque estas compañías tienen compañías de bienes y raíces, compañías de préstamos, compañías de seguros de casa, que son negocios que tienen grupos de vendedores que se pueden beneficiar de mi entrenamiento de ventas.

Entonces, la pregunta es: ¿Quién es un negocio o persona que tiene el cuadrante de tus clientes?

Vas a buscar a personas o negocios que tengan a tus clientes ideales y los vas a influenciar para que te den acceso a sus clientes. ¿Por qué te van a dar acceso a sus clientes? Porque tú tienes algo que ellos quieren o necesitan. Vas a identificar algo que ellos quieran o necesiten y dáselos.

Decía el gran Zig Ziglar: “Ayuda a las personas a conseguir lo que ellos quieren y tú podrás conseguir lo que tú quieres”.

Entonces, ¿Qué estamos haciendo? Estamos aprendiendo cómo crecer nuestros negocios al ser más estratégicos por medio de la colaboración, una colaboración que sea ganar-ganar.

Subir la escalera de las ventas.

Hay una estrategia para llegar a las personas de influencia que se llama “Subir la escalera de las ventas” te acuerdas del triángulo la figura 1, en la punta del triángulo está la persona de influencia y en la parte de abajo está quien tiene a mi cliente. subir la escalera de las ventas es cuando tú no conoces a la persona de influencia o que no tienes acceso a la persona de influencia, pero conoces a una persona que conoce a la persona de influencia o que tiene acceso a la persona de influencia y vas a utilizar a esta persona que tú conoces para que te presente, te refiera o te recomiende con la persona de influencia que está en la parte de arriba del triángulo, a eso se le llama subir la escalera de las ventas.

Comprar listados de tus clientes ideales.

Puedes comprar listados de compañías que tengan a tus clientes ideales. Puedes hacer una búsqueda en google y vas a encontrar a muchas compañías que venden listados de prospectos.

Hablar en público.

Una de las mejores estrategias para atraer a tus clientes ideales, cerrar más ventas, reclutar más personas, tener más clientes y ganar grandes cantidades de dinero, es hablar en público. Hablar en público es sin lugar a dudas una de las mejores maneras para atraer a tus clientes ideales y generar una cantidad ilimitada de prospectos.

Esta estrategia es definitivamente mi favorita porque hablando en público, dando contenido de valor en las redes y fuera de las redes sociales, mi negocio esta creciendo a pasos agigantados y me he posicionado como uno de los conferencistas más solicitados en los Estados Unidos.

Los beneficios de hablar en público.

- Atraes a tus clientes ideales.
- Cierras mas ventas.
- Reclutas más personas a tu negocio.
- Mejor uso de tu tiempo, porque en vez de dar una presentación 1 a 1, puedes presentarle de 1 a 50, 1 a 100, 1 a 500 o 1 a 10 mil.
- Generas grandes cantidades de prospectos.
- Te posicionas como un experto.
- Te da credibilidad.
- Cumples tu propósito de vida: Educar, informar, transformar vidas.

“No te enfoques en vender, mejor enfócate en servir a tus clientes con amor, pasión y entusiasmo y el éxito que tanto deseas llegará por añadidura”.

Hector Gonzalez

Quiero decirte que cuando yo doy un entrenamiento educativo o una presentación de ventas yo no me enfoco en vender, aunque suene irónico, aunque suene contradictorio yo no me enfoco en vender, yo me enfoco en dar contenido de valor a mis clientes valiosos, darles información valiosa, estrategias de ventas y liderazgo para ayudarlos a aumentar sus ventas y crecer su negocio y al final de mi presentación siempre tengo un poderoso llamado a tomar acción osea que los invito a invertir en mis libros o participar en algún programa de entrenamiento de ventas, negocios o liderazgo y esto es maravilloso porque cuando mis clientes ideales ven los beneficios de la preparación y de invertir en ellos y cuando se dan cuenta de que mi entrenamiento los va ayudar a aumentar sus ventas, crecer sus negocios y ganar más dinero, ellos compran solos.

En tiempos de pandemia, hablar en público es una excelente estrategia para atraer a tus clientes ideales, cerrar más ventas, reclutar más personas, tener más clientes y ganar grandes cantidades de dinero.

Por que todo lo puedes hacer en línea por medio de webinars, utilizando zoom, las redes sociales y todo lo que te he enseñado en este libro, tener una base de datos organizado con todos los datos de tus clientes, nombre, telefono y correo electrónico, en combinación con, mensajes de texto y whatsapp.

Te lo repito en tiempos de pandemia. Hablar en público es sin lugar a dudas una de las mejores maneras para atraer a tus clientes ideales y generar una cantidad ilimitada de prospectos.

Entonces lo que tu puedes hacer es dar clases presenciales o por zoom pero con un perfil educativo. Por ejemplo clases de nutrición, aromaterapia, cuidado de la piel, de autoestima, finanzas, como empezar tu propio negocio, esa es la clave hacer clases o seminarios educativos gratis para educar al público sobre el tema de tu especialidad.

Por ejemplo, los agentes de bienes y raíces pueden hacer seminarios educativos para primeros compradores de casa o sobre “La mejor manera de vender tu casa en tiempos de recesión”. La clave es hacer un seminario o un taller para informar, educar, para atraer a tus clientes ideales con la finalidad de darles información valiosa e identificar a las personas que están listas para invertir en tu producto, servicio o negocio y obtener la información de tus prospectos: nombre, teléfono y correo electrónico.

Los que están en el negocio de la publicidad pueden hacer seminarios informativos, ferias para dueños de negocios, “7 maneras para crecer tu negocio en el mercado latino”, entre otras ideas más de este tipo.

Otra idea para generar grandes cantidades de prospectos es ir a los eventos donde participan tus clientes ideales como ferias, festivales, eventos especiales, convenciones, plazas, supermercados, mercados al aire libre.

Hace muchos años yo fui manager en California de la compañía americana A & TT utilizamos esta estrategia y generamos miles y miles de prospectos participabamos todos los eventos grandes donde estaban nuestros clientes ideales, familias latinas, y participamos en festivales, la fiesta Broadway de Los Ángeles, las fiestas del 5 de mayo, Supermercados, Tianguis o mercados al aire libre donde llegan miles de familias latinas.

Para atraer a nuestros clientes a nuestra mesa, regalábamos globos y hacíamos rifas de productos con la finalidad de obtener la información de nuestros clientes ideales, nombre y teléfono y tuvimos mucho éxito porque logramos generar miles y miles de prospectos que se convirtieron en clientes para AT & T.

Hoy en día, en tiempos de pandemia lo que más funciona, desde mi punto de vista es una estrategia híbrida 50/50 qué significa esto que dediques un 50% de tu tiempo a las redes sociales, grabar videos y el otro 50% de tu tiempo a prospectar presencial y por teléfono.

Recuerda que todos lo caminos te llevan a una presentación profesional de ventas

Cuando queremos aumentar nuestras ventas todo cuenta y cuando queremos generar cantidades ilimitadas de prospectos todo cuenta, todo cuenta.

Regresa con tus clientes anteriores.

La última idea que quiero compartir contigo y quizás la más importante de este entrenamiento es que regreses con todos tus clientes anteriores, que regreses, visites o llames a todos los clientes que ya te han comprado anteriormente.

Y esta es la diferencia entre un vendedor con una mentalidad de cazador y un vendedor con la mentalidad de sembrador, hay muchos vendedores que tienen la mentalidad de cazador que dicen a mi dame un prospecto, yo hago la cita y cierro la venta, esa es la mentalidad de un cazador y siempre están pensando en la siguiente víctima, siempre están pensando en el siguiente prospecto, siempre están pensando en como ganarse una comisión.

Por otro lado, está el vendedor que piensa como un sembrador, el sembrador a diferencia del cazador se enfoca en construir relaciones, un sembrador en la vida real trabaja la tierra, trabaja una parcela día a día, mes tras mes, año tras año y produce frutos, produce resultados de ese terreno.

Y esto es precisamente lo que hacemos los vendedores profesionales nos enfocamos en construir relaciones, trabajamos una comunidad, trabajamos una base de datos, trabajamos una cartera de clientes existentes, día tras día, semana tras semana, mes tras mes, año tras año y producimos resultados de esta base de datos, producimos resultados de esa cartera de clientes y creamos clientes y amigos para toda la vida.

Para triunfar en tu carrera en las ventas necesitas tener las habilidades de un cazador para poder cerrar la venta, pero también necesitas tener las habilidades de un sembrador que son igual o quizás más importantes que las habilidades de un cazador.

Te voy a dar un ejemplo:

En mi caso particular, mi intención para con cada uno de los lectores de este libro, es que quiero ser tu solución en todas tus necesidades de entrenamiento de por vida. Yo quiero ser uno de tus entrenadores de por vida, yo quiero que me consideres en tu equipo de entrenadores, en tu equipo de coaches, en tu equipo de mentores que te van a ayudar a lograr el éxito.

Hay muchos entrenadores, motivadores o conferencistas en mi industria que vas a una de sus conferencias, te venden un entrenamiento, te venden sus libros o sus programas de CDs o en línea y nunca más vuelves a saber de ellos.

Yo en cambio, tengo sistemas para mantenerme en contacto contigo, yo estoy en todas las redes sociales dando contenido de valor todos los días. Otro sistema que utilizo para estar en contacto con mis clientes es por correo electrónico, grupos de texto y grupos whatsapp, llamadas por teléfono y los seminarios presenciales o por zoom y en todas mis redes sociales #hectorgonzalezcoach y mi blog donde tengo mucho contenido de valor www.hectorgonzalezcoach.com

Esto es exactamente lo que hace un sembrador en los negocios; construye relaciones para toda la vida.

Entonces primero tienes que tener la intención de ser la solución para todas las necesidades de tu cliente de por vida en lo que tu ofreces.

Si eres un agente de bienes y raíces, quieres ser la solución para todas las necesidades de bienes y raíces de tus clientes de por vida.

Si vendes publicidad, tú quieres ser la solución para todas las necesidades de publicidad de tu cliente de por vida. Si vendes autos, quieres ser la solución para todas tus necesidades de autos de tus clientes de por vida.

En pocas palabras lo que sea que vendas, tú quieres ser la solución para las necesidades de tu cliente de por vida.

Por ejemplo: Yo quiero ser tu mentor, tu coach, tu solución para todas tus necesidades de entrenamiento de por vida. Porque a lo largo de tu vida vas a necesitar más entrenamiento, más capacitación en ventas, negocios y liderazgo.

Esa es mi intención, pero necesitas tener más que la intención, necesitas tener una base de datos, necesitas tener sistemas para estar en contacto permanente con tus clientes y además necesitas un servicio al cliente extraordinario.

Ahora permíteme preguntarte:

- ¿Te gustaría que tu negocio siga creciendo mes tras mes, año con año?
- ¿Te gustaría tener clientes y amigos que compren de una manera constante y que te refieran a sus amigos y familiares?
- ¿Te gustaría tener una gran cantidad de clientes que regresen contigo una y otra vez y que te den tantas referencias y que tú ya no tengas la necesidad de salir nunca más a prospectar?

Si te gustaría producir ese resultado tienes que hacer lo siguiente:

Primero, ponlo como una de tus metas.

Segundo, implementa sistemas para producir estos resultados, porque si tu mentalidad es la de un cazador tu negocio nunca funcionará sin la necesidad de salir a prospectar. De la única manera en que tu negocio va a funcionar sin salir a prospectar es que te conviertas en la solución para todas las necesidades de tu cliente de por vida en el negocio en el que tú estés.

Este capítulo es tan poderoso que quiero que vuelvas a leer una y otra vez hasta que aprendas cada una de estas ideas hasta el punto de implementación.

Yo quiero que tú también hagas la transición de ser un vendedor con la mentalidad de cazador y que te conviertas en un sembrador, que tengas tu base de datos de clientes satisfechos que compren solo contigo, que tengas los sistemas para que estés en contacto permanente con tus clientes y que te conviertas en la solución para las necesidades de tu cliente de por vida.

Muy bien así es como llegamos al final de este capítulo en donde aprendiste cómo generar una cantidad ilimitada de prospectos y que tengas clientes y amigos para toda la vida. A continuación vamos a hacer un resumen de lo más importante. En este capítulo aprendimos:

- Que si queremos generar una cantidad ilimitada de prospectos tenemos que dedicar el 80% de nuestro tiempo a prospectar hasta que estemos tan ocupados haciendo citas y cerrando ventas que ya no tengamos tiempo de salir a prospectar.
- Que para triunfar en las ventas tenemos que desarrollar el hábito de dedicar un bloque de 4 horas cada día a prospectar.
- Que podemos reciclar prospectos, es decir podemos llamar a los prospectos interesados cada 90 días.
- La importancia de tener una base de datos con la información de nuestros prospectos, con el nombre, teléfono, email y una sección para comentarios.
- La importancia de ir a seminarios y eventos para aprender, relacionarnos, hacer contactos y promover nuestro negocio.
- La importancia de hablar en público como estrategia para generar prospectos
- La importancia de hacer alianzas estratégicas con personas de influencia (PDI)
- La diferencia entre un vendedor con la mentalidad de cazador y un vendedor con la mentalidad de sembrador.

¿Cuáles fueron las 2 ideas más importantes que aprendiste en este capítulo?

¿Qué estrategias vas a implementar para generar más prospectos?

***Para aumentar tus ventas y tener más clientes
necesitas tres sistemas:***

Un sistema para generar prospectos.

Un sistema para generar citas.

Un sistema para cerrar ventas.

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 2

Cómo generar una cantidad
ilimitada de citas.

*“Las personas solamente entienden el lenguaje
de los beneficios”.*

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 2

Cómo generar una cantidad ilimitada de citas.

En este capítulo te voy a enseñar mis mejores ideas para ayudarte a generar toda la cantidad de citas que quieras de una manera fácil, práctica y efectiva.

Con estas estas estrategias he generado miles de citas y en tiempos de crisis - pandemia- mi negocio está creciendo a pasos agigantados. Todas las estrategias funcionan, son parte de este sistema pero las tienes que poner en práctica.

Como decía Og Mandino: “Saber hacer las cosas y no hacerlas es no saberlas”.

Mi compromiso es compartir contigo estas poderosas ideas. Tu compromiso es implementarlas y tomar acción, porque las mejores ideas sin acción no producen ningún resultado.

En el capítulo anterior hablamos del primer paso de este proceso tan importante para cerrar una venta que es generar prospectos.

En este capítulo vamos a hablar del segundo paso del sistema que es como generar una cantidad ilimitada de citas.

Esto es muy importante porque si queremos cerrar más ventas y tener más clientes tenemos que tener más citas. No hay vuelta de hoja.

Todos los caminos te llevan a una presentación profesional de ventas.

Para generar más citas, tienes que mejorar en tres áreas:

Primero tienes que mejorar tu mentalidad en cuanto a sacar citas, tener una mentalidad positiva y ver el lado positivo de las cosas.

Segundo, para que puedas sacar más citas tienes que mejorar las estrategias que usas para sacar citas, tienes que mejorar tu manera de pedir la cita, tu manera de confirmar la cita, tienes que mejorar tu presentación, tu script que viene siendo lo que dices y cómo lo dices.

Y tercero, para que puedas sacar más citas tienes que tomar más acción. Tienes que convertirte en una persona de acción.

Vamos a empezar con la mentalidad.

Mejorar la mentalidad es muy importante porque tú tienes toda una mentalidad en cuanto a sacar citas, tú tienes una serie de creencias en cuanto a sacar citas.

Déjame hacerte una pregunta

Cuando estás haciendo llamadas para sacar citas.

¿Cuál es tu mentalidad? ¿Qué piensas? ¿Qué pasa por tu mente?

¿Cuáles son algunas de las creencias que tienes cuando estás sacando citas?

Identificar las creencias que tenemos es muy importante. Porque todos tenemos creencias positivas y creencias negativas. El problema es que la mayoría de las creencias que tenemos no son neutrales o de hecho la mayoría de las creencias que tenemos son negativas.

Entonces la pregunta que quiero que te hagas es esta: ¿Las creencias que tienes, te están ayudando a lograr tus metas o te están deteniendo?.

Te pregunto:

- ¿Las creencias que tienes te están ayudando a sacar más citas o te están deteniendo?
- ¿Crees que es fácil sacar citas o crees que es difícil sacar citas?
- ¿Crees que eres bueno para sacar citas o crees que no eres bueno para sacar citas?
- ¿Cuál es tu mentalidad?
- ¿Crees que hay muchas citas o crees que hay escasez de citas?
- ¿Crees que hay grandes cantidades de citas? o
- ¿Crees que no hay suficientes citas para todos?

Déjame hacerte otra pregunta:

- ¿Cómo te sientes cuando estás sacando citas?
- ¿Es cómodo para ti pedirle una cita a una persona?
- ¿O te da miedo, te incomoda pedir una cita, te incomoda pedirle una segunda cita a una persona?

En la escala del 1 al 10 ¿Qué calificación te das?

Si te calificaste en menos de 6 entonces necesitas mejorar tu mentalidad porque esto te está haciendo perder mucho dinero.

Pero no te preocupes porque en esta clase te voy a enseñar como sacar citas de una manera fácil, práctica y efectiva.

Tienes que entender que tú tienes toda una mentalidad, toda una serie de creencias positivas o negativas en cuanto a sacar citas que te están ayudando o te están deteniendo.

Desafortunadamente la mayoría de las creencias que tenemos no son neutrales o te están ayudando a lograr tus metas o te están deteniendo y es muy importante de que te des cuenta de esto porque si las creencias que tienes no te están ayudando entonces te están deteniendo

Quiero decirte que vender, generar prospectos, sacar citas, reclutar líderes, cerrar una venta, es un juego de números, porque toma un cierto número de llamadas para generar un prospecto de calidad y tenemos que hablar con un cierto número de personas para poder sacar una cita y toma cierto número de citas para poder cerrar una venta.

Yo tengo una pregunta para ti. ¿Y tú? ¿Te sabes tus números?

¿Sabes exactamente cuántas llamadas tienes que hacer para sacar una cita?

¿Sabes con cuantas personas tienes que hablar para sacar una cita?

¿Y de las citas que sacas sabes cuantas presentaciones tienes que hacer para cerrar una venta?

Es muy importante que sepas tus números. Los deportistas profesionales saben sus números. Los atletas profesionales saben sus números. Un beisbolista profesional sabe sus números.

En el mundo de los negocios también los vendedores profesionales saben cuáles son tus números.

Yo sé mis números. En mi negocio de hablar en público, si yo estoy haciendo llamadas para sacar citas, tengo que hacer aproximadamente 10 llamadas para poder sacar una cita. Porque de cada 10 llamadas saco una cita para una presentación.

Pero este capítulo, no es acerca de mí. Yo, ya sé mis números. Este capítulo es acerca de ti y que tú sepas cuantas llamadas tienes que hacer para poder sacar una cita.

¿Sabes con cuántas personas tienes que hablar para poder sacar una cita?

Una de tus tareas, es que pongas atención a tus números, que determines cuántas llamadas tienes que hacer o con cuantas personas tienes que hablar para sacar una cita. Tu tarea es saber tus números.

La fórmula para sacar tus números:

Primero, tenemos que empezar con el resultado final en mente. Determinar ¿Cuánto dinero quieres ganar al mes?

Segundo, ¿Cuántas ventas tienes que cerrar para ganar esta cantidad de dinero?

Tercero, ¿Cuántas citas tienes que programar para poder cerrar ese número de ventas?

Cuarto, ¿Cuántas llamadas tienes que hacer para sacar ese número de citas?

Quinto, ¿Cuántas horas va a dedicar a prospectar para poder sacar ese número de citas?

Tu tarea es hacer tu plan mensual. Entonces vas a determinar:

- ¿Cuánto dinero quieres ganar?
- ¿Cuántas ventas tienes que cerrar para ganar esta cantidad de dinero?
- ¿Cuántas citas tienes que programar para cerrar ese número de ventas?
- ¿Cuántas llamadas tienes que hacer para sacar ese número de citas?
- Y ¿Cuántas horas va a dedicar a prospectar para poder sacar ese número de citas?

Cómo hacer un plan mensual.

Vamos a suponer que tu meta es ganar 10 mil dólares al mes y si ganas mil dólares por cada venta que cierras, entonces necesitas cerrar 10 ventas al mes para poder ganar 10 mil dólares.

La siguiente pregunta que te tienes que hacer es: ¿Cuántas citas tengo que hacer para poder cerrar 10 ventas?

Vamos a suponer que cierras una venta cada dos citas que haces. Entonces necesitas hacer 20 citas para poder cerrar 10 ventas y ganar los 10 mil dólares que es tu meta.

La siguiente pregunta es cuántas citas tengo que programar para correr 20 citas, por qué tenemos que considerar el número de cancelaciones o cambios de fechas.

Por ejemplo: Si una de cada tres prospectos te cancela o te cambia la cita, entonces necesitas programar 60 citas al mes para que puedas correr 20 para que cierres 10 para que ganes los 10 mil dólares que es tu meta.

Entonces vas a programar 60 citas para correr 20 citas.

Para correr 20 citas necesitas correr una cita cada día y si tu sacas tus propias citas, necesitas sacar un promedio de 1 a 2 citas cada día

Por eso es muy importante que sepas que números tienes que saber cuántas llamadas tienes que hacer para sacar 60 citas, para correr 20 citas y cerrar las 10 ventas para ganar los 10 mil dólares.

Esta es una fórmula muy práctica para ganar la cantidad de dinero que quieres ganar por mes.

Ahora a implementarla porque las mejores ideas sin acción no sirven de nada.

Hay un concepto que dice que: **“Todo Cuenta”** ¿Qué significa esto?, que todo lo que hagas te va a ayudar a lograr tu meta y todo lo que dejes de hacer también te va a afectar.

Ahora , tenemos que ser conscientes de que cuando estamos haciendo llamadas para sacar citas, vamos a encontrar todo tipo de personas, personas que son muy amables, personas que nos van a contestar de mal humor, y va a haber otras personas que nos van a colgar el teléfono. Sobre esto quiero decirte que todo eso es normal en las ventas y porque así es la naturaleza del ser humano, tenemos que entender que cada cabeza es un mundo. Y te preguntarás ¿Esto qué tiene que ver conmigo?

Primero, quiero que entiendas que un vendedor profesional, no se siente mal cuando suceden cosas normales. Por ejemplo, es normal que un cliente no te conteste el teléfono, es normal que un prospecto te cuelgue el teléfono, es normal que te dejen esperando, es normal que te digan que no. Es normal que un cliente cancele una cita. Entonces, un vendedor profesional, no se siente mal cuando suceden cosas normales.

Segundo, los vendedores profesionales no se toman las cosas personalmente.

Es que tienes que entender que cuando una persona te dice que no. No te está rechazando a ti; te está diciendo no a lo que le estás ofreciendo. Es importante que entiendas que no te está rechazando a ti. Te está diciendo no a la oferta o a la invitación que le estás haciendo. Entonces el mensaje es que ¡no te tomes las cosas personalmente!

En su libro: “Los 4 acuerdos” Don Miguel Ruiz nos enseña 4 maravillosos acuerdos para tener éxito en la vida y en los negocios y uno de esos cuatro acuerdos es: No debemos de tomarnos las cosas personalmente.

Escríbelo como una afirmación: A partir de hoy, cuando una persona me diga que no, no voy a tomar las cosas personalmente.

“Nadie puede hacerte sentir mal, si tu no lo permites” o como decía Eleanor Roosevelt: “Nadie puede hacerte sentir mal. sin tu consentimiento” osea que nadie puede hacerte sentir mal, si no lo permites o mejor dicho nadie puede hacerte sentir mal, si no te tomas las cosas personalmente. Nada, ni nadie puede hacerte sentir mal si no lo permites.

¿Está claro este punto?

Ahora vamos a hablar acerca de la importancia de tener una mentalidad positiva y de las creencias que detienen a la mayoría de los vendedores cuando están sacando citas.

Muchos vendedores me dicen “Hector, está difícil sacar citas, es que no hay citas, todo mundo me dice que no, la verdad es que yo soy bueno para sacar citas”.

Yo quiero decirte que mientras te sigas diciendo a ti mismo, que no eres bueno para sacar citas, que sacar citas es difícil, que no eres bueno para vender pues eso es exactamente lo que va a pasar, porque ese es el mensaje que le estas mandando a tu mente subconsciente.

La ley de las creencias dice que: “Cualquier cosa que te estés repitiendo una y otra vez, sea falso o verdadero eventualmente te lo vas a creer.

A partir de hoy, como tu entrenador en ventas quiero que nunca más digas:

- “Sacar citas es difícil”.
- “Sacar citas es trabajoso”.
- “Yo no soy bueno para sacar citas”.
- “Yo no soy bueno para vender”.

Te voy a decir algo muy importante:

El cambio empieza con tu mentalidad, el cambio empieza con tu lenguaje, el cambio empieza con tus palabras. Te lo repito: El cambio empieza con tu mentalidad, el cambio empieza con el lenguaje, el cambio empieza con tus palabras.

Cambia tu historia y cambia tu vida.

Uno de mis mentores Earl Nightingale decía: “Eres o te convertirás en lo que estás pensando todo el tiempo”.

Entonces la pregunta que tengo para ti es: ¿En qué estás pensando la mayor de tu tiempo?

Entonces, ¿Qué es exactamente lo que vas a hacer? Vas a empezar a reprogramar tu mente subconsciente con el poder de las afirmaciones o los decretos positivos, y lo que vas a hacer es decir en voz alta estas afirmaciones positivas :

- ¡Sacar citas es fácil y divertido!
- ¡Soy un experto en sacar citas!
- ¡A mis clientes les encanta darme citas!
- ¡Cada día aprendo nuevas ideas para sacar más citas!

Repite estas afirmaciones diariamente antes de empezar a trabajar.

¿Por qué vas a hacer esto? Porque la ley de las creencias dice que:

“Cualquier cosa que te estés repitiendo una y otra vez sea falso o verdadero eventualmente te lo vas a creer”.

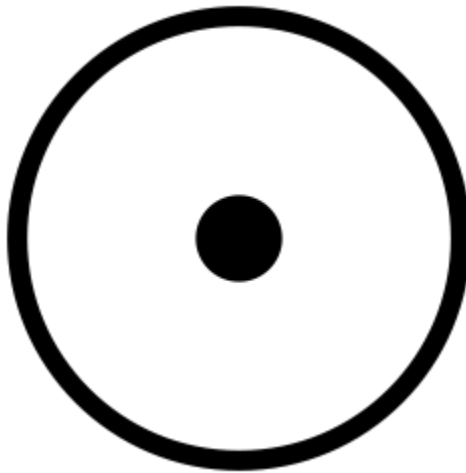
Ahora, la mentalidad de un campeón de ventas cuando está vendiendo, cuando está prospectando o cuando está sacando citas:

- ¡Yo soy un experto en ventas!
- ¡Vender es fácil y divertido!
- ¡Prospectar es fácil y divertido!
- ¡Sacar citas es fácil y divertido!
- ¡Yo soy un experto en sacar citas!
- ¡Yo puedo sacar mas citas!
- ¡Yo puedo lograr mi meta de citas!

Si te gustaría recibir la lista completa de mis afirmaciones mandame de whatsapp al +1 562-715-1174 con la palabra: "AFIRMACIONES".

Ahora quiero decirte, que no hay escasez de citas, es más quiero decirte que hay más citas que las que tu tienes la capacidad de atender.

Para que entiendas lo que te estoy diciendo quiero que hagas veas la siguiente ilustración:



Quiero que te imagines que dentro de este círculo hay abundancia, prosperidad, y riqueza, quiero que te imagines que dentro de ese círculo hay muchas oportunidades.

Ahora quiero que te imagines que ese pequeño punto te representa a ti y te encuentras en un lugar en donde hay abundancia, prosperidad y riqueza y el círculo representa ese lugar en donde hay mucha abundancia en cuanto a tener una cantidad ilimitada de citas.

Lo que quiero decirte con este ejercicio es que te des cuenta de que estás sentado en una mina de oro y que hay mucha abundancia, prosperidad y riqueza alrededor de ti. Lo que quiero decirte con este ejercicio es que hay demasiadas oportunidades alrededor de ti.

Lo que quiero decirte con este ejercicio es que hay miles de personas alrededor de ti que necesitan de tu ayuda, que necesitan de tu producto o servicio. Lo que este ejercicio representa es que hay más personas que necesitan de tu ayuda, que la cantidad de personas que tú tienes la capacidad de ayudar personalmente.

Lo que este ejercicio representa es una mentalidad de abundancia, lo que esto significa es que hay muchos prospectos, que hay demasiados prospectos, y que aunque quieras, tú no tienes la capacidad de ayudarlos a todos personalmente.

Ahora vamos a pasar a la siguiente idea haciéndote una pregunta.

¿Cual es el propósito de sacar una cita?

Y la respuesta es que: “El propósito de sacar una cita, es sacar una cita”.

El propósito de sacar una cita, no es vender o reclutar a una persona, el propósito es solamente eso, sacar una cita.

Lo único que estás tratando de hacer en este paso, es sacar una cita para poder hacer una demostración de tu producto o servicio.

A esto se le llama vender por pasos, a esto se le llama vender por etapas, estamos llevando al prospecto del paso 1 al paso 2 y del paso 2 al paso 3 en donde nuestra meta final es cerrar una venta.

Es importante que aprendas, la secuencia correcta de cerrar una venta y que aprendas a hacer una petición correcta en el tiempo correcto. Esto es muy importante porque esto te quita la presión a ti de que tienes que cerrar una venta y también le quita presión a tu prospecto.

Te voy a dar un ejemplo:

Piensa en la industria hotelera, en particular en la industria de los tiempos compartidos.

Cuando vas de vacaciones a Las Vegas, Hawaii o a Cancún en la mayoría de los hoteles te ofrecen un premio, un regalo o un incentivo a cambio que vayas a una cita para ver una presentación de ventas en donde te van a ofrecer un paquete vacacional en lo que se llama “Tiempos compartidos”.

La última vez que fui a las Vegas nos ofrecieron una cena gratis con un show incluido para 2 personas valorado en \$100.00 a cambio de ir a ver una presentación de 90 minutos.

En la industria hotelera utilizan esta estrategia, te ofrecen un regalo a cambio de vayas a esta presentación y como te puedes dar cuenta en este paso, ellos solamente quieren sacar una cita, no te están vendiendo nada, solo quieren que vayas a la presentación, aunque el propósito final de ellos es venderte un paquete vacacional, en este paso solo te están pidiendo que vayas a esta presentación de ventas y a cambio de eso ellos te van a dar un premio, un regalo o un incentivo.

Entonces, ¿Por qué muchos vendedores están teniendo problemas para sacar citas? Porque no saben llevar la secuencia correcta de cerrar una venta.

Muchos vendedores están teniendo problemas porque quieren cerrar una venta o reclutar a una persona en el tiempo incorrecto cuando todavía no se han ganado la confianza del prospecto.

Entonces: “Tenemos que aprender a hacer una petición correcta, en el tiempo correcto”.

Tenemos que aprender a pedir algo razonable, en un tiempo razonable.

Es como si le pidieras a tu novia o a tu novio que se casara contigo en la primera cita, cuando todavía no la conoces bien a ella, ni ella a ti.

Entonces como regla, no vamos a hacer eso, verdad que no porque todo lleva un proceso.

Entonces vamos a ver el ejemplo de una pareja que con el tiempo llega a casarse.

- Primero, conoces a la persona.
- Segundo, la invitas a salir.
- Tercero, le pides que sea tu novia.
- Cuarto, después de varios meses o años de noviazgo, ya le puedes pedir que si le gustaría casarse contigo.

¿Te fijas? estás haciendo “una petición razonable, en un tiempo razonable”.

El error más grave que cometen los empresarios de venta directa o multinivel es que tratar de cerrar la venta o de reclutar a una persona cuando todavía no te has ganado la confianza de tu prospecto, cuando todavía no conoces sus necesidades, intereses o problemas, cuando todavía no les has explicado los beneficios de tu producto, servicio o de tu oportunidad de negocio y ya les quieres vender.

Si tratas de cerrar una venta antes del tiempo correcto, te vas a ver como un cazador y vas a hacer que el prospecto salga corriendo.

Entonces, no presiones a tu prospecto, ni trates de cerrar la venta antes del tiempo correcto.



En África, ¿Qué hace una gacela cuando ve a un león? inmediatamente sale corriendo, huye. Y si tú tratas de cerrar la venta antes del tiempo correcto vas a hacer que tu prospecto salga corriendo.

Quiero que entiendas una cosa, tus palabras, tu energía y tu voz hacen una de dos cosas: atraes o rechazas. Exactamente con tus palabras, tu energía y tu voz atraes, personas, clientes y oportunidades o las rechazas.

Cuando aprendes la secuencia correcta de cerrar una venta, atraes a tus clientes ideales, cierras más ventas, reclutas más personas, tienes más clientes y ganas más dinero de una manera más fácil, más práctica y más efectiva.

Los beneficios de la cita son diferentes a los beneficios de tu producto o servicio.

Exactamente, los beneficios de la cita son diferentes a los beneficios de tu producto o servicio.

Por ejemplo cuando un agente de bienes y raíces quiere sacar una cita para hablar con un prospecto que está interesado en vender su casa le puede decir que los beneficios de la cita son los siguientes:

- Nos podemos reunir en el día y a la hora es que sea más conveniente para usted.
- Cuando nos entrevistemos le haré un análisis gratuito del valor de su propiedad.
- Le voy a explicar mi estrategia para ayudarle a vender su propiedad al mejor precio de una manera rápida.
- En la cita voy a contestar todas las preguntas que tenga acerca de su propiedad.

- Y al final de la cita va a tener la oportunidad de contratarme como su agente de bienes y raíces, si usted cree que yo soy la persona indicada para ayudarlo a vender su propiedad si no, pues no hay ningún problema.

Entonces, los beneficios de la cita son diferentes a los beneficios de tu producto o servicio.

En el ejemplo de los hoteles:

Ellos te dicen que los beneficios de la cita son a la hora y el día que sea más conveniente para ti, que te van a dar el certificado para una cena y un paseo gratis valor \$100 dólares y que no hay compromiso, ni obligación de comprar.

Ahora quiero hacerte una pregunta. ¿Sabes cual es la razón principal por la que un prospecto no llega a la cita, te cancela o te deja plantado?

La razón principal por la que cliente cancela, no llega a la cita o te deja plantado es porque no le has explicado cuales son los beneficios de la cita.



Figura 2.

Tenemos que entender dos cosas que en la mente del prospecto hay una balanza: de un lado de la balanza está el valor de su tiempo y del otro lado de la balanza está el valor de entrevistarse contigo.

Y la segunda cosa que tenemos que entender es que las personas solamente entienden un lenguaje universal y ese lenguaje es el de los beneficios.

Tu cliente quiere saber: ¿De qué manera yo me voy a beneficiar si voy a esta cita? ¿De qué manera mi vida va a ser diferente? ¿De qué manera mi familia se va a beneficiar?

Entonces si quieres tener más citas y menos cancelaciones tienes que explicarle a tu prospecto el valor de la cita y los beneficios de entrevistarse contigo y ofrecerle

un premio, un regalo, un incentivo, un descuento a cambio de que vaya a la cita, ese es el gancho.

En los comerciales en la radio y en la televisión lo dicen todo el tiempo: Llame para hacer una cita y le vamos a dar una consulta gratis con uno de nuestros abogados que le va a contestar todas sus preguntas.

Llame y para hacer una cita y le vamos a regalar muestras gratis. Fíjate bien en los comerciales en la radio y la televisión y aprende de ellos.

Por ejemplo, si ofreces una oportunidad de negocio les puedes decir a tus prospectos:

“En la cita te voy a mostrar cómo puedes empezar tu propio negocio en tus tiempos libres. Te daré varias ideas de cómo puedes ganar más dinero en tus tiempos libres, contestaré todas tus preguntas y te daré un descuento si decides hacer negocios conmigo”.

Por ejemplo, yo para promocionar mis libros ofrezco un entrenamiento profesional de ventas y liderazgo por zoom a los líderes y empresarios que tengan equipos de más de 50 vendedores.

Y los beneficios del entrenamiento son los siguientes:

- El primer entrenamiento es completamente gratis*.
- En el entrenamiento voy a compartir muchas ideas y estrategias para ayudarlos a aumentar sus ventas, tener más clientes, y ganar más dinero.
- Es en el día y a la hora que sea más conveniente para ellos.
- Les voy a explicar de qué manera yo los puedo ayudar a incrementar las ventas.
- Y cuando ellos ven el valor de mi entrenamiento me dan una cita.

Entonces la pregunta que yo tengo para ti es:

¿Cuál es el beneficio para tu prospecto si el acepta entrevistarse contigo?

Tarea: Escribir todos los beneficios de tu cita para tus prospectos.

Ahora te comparto algunas ideas para que saques mas citas:

1ro. Dedicar un bloque de tiempo exclusivo para sacar citas sin interrupciones.

2do. Implementar un programa de referencias en donde les vas a ofrecer un premio, un regalo, o un incentivo a todas las personas que te refieran clientes.

3ro. Puedes contratar a un telemarketer para que te ayude a sacar más citas.

Eso es lo que yo hice , contrate a una telemarketer de medio tiempo para que me ayude a sacar más citas y de esta manera yo me enfoco en hacer las cosas más importantes de mi negocio que es dar los entrenamientos, hacer alianzas estratégicas con personas de influencia, trabajar en mis próximos libros.

Entonces si tienes la capacidad económica contrata a un telemarketer para que te ayude a sacar más citas.

Es importante que tengas un inventario de prospectos con su nombre, dirección y teléfono. Necesitas tener al menos 200 prospectos todo el tiempo para poder correr una buena campaña de telemarketing

4to. Usar el internet y todas las redes sociales para sacar citas. Recuerda que lo mejor es una estrategia híbrida 50/50 (50% de tu tiempo presencial y por teléfono y el otro 50% de tu tiempo en las redes sociales.

Puedes sacar citas mandando campañas de correos electrónicos, email marketing y pagando publicidad por internet y en las redes sociales.

Puedes utilizar tu website para generar citas, por ejemplo en mi website yo tengo una sección en donde ofrezco un entrenamiento de ventas gratis* o una sesión de coaching* y las personas interesadas en el entrenamiento solo ponen su información y nosotros les llamamos hacer la cita.

Tener una sesión en tu website en donde ofrezcas una consulta gratis, hay muchas compañías que ofrecen la primera consulta gratis.

Es importante que tengas toda tu información en un website, folleto o un video para cuando los prospectos te digan mandame mas información, tu ya lo tengas listo para mandarlo inmediatamente con toda la información de tu producto, servicio u oportunidad de negocio.

5to. Utiliza tu creatividad e inteligencia para sacar más citas. La mente del ser humano está diseñada para contestar cualquier pregunta que tú le hagas así que pregúntale a tu poderoso cerebro que cosas puedes hacer para sacar más citas.

6to. Usar un script para sacar citas, en donde vas a tener escrito palabra por palabra la mejor manera de sacar citas.

En un guión básico vas a decir:

- Tu nombre.
- Que haces...(explicar cómo ayudar a las personas).
- La razón de tu llamada...(explicar tu promoción y los beneficios).
- ¿Te gustaría sacar cita para hablar?

7mo. Tener un calendario y tu agenda a la mano para registrar tus citas.

8vo. Utiliza el cierre doble alternativa para concretar la cita y ayudar a tu cliente a tomar una decisión.

Señor _____ ¿Le gustaría la cita el sábado o el domingo?

El sábado. Ok muy bien, ¿El sábado en la mañana o en la tarde?

En la mañana. Ok ¿A que horas es mejor para usted? ¿A las 10 o a las 12?

Utiliza el cierre doble alternativa para concretar la cita y para ayudar a tu cliente a tomar una decisión.

El cierre doble alternativa es muy bueno porque estamos asumiendo dos cosas: primero que el cliente quiere la cita y segundo lo estamos ayudando a decidir cual es el mejor día y la mejor hora para la cita.

Por último, trabaja en bloques de tiempo para sacar tus citas. ¿Sabes que eres cuatro veces más productivo cuando dedicas un bloque de tiempo exclusivo para hacer una sola tarea?

Pon atención a lo que te voy a decir:

Una hora de tiempo sin interrupciones equivale a cuatro horas de tiempo con interrupciones.

Así que dedica un bloque de 4 horas para sacar citas. Dos horas por la mañana y dos horas por la tarde. Lleva un conteo de la cantidad de llamadas que haces.

Ponte una meta para la cantidad de llamadas que vas a hacer cada día.

¿Por qué es importante que cuentes las llamadas? Porque todo cuenta, cada llamada, cada intento de sacar una cita, todo cuenta, todo.

Quiero decirte que: **“Aprender a sacar citas es una habilidad adquirida”**.

¿Qué quiere decir esto? que si tú no sabes sacar citas, tú puedes aprender, tú puedes mejorar y si lo decides te puedes convertir en un experto en sacar citas.

Todo cambio en tu vida empieza con una decisión. La decisión de cambiar, de prepararse y empezar a hacer las cosas de una manera diferente.

Yo tengo una pregunta para ti: ¿Qué decisiones vas a tomar para convertirte en un experto en sacar citas?

Toma hoy la decisión de implementar las ideas que aprendiste. Toma hoy la decisión de incrementar el número de citas

Tener muchas citas es lo más importante para que tengas éxito en tu carrera de ventas, imagínate cómo sería tu vida diferente si tuvieras todas las citas que tu quieres en tu negocio. Pregúntate cuántas citas te gustaría tener cada mes y

¿Cómo te sentirías si pudieras tener todas esas citas? y ¿Cómo sería tu vida diferente?

Para lograr esto es muy importante que cada día des lo mejor de ti, que te comprometas contigo mismo a lograr tus metas.

Que te comprometas a “Dar tu máximo esfuerzo cada día” como dice Don Miguel Ruiz en su libro de los 4 Acuerdos.

Todo lo que te puedo pedir es que des tu máximo esfuerzo cada, que al final de cada día de trabajo te vayas tranquilo a la cama sabiendo que diste lo mejor de ti, que diste el 100% y eso es todo lo que se le puede pedir a un vendedor profesional que de el 100%.

Quiero recordarte que ventas es y seguirá siendo la profesión mejor pagada para los vendedores que son profesionales, que son expertos en su producto o servicio y que de la misma manera ventas es la profesión peor pagada para los vendedores que no son profesionales y que no trabajan.

¿Cómo vas a lograr duplicar tus ventas? Muy fácilmente utilizando la fórmula del éxito “Triunfa hoy” Primero, ponlo como tu meta. dos, diseñando un plan y tercero tomando acción masiva, inmediata y constante. Porque con acción todo es posible y sin acción nada es posible.

Para terminar este capítulo quiero lanzar un reto, quiero que te pongas la meta de duplicar tus ventas en los próximos 30 días, quiero que logres aumentar tus ventas y tener más clientes.

Si aceptas el reto mandame un email con tus metas, por qué es importante para ti lograr esta metas y escribe 5 acciones que vas a hacer para lograr tus metas.

Mandalo a hector@triunfahoy.com y ponle como encabezado: “ACEPTO EL RETO”.

Para poder duplicar tus ventas tienes que mejorar la mentalidad, mejorar las estrategias y tomar más acción.

Tengo una preguntas para ti:

¿Qué vas a hacer diferente en este mes?

¿Que vas a hacer diferente en los proximos 30 dias?

¿Qué vas a mejorar?

¿Qué vas a dejar de hacer por que no te esta funcionando?

Quiero que lo pongas por escrito y decidas cuantas ventas y cuánto dinero quieres ganar en los próximos 30 días.

Toma la decisión de que en los próximos 30 días vas a tomar más acción, que vas a estar más enfocado, que vas a salir a prospectar, que vas a hacer tus llamadas y que vas a cerrar más ventas para ganar la cantidad de dinero que quieres ganar.

Porque no importa cómo esté la pandemia o la economía. Quiero decirte que la gente sigue comprando, pero están comprando de una manera diferente, están buscando maneras de cómo estar más saludables, como ahorrar dinero y de cómo ganar más dinero.

El año pasado fui a dar un entrenamiento a una compañía que vende servicio de internet y televisión por cable y el mejor vendedor de esta compañía está ganando comisiones semanales de 2 mil a 3 mil dólares por semana, mientras que el resto de sus compañeros que se están quejando de la pandemia y que la economía está muy mal y se están enfocando en todo lo negativo, como resultado solo están ganando un promedio de \$300 dólares a la semana.

Es una diferencia de más de 2 mil dólares por semana entre el vendedor número uno, que está tomando acción y viendo el lado positivo de las cosas y los otros vendedores que se están quedando en la zona de confort y viendo el lado negativo de las cosas.

Pero la mentalidad de este campeón de ventas es totalmente diferente a la mentalidad de sus compañeros porque él dice que en estos tiempos de crisis, estos tiempos de pandemia, hay una gran oportunidad para ganar dinero, por qué la gente no tiene dinero para gastar 50 o 100 dólares en una ida al cine pero si tiene 50 dólares al mes para invertirlos internet y televisión por cable.

Yo quiero que empieces a buscar las oportunidades y ver el lado positivo de las cosas, y la mejor oportunidad es precisamente donde estás en este momento ahora.

Quiero decirte que: No hay una varita mágica, No hay píldora maravillosa, No hay una lámpara de aladino y que la suerte no existe.

“El éxito no llega por casualidad; El éxito llega cuando la fe y la preparación se encuentran con la oportunidad”. Hector Gonzalez

La oportunidad está en donde tú estás, en este momento, ahora.

En esta capítulo aprendimos:

- La importancia de tener una mentalidad positiva para poder sacar más citas.
- A utilizar afirmaciones positivas para reprogramar tu mente subconsciente.
- La importancia de saber tus números para que sepas exactamente con cuantas personas tienes que hablar para poder sacar una cita

- A no tomar los rechazos personalmente.
- Que el propósito de sacar una cita es sacar una cita.
- A hacer una petición correcta en el tiempo correcto.
- Llevar la secuencia normal de sacar una cita.
- La importancia de explicar los beneficios de la cita.
- La importancia de dedicar un bloque de tiempo exclusivo para sacar citas.
- La importancia de tener un programa de referencias para poder sacar más citas.
- La importancia de usar el internet y las redes sociales para sacar más citas.
- La importancia de tener un calendario y tu agenda a la mano y registrar todas tus citas.
- Utilizar el cierre doble alternativa para concretar más citas

Entonces ¿Cuáles fueron las dos ideas más importantes que aprendiste en este capítulo?

¿Qué acciones vas a tomar inmediatamente para mejorar en el área de sacar citas?

Escribe al menos 5 acciones que vas a tomar inmediatamente para poder mejorar en el área de sacar citas

Tu tarea es hacer una lista con todos los beneficios de la cita para tu prospecto si este acepta entrevistarse contigo.

Y lo que quiero que hagas es que dediques una hora para escribir todos los beneficios de la cita para tus prospectos.

*“Al final de tu presentación de ventas,
Las personas compran por los beneficios”.*

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 3

Cómo ganarse la confianza de los
clientes.

*“A las personas les gusta hacer negocios con las
personas que conocen, que les inspiran
confianza y les caen bien”.*

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 3

Cómo ganarse la confianza de los clientes.

En este capítulo, vamos a hablar del tercer paso de este sistema que es “Cómo ganarse la confianza de las personas”. El primer paso es “Cómo generar prospectos”, el segundo paso es “Cómo sacar citas” y el tercer paso es “Cómo ganarse la confianza de las personas”, un paso muy importante cuando queremos influenciar a una persona para que compre un producto o servicio.

Cuando te ganas la confianza de un prospecto ya tienes la venta cerrada en un 50%.

Ganarse la confianza de las personas es uno de los pasos más importantes de este sistema, porque tu puedes tener el mejor producto o el mejor servicio pero si no te sabes ganar la confianza de las personas o si les caes mal a tus clientes, ellos no te van a comprar y esto te hará perder mucho dinero.

Lo bueno es que en este capítulo, te voy a enseñar mis mejores estrategias para que sepas cómo ganarte la confianza de las personas de una manera fácil, práctica y efectiva.

Como tú sabes actualmente hay mucha competencia entre las empresas, entre los negocios y entre los vendedores.

Desde mi punto de vista, yo creo que estamos viviendo la tercera guerra mundial y la tercera guerra mundial, es la guerra del mercadeo, es la guerra entre las empresas, es la guerra entre los negocios, es la guerra entre los vendedores por quitarse clientes.

Y para ganar esta guerra hay muchos vendedores que utilizan técnicas de manipulación, engañan a los clientes y les prometen cosas que en realidad no pueden cumplir y por ese motivo, muchas personas, prospectos, clientes en general, tienen miedo de que los vuelvan a engañar y debido a esto los vendedores que son profesionales y honestos, que quieren en realidad ayudar a sus clientes, tienen que luchar con toda esta ola de miedo y negatividad.

Hay dos situaciones; por un lado, están las empresas quieren que los vendedores cumplan con su cuota de ventas, sin importar cómo lo logren, pero que cumplan con su cuota de ventas, por que la empresa tiene metas y porque al final del día lo que importa son los números y para poder cumplir con su cuota de venta muchos vendedores presionan, engañan y manipulan a sus clientes y les ofrecen cosas que en realidad no pueden cumplir en tiempo y en forma.

Pero los vendedores que son profesionales, honestos e íntegros saben de antemano que no tienen que engañar, ni mentir, ni presionar o manipular a sus clientes para poder venderles, para poder ayudarlos. Lo único que tienen que hacer es saber ganarse su confianza, identificar su problema, ofrecerles una solución a su problema, explicarles los beneficios y cuando los clientes ven los beneficios ellos compran solos.

Entonces para lograr las metas de tu negocio es de vital importancia, convertirte en un experto en ganarte la confianza de tus clientes, dar cada día lo mejor de ti, comprometerte contigo mismo y con tus clientes.

Para triunfar en las ventas y salir adelante en estos tiempos de cambio, es muy importante que cada día des tu máximo esfuerzo, que cada día des lo mejor de ti. Que al final del día de trabajo te vayas tranquilo a descansar sabiendo que diste lo mejor de ti y ayudaste a tus clientes con honestidad, integridad y servicio y eso es todo lo que se le puede pedir a un vendedor profesional que cada día de su máximo esfuerzo.

Quiero recordarte que ventas es y seguirá siendo la profesión mejor pagada para los vendedores profesionales, para los que son expertos en su producto o servicio y de la misma manera, ventas también es la profesión peor pagada para los vendedores que no son profesionales, que no trabajan y que no saben vender.

Entonces ¿Cómo vas a lograr duplicar tus ventas y tus ingresos?

Con la fórmula del éxito “Triunfa hoy” (meta + estrategia + acción= éxito).

Primero, poniéndolo como tu meta, segundo diseñando un plan y tercero tomando acción. Porque con acción todo es posible y sin acción nada es posible. Tomar acción es el principal ingrediente para lograr el éxito.

La fórmula “Triunfa hoy” (meta + estrategia + acción= éxito) está muy bien pero para poder vender y lograr el éxito en nuestro negocio, tenemos que saber ganarnos la confianza de los clientes y para ganarnos la confianza de los clientes tenemos que vender con honestidad, integridad y servicio.

Quiero que te quede bien claro que: Para tener clientes y amigos para toda la vida tienes que vender con honestidad, integridad y servicio.

Ahora quiero hacerte unas preguntas:

¿Sabes ganarte la confianza de las personas?, ¿Eres bueno para ganarte la confianza de las personas? o ¿No sabes ganarte la confianza de tus clientes?.

¿Qué calificación te das para ganarte la confianza de tus clientes?

¿En la escala del 1 al 10 cómo te calificas para ganarte la confianza de los clientes?

Si te calificaste en menos de 6 necesitas mejorar porque eso te está haciendo perder mucho dinero.

¿Cómo puedo ganarme la confianza de las personas?

Primer principio fundamental en las ventas y negocios:

“A las personas les gusta hacer negocios con las personas que conocen, que les inspiran confianza y que les caen bien”.

Pero no solamente quiero que entiendas este principio, sino que lo pongas en práctica de aquí en adelante.

Esto es importante porque como dice mi colega Luis Font “Las personas se unen a personas, no se unen a compañías”.

Entonces, tú quieres ser un imán de atracción y atraer a tus clientes ideales al convertirte en una persona que ayuda, que ofrece soluciones y que inspira confianza.

El segundo principio viene del libro los 7 hábitos de la gente altamente efectiva de Steven Covey, que dice:

“Primero entiende a la otra persona, si quieres que la otra persona te entienda a ti”.

Hay algunas personas que ya han leído este libro y conocen este principio, pero una cosa es saber las cosas y otra cosa totalmente diferente es aplicar lo que sabes

Entonces, si quieres ser más efectivo ganándote la confianza de las personas tienes que:

Ponerte en los zapatos de tu cliente. Tienes que entrar al mundo de tu cliente y ver las cosas desde su punto de vista

Ganarse la confianza de los clientes es una de las pasos más importantes en este sistema de cerrar una venta, por eso mi recomendación es que cuando salgas a prospectar o cuando vayas a una cita a vender, empieces tu presentación de ventas, ganándote la confianza de los clientes.

Te preguntarás ¿Por qué recomiendo que empieces tu presentación ganándote la confianza de los clientes?

Porque en estos tiempos la gente está escéptica y tiene miedo de que la vuelvan a engañar .

¿Te preguntarás por qué la gente tiene miedo? Porque otros vendedores que no eran profesionales, los engañaron, les mintieron y no les cumplieron lo que les prometieron.

Entonces cuando el cliente llega a la cita, a escuchar tu presentación llegan a la defensiva con los brazos cruzados y con la guardia en alto. Como diciendo: "Este es otro vendedor más, que me quiere vender su producto o servicio".

La mentalidad del cliente es: "Yo no voy a permitir que este vendedor me venda nada". Y cuando el cliente llega a tu presentación, el cliente todavía no sabe, que tú eres un vendedor profesional, que tú representas a una compañía de gran prestigio.

Tus clientes todavía no saben que tú tienes un producto que los va ayudar a solucionar su problema o que los va ayudar a recuperar su salud o que los va a ayudar a lograr la independencia financiera y vivir la vida de sus sueños.

Pero cuando logras ganarte su confianza eso va reduciendo la desconfianza y así poco a poco van bajando la guardia.

Déjame hacerte una pregunta: ¿Cuántas veces has estado en una presentación de ventas en donde el vendedor no era profesional?. Me imagino que muchas veces.

Ahora, ¿Quién es un vendedor profesional? Voy a definir a un vendedor profesional como a un vendedor que vende con honestidad, integridad y servicio.

Un vendedor profesional es un vendedor que:

- Va a dar algo de valor para sus clientes.
- Va a solucionar un problema de sus clientes.
- Va a mejorar la calidad de vida de sus clientes.
- Va ayudar a sus clientes a empezar su propio negocio para que logren la independencia financiera.

Entonces, un vendedor profesional lo primero que hace es ganarse la confianza de sus clientes, esto es lo que hacen los vendedores profesionales. Cuando te ganas la confianza de los clientes, reduces la incredulidad, reduces la desconfianza.

La razón por la que empezamos nuestra presentación de ventas ganándonos la confianza de los clientes es porque a las personas les gusta hacer negocios con las personas que conocen, que les inspiran confianza y que les caen bien.

Entonces, si alguna vez te veo en un seminario presencial o en línea y pregunto por que empezamos nuestra presentación de ventas ganándonos la confianza de los clientes, la respuesta correcta es "Porque a las personas les gusta hacer

negocios con las personas que conocen, que les inspiran confianza y que les caen bien”.

Entonces de aquí en adelante no solo quiero que entiendas este concepto, si no que quiero que lo apliques en cada una de tus presentaciones.

Te voy a dar un ejemplo, para que te quede más claro, es como cuando vas a hacer ejercicio. Cuando vamos a hacer ejercicio o practicar un deporte siempre hacemos unos 5 o 10 minutos de calentamiento, ¿Verdad?

También antes de empezar tu presentación de ventas tienes que dedicar de 5 a 10 minutos para conocer a tu cliente y poco a poco irte ganando su confianza.

Entonces tenemos que entender que : “Cada cabeza es un mundo” y tu manera de ver las cosas, es diferente a la manera de ver las cosas de tu cliente”. En otras palabras, cada quien tiene diferentes metas y objetivos. Para entender a tu prospecto de una manera más profunda entra a su mundo y ve las cosas desde su punto de vista, en otras palabras ¡ponte en los zapatos de tu cliente!.

Entonces si yo te quiero influenciar a ti, yo tengo que entrar a tu mundo y ver las cosas desde tu punto vista, tengo que darme el tiempo para entender cuales son tus deseos, necesidades, intereses o problemas. Tengo que identificar cual es un problema que tú tienes y que yo te puedo ayudar a resolver con mi producto o servicio. Y tú quieres hacer lo mismo con tus clientes.

Tienes que darte el tiempo para identificar lo que es lo más importante para tu cliente.

Así es como diseñé este sistema, entendiendo qué es lo más importante para que un vendedor pueda incrementar sus ventas.

Cuando queremos influenciar a otra persona lo más importante es:

Saber lo que es más importante para esta persona, no lo que es más importante para ti.

Cuando salgas a prospectar o cuando salgas a vender tú quieres conectarte emocionalmente con la otra persona porque en el nivel consciente los seres humanos notamos las diferencias pero en el nivel inconsciente notamos las cosas similares.

En tu presentación de ventas tú quieres conectarte con ellos, identificarte con ellos, tu quieres ganarte su confianza hasta el punto en que ellos lleguen a decir: “Este vendedor me cae bien, este vendedor me inspira confianza, le quiero comprar a este vendedor”.

Tu meta es que el prospecto diga:

“Este vendedor me cae bien, este vendedor me inspira confianza le quiero comprar a este vendedor”.

Y para lograr esto tienes que conectarte emocionalmente con tu prospecto y lo que va a hacer es buscar cosas similares, en qué cosas eres igual, similar o parecido a tu cliente.

Por ejemplo: Si son casados, si tienen hijos, si son del mismo país, o si les gusta el mismo deporte.

Por ejemplo, si estoy hablando con una persona que está casada y tiene hijos. Yo voy a hablar con ella de su familia y de sus hijos, porque yo también estoy casado y tengo cuatro hijos, entonces voy a buscar cosas en común para conectarme con esta persona, voy a hablar de su familia, de su esposa y de sus hijos.

Entonces, lo que vas a hacer es buscar cosas similares, en qué cosas eres igual, similar o parecido a tu prospecto.

Otro ejemplo, si vas a la oficina de tu cliente y te das cuenta de que a él le gustan los deportes, pues habla con él de deportes, de su equipo favorito, habla de lo que a él le gusta.

Una de las mejores maneras de ganarte la confianza de las personas es platicarles:

- Tu historia.
- La historia de tu compañía.
- Las historias y/o testimonios de tus clientes satisfechos.

Déjame darte un ejemplo: Cuando yo hago una presentación de ventas siempre hago un espacio para platicar mi historia y les cuento que yo llegué a los Estados Unidos a los 17 años, que me vine a este país como la mayoría de los inmigrantes para buscar de un mejor futuro para mí y para mi familia y luego les platico que mi primer trabajo fue de jardinero, después trabajé de lavaplatos, en la construcción y como llegué a la profesión de las ventas y mis clientes se identifican conmigo, se identifican con mi historia por que la mayoría de las personas empezamos desde abajo haciendo este tipo de trabajos y mis clientes se identifican conmigo por que muchos de ellos también hicieron este tipo de trabajos.

Deja te doy un ejemplo:

Mi sobrino Enrique tiene una habilidad natural para ganarse la confianza de las personas y cuando él llegó de México a los Estados Unidos a trabajar en mi negocio de fotografía, recibió el entrenamiento que se les da a los vendedores y después salió a vender y yo me di cuenta de que las ventas de Enrique eran muy

buenas y en ocasiones igual o mejores que algunos de los vendedores con más experiencia y eso me llamó mucho la atención y decidí acompañar a Enrique a ver qué era lo que él estaba haciendo y me di cuenta de que Enrique tiene una habilidad natural para ganarse la confianza de los clientes. Pero qué es exactamente lo que hace Enrique:

1. Se interesa sinceramente.
2. Los escucha.
3. Los hace sentir importantes.
4. Es paciente.
5. Habla de lo que es importante para ellos.
6. Es empático y simpático.

Esto es lo que hacen los campeones de ventas, esto es lo que hacen los expertos en influenciar y persuadir a las personas. Buscan la manera de conectarse con sus clientes y ganarse su confianza.

“Aprender a ganarse la confianza de las personas es una habilidad adquirida”.

Hector Gonzalez

¿Qué quiere decir esto?: Que si tú no sabes ganarte la confianza de las personas, puedes aprender y si te lo propones, puedes mejorar y si lo decides y te entrenas, te puedes convertir en un experto en ganarte la confianza de las personas.

Esta es una de las habilidades que yo he desarrollado a través del tiempo, por que cuando yo estaba en la primaria y en la secundaria en México, era un joven muy tímido con muy baja autoestima, casi no tenía amigos y una de las razones era por que no sabía cómo ganarme la confianza de las personas, no entendía, ni conocía estos principios. Quiero decirte que yo no nací sabiendo esto, esta es una habilidad que yo aprendí y que tu también la puedes aprender.

Hoy en día, yo puedo conectarme con cualquier persona, en cualquier lugar y puedo ganarme su confianza sin ningún problema.

Estas son ideas muy poderosas, que al aprenderlas y aplicarlas te podrás conectar y ganarte la confianza de cualquier persona de una manera fácil, rápida y efectiva.

A continuación voy a compartir contigo mis mejores ideas para ganarte la confianza de las personas:

- 1) Interesándote sinceramente en cada persona.
- 2) Tratando a cada persona como un ser humano, no viéndoles el símbolo de dólares en la frente.

- 3) Tratando a cada persona con respeto, honestidad, integridad y con un verdadero espíritu de servir y de ayudar.
- 4) Hablando acerca de lo que es importante para ellos (Su familia, sus hijos, sus metas, sus sueños, su negocio).
- 5) Escuchando con empatía para poder conectar con ellos a nivel emocional.

Por eso Dios, en su infinita sabiduría, nos dio a los seres humanos 2 orejas y una boca; para escuchar 2 veces y hablar una. Pero hay unos vendedores que parece que tienen 4 bocas y no tienen ninguna oreja, no saben escuchar a sus clientes, no los dejan hablar, los interrumpen o tratan de adivinar lo que van a decir.

Y para poder vender tienes que saber escuchar. A mí muchas personas me dicen que les gusta hablar conmigo por que yo si los sé escuchar y eso es por que cuando yo les hago una pregunta, me quedo callado, los escucho y no los interrumpo.

Entonces, cuando estés hablando con un cliente y le hagas una pregunta, por favor quédate callado, escucha a tu cliente y toma notas, porque todo lo que te diga, te va ayudar a cerrar la venta. Desafortunadamente la mayoría de las personas cuando hacen una pregunta no se quedan callados e interrumpen al cliente y están tratando de adivinar lo que va a decir y lo interrumpen, así que cuando le hagas una pregunta a tu cliente por favor quédate callado.

“Una parte muy importante del lenguaje de influenciar y persuadir a las personas es el silencio, es saber escuchar”.

Hector Gonzalez

- 6) Haciéndolos sentir como la persona más importante.

Imagínate que cada persona con la que hablas tiene un letrero en su frente que dice “Yo soy importante” o como decía Mary Kay: Cuando estoy con un cliente me imagino que cada persona tiene un letrero que dice: “Hazme sentir importante”.

Esto es vital que lo entiendas porque los seres humanos somos egoístas por naturaleza. Si, los seres humanos somos egoístas por naturaleza. Por qué digo esto porque para mí, yo soy la persona más importante, para ti, tú eres la persona más importante y para tu cliente, él es la persona más importante.

Una de las personas que tiene la reputación y la habilidad de saber escuchar es el ex-presidente Bill Clinton, las personas que han tenido la

oportunidad de hablar personalmente, uno a uno, con Bill Clinton, dicen que Bill Clinton te pone tanta atención cuando estás hablando con él que te hace sentir como la persona más importante del mundo.

Tu también quieres hacer sentir a tus clientes como las personas más importantes del mundo. Al ponerles toda tu atención. Entonces cuando estés con un cliente tienes que estar presente con él, no estés haciendo otras cosas, texteadando o hablando por teléfono.

Lo más importante de todo esto es que entiendas la importancia de estar presente al prestarle toda tu atención a la otra persona y al estar presente vas a mejorar la manera de ganarte la confianza y vas a aumentar la posibilidad de venderle tu producto o servicio.

Recuerda:

“Cuando te ganas la confianza del cliente ya tienes la venta cerrada en un 50%”.

Hector Gonzalez

En estos días que me he estado preparando para escribir esta clase acerca de la importancia de estar presente y de saber escuchar cuando estamos hablando con otra persona.

Me puse a pensar y a reflexionar, en todas veces en que he estado con un cliente y en realidad no he estado presente, también me pongo a pensar en las veces en que mi esposa me ha estado hablando y yo en realidad no he estado presente, me pongo a pensar en las veces me ha estado hablando un compañero de trabajo y lo he oído, pero no lo he escuchado.

Me he puesto a pensar en todas las veces en que mis hijos me han hablado y no les he puesto atención, Quiero decirte que estoy siendo muy vulnerable al platicarte esto, pero lo más importante es saber reconocer nuestros errores y ver en lo que estamos fallando y que todo cambio empieza con una decisión.

Y al darme cuenta de todos mis errores, me comprometí conmigo mismo, a no seguir cometiendolos y tome la decisión que, de aquí en adelante cuando esté hablando con una persona, voy a estar presente y voy poner atención a todas las personas.

Así que quiero que hagas este ejercicio y te pongas a reflexionar y te preguntes, si cuando estas con tu familia, con tu pareja y con tus hijos estás presente con ellos, si cuando estas con otras personas estás presente con ellos, si cuando estás con un cliente, si en realidad estás presente al 100%.

Imaginate que cuando estás hablando con un cliente y tu teléfono timbra y le dices perdón, necesito tomar esta llamada. De verdad quiero que pienses en este escenario estás en medio de tu demostración con un cliente y tu teléfono timbra y le dices perdón, necesito tomar esta llamada y lo contestas. ¿Sabes lo que le estás comunicando a esta persona?, lo que le estás comunicando es que ellos no son importantes.

A lo mejor nunca pensaste en esto, pero déjame hacerte una pregunta. Si tú eres de las personas que cuando estás hablando con alguien más, también estás checando tu teléfono y mandando mensajes de texto a la vez, ¿Sabes qué mensaje les estás mandando a la otra persona? Exactamente, que la persona con la que estás hablando no es importante.

Hace poco tiempo estuve en una reunión con uno de mis mentores en un grupo maestro (Mastermind) y eramos 4 personas que íbamos a pasar el día con nuestro mentor y uno de los participantes tenía su celular prendido y nuestro mentor que es un multimillonario, un hombre muy exitoso y esta persona a cada rato estaba contestando su celular, y yo no lo podía creer porque si así se estaba comportando delante de nuestro mentor, imaginate como se comporta con una persona regular.

- 7) Aplicando la regla de oro. La regla de oro dice: "Trata a las demás personas cómo te gustaría que te trataran a ti o no le hagas a otras personas lo que no te gustaría que te hicieran a ti".
- 8) Aplicando la regla de platino. La regla de platino dice: "Trata a las demás personas como a ellos les gusta que los traten". Fíjate bien trata a las demás personas como a ellos les gusta que los traten, no como te gusta que te traten a ti.
- 9) Ofreciendo una solución a sus necesidades, intereses o problemas.
- 10) Teniendo la respuesta a sus preguntas, dándoles la información que necesitan.
- 11) Haciendo algo especial para ellos. Como por ejemplo mandándoles un regalo sorpresa, una tarjeta en el día de su cumpleaños o invitarlos a comer. Inclusive hay un libro que recomienda esto: "Nunca comas solo" la premisa del libro es que aproveches el tiempo de comer para conectarte con tus clientes.

Así fue como el vendedor de visa y mastercard se ganó mi negocio, primero me llamó y me dijo que él podía mejorar los porcentajes que yo estaba pagando y me invitó a comer, se ganó mi confianza y me explicó los porcentajes que ellos cobran y en efecto eran mejores que los que me ofrece mi proveedor y me cambié de compañía. Así que esta idea es muy poderosa cuando quieres conectar con tus clientes, hacer algo especial por ellos y ganarse su confianza. El libro se llama "Nunca comas solo" y

habla de la importancia de aprovechar tu hora de comer para conectarte con otras personas, hacer negocios, cultivar relaciones. Poderosa idea.

- 12) Por último entendiendo que la mayor debilidad del ser humano es el deseo de ser amado, querido, valorado, respetado, entonces trabaja más en satisfacer la necesidad emocional, ganarte la confianza, ganarte el corazón de tus clientes para poder abrir la necesidad lógica que tiene que ver con tu producto o servicio.

Si no estás conectado emocionalmente con tus clientes, si no te has ganado el corazón de tu cliente, se van a ir con el primer proveedor que les venda un dólar más barato, porque fallaste en ganarte el corazón de tu cliente, fallastes en conectarte emocionalmente.

Pero si tus clientes te aman, por la manera en que los tratas y cómo los haces sentir y por qué estás conectado a nivel de emociones y te has ganado su corazón serán tus fans más entusiastas, serán tus clientes más fieles y amigos para toda la vida

La mayoría de los vendedores no entiende esto. Hacer negocios con un cliente es un acto de amor, de servirlo y ayudarlo con amor, honestidad y servicio. El éxito que tanto deseas va a llegar cuando trates a tus clientes con amor, con honestidad, con integridad y un verdadero espíritu de servirlo.

Si no entiendes esto estás a punto de perder tu negocio y tus clientes.

Quiero que entiendas esto: ***“Los clientes compran con el corazón y lo justifican con la cabeza”.***

¿Qué significa esto? Las personas compran por emociones y lo justifican con el razonamiento.

“La verdadera competencia, es por el corazón de los clientes”.

Hector Gonzalez

Entonces de aquí en adelante cuando vayas a vender o a una cita con tus clientes, los primeros minutos son para conectarte emocionalmente con tu cliente, ganarte su confianza, ganarte su corazón, ¿Está claro esto?

A continuación voy a compartir contigo una técnica avanzada para ganarte la confianza de las personas a esta técnica se le llama rapport. Usar el lenguaje corporal.

Qué vas a hacer:

- Imitar y modelar la manera de hablar de tu prospecto.
- Imitar y modelar el tono de voz.

- Imitar y modelar el movimiento de sus manos.
- Imitar y modelar las palabras que ellos usan.
- Imitar y modelar la apariencia.
- Imitar y modelar su estado emocional.

A esto se le llama rapport, conectarte con tu cliente de una manera inconsciente.

En el nivel consciente los seres humanos notamos las diferencias, pero en el nivel inconsciente notamos las cosas similares.

Ahora déjame explicarte esto, cuando digo imita y modela la apariencia personal de tu prospecto, no quiero decir que te vistas como ellos se visten, viste de la manera cómo ellos esperan que se vista una persona que hace lo que tú haces.

Te voy a dar un ejemplo, en mi caso personal cuando yo hago una presentación en público, siempre visto profesional con traje y corbata.

Pero cuando estoy en mi oficina normalmente uso ropa casual, un pantalón de mezclilla y una playera, cuando trabajo en mi oficina, no uso saco, ni corbata por que estoy en mi oficina y no voy a estar contacto con nadie, pero si estoy dando un entrenamiento en público siempre visto profesional de traje y corbata. ¿Por qué me visto así? Preguntarás; porque la presentación personal es muy importante. Solamente tienes una oportunidad de dar una buena impresión. En los primeros 7 segundos de conocerte los clientes van a decidir si van a hacer negocios contigo o no.

Entonces quiero que entiendas esto que con tus palabras, tu voz, tu energía y tu presentación personal vas a atraer personas y oportunidades o las vas a rechazar.

Cuando salgas a vender o a prospectar, asegúrate de vestirte como un profesional, porque tu presentación personal es muy importante.

Como dice Fidelia Valladares, una de mis estudiantes de la Academia de Ventas Negocios y Liderazgo:

*“Vistete para el éxito,
Peinate para el éxito,
Maquillate para el éxito,
Sonrie para el éxito”.*

Por eso es que yo en mis presentaciones en público: Siempre visto de traje y corbata, zapatos bien boleados, bien peinado, un conferencista tiene que estar bien vestido.

Muy bien Hector ahora explicame ¿Qué tiene que ver todo esto conmigo? Imagínate cómo esperan tus clientes que se vista una persona que hace lo que tú

haces, para que ellos se identifiquen contigo, se conecten contigo, que te veas profesional y que inspires confianza.

Para mi la presentación personal es muy importante. Y para tus clientes también. Entonces cuando vayas a vender viste profesional y/o lleva el uniforme de tu compañía. Tampoco es necesario que te vistas a la última moda, pero tampoco te vistas muy casual, pero tienes que ir muy bien vestido, que te veas como todo un profesional.

Quiero decirte que yo no soy perfecto y soy un estudiante comprometido a mejorar cada día y te puedo decir que he mejorado muchísimo en esta área de la comunicación verbal y mi imagen personal.

Yo estoy comprometido a una preparación constante y sin final y regularmente participé en seminarios, en entrenamientos y todo el tiempo estoy leyendo libros; además estoy en comunicación permanente con mis maestros, con mis mentores, escucho audiolibros de liderazgo, motivación y superación personal en mi carro y lo voy a seguir haciendo hasta el ultimo día de mi vida.

Por eso digo que nunca es tarde para aprender y que los vendedores profesionales todo el tiempo se están preparando y yo quiero felicitarte una vez mas por estar leyendo este libro.

Muy bien así es como llegamos al final de este capítulo. En este capitulo aprendimos muchas estrategias para ganarnos la confianza de las personas.

Resumen de este capítulo:

- Aprendimos que a las personas les gusta hacer negocios con las personas que conocen, que les inspiran confianza y que les caen bien.
- “Primero tenemos que entender a la otra persona, si queremos que la otra persona nos entienda a nosotros” Osea tenemos que ponernos en los zapatos de los clientes.
- “Cada cabeza es un mundo” y “Cada persona ve las cosas de una manera diferente” y si queremos influenciar y persuadir a otras personas tenemos que “Entrar al mundo del prospecto y ver las cosas desde su punto de vista”.
- Un vendedor profesional es aquel que “Viene a dar algo de valor a sus clientes”, es un vendedor que va a ayudar a sus clientes a mejorar su vida o a incrementar las ganancias en su negocio.
- Para ganarnos la confianza de los clientes tenemos que vender con honestidad, integridad y servicio.
- Técnicas rapport para ganarte la confianza de las personas como:

- Imitar y modelar la manera de hablar de tu prospecto.
- Imitar y modelar el tono de voz.
- Imitar y modelar la manera de hablar.
- Imitar y modelar las palabras que ellos usan.
- Imitar y modelar la apariencia.
- Imitar y modelar el estado emocional del cliente.
- La regla de oro: “Trata a las demás personas cómo te gustaría que te trataran a ti”.
- La regla de platino: “Trata a las demás personas como a ellos les gusta que los traten”
- Lo importante que es hacer algo especial para tus clientes, como por ejemplo invitarlos a comer.
- La importancia de saber escuchar y hacerlos sentir como la persona más importante.
- La importancia de la presentación personal.
- Que las personas compren por emociones y lo justifican con su pensamiento.
- Que la verdadera batalla es por el corazón de los clientes.

Tengo 2 preguntas:

¿Cuáles fueron las 2 ideas más importantes que aprendiste?

¿Qué idea qué vas a implementar inmediatamente para ganarte la confianza de las personas y poder aumentar tus ventas?

“Hacer negocios con un cliente es un acto de amor, de servirlo y ayudarlo con honestidad, integridad y un verdadero espíritu de servirlo”

“El éxito que tanto deseas va a llegar cuando trates a tus clientes con amor”.

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 4

Cómo descubrir las necesidades de los clientes para cerrar más ventas.

“Cuando conoces la verdadera necesidad del cliente, cerrar una venta es es muy fácil”.

Dr. Donald Moine

CAPÍTULO 4

Cómo descubrir las necesidades de los clientes para cerrar más ventas.

En este capítulo vas a aprender cómo descubrir las necesidades de los clientes. Esto es muy importante, porque cientos de miles de vendedores se están brincando este paso o no están identificando correctamente las necesidades de sus clientes y esto los está haciendo perder mucho dinero. Pero tú, por haber invertido en este libro vas a aprender cómo descubrir las necesidades de tus clientes de una manera fácil, rápida y efectiva.

Esta clase es muy importante, porque cuando no descubrimos la verdadera necesidad de un cliente llegas al cierre de la venta y el cliente te da un rotundo NO ¿Por qué? Porque no hiciste las preguntas para descubrir cual es una necesidad, interés o problema que tu cliente necesita resolver o estás tratando de venderle algo que él no necesita.

Entonces, descubrir las necesidades de los clientes es muy importante, ¿Sabes por qué?

- Porque una persona satisfecha no compra.
- Un hombre satisfecho no compra
- Una mujer satisfecha tampoco compra.

Por eso en tu presentación de ventas tienes que hacer un espacio para descubrir cuál es la verdadera necesidad de tus clientes.

Y de eso vamos a hablar en este capítulo. En qué parte de nuestra presentación de ventas vamos a descubrir las necesidades de nuestros clientes y sobre todo qué preguntas les vamos a hacer para descubrir cuál es su verdadera necesidad.

En el proceso de cerrar una venta.

1ro. Generamos un prospecto.

2do. Hacemos una cita.

3ro .Nos ganamos la confianza.

El 4to. Es descubrir las necesidades de los clientes.

Entonces ¿Qué estamos haciendo? Estamos llevando al prospecto paso a paso, de una manera estratégica al cierre de la venta. A esto se le llama vender por pasos, vender por etapas. En donde nuestra meta final, es cerrar la venta o reclutar a una persona.

Quiero empezar este capítulo con este principio fundamental en ventas y negociación.

“La manera más fácil de influenciar y de persuadir a una persona es identificar algo que ellos quieren y dárselos”.

Si tu quieres aumentar tus ventas, tener más clientes y reclutar más personas a tu negocio, tienes que entender este principio y no solamente entenderlo si no aplicarlo en cada una de tus presentaciones de ventas de aquí en adelante.

¿Cómo podemos identificar las necesidades de los clientes?

Muy fácilmente, haciéndoles preguntas.

Identificar las necesidades de los clientes es un proceso similar como cuando estás enfermo y vas al doctor. El doctor te va a examinar y te va hacer una serie de preguntas para diagnosticar de qué estás enfermo y darte la medicina correcta.

Tu vas a ser una especie de doctor, pero en ventas, vas a tener una lista preparada con las preguntas que les vas a hacer a tus clientes para poder conocer cuáles son sus necesidades, intereses o problemas que tu le puedes ayudar a resolver con tu producto o servicio.

El rey Salomón, uno de los hombres más sabios en la historia de la humanidad decía: “Prefiero morir que dejar de seguir preguntando”.

Entonces, le vas a hacer una serie de preguntas para diagnosticar cuál es una necesidad o problema que tenga tu cliente y que tú le puedes ayudar a resolver con tu producto o servicio.

Simplemente le vas a decir a tu cliente: Señor, para poder ayudarlo mejor está bien si le hago unas preguntas y tu cliente te va a decir que sí.

Segundo principio fundamental en ventas y negociación que viene del libro:

“Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva” que dice así:

“Primero entiende a la otra persona y si quieres que la otra persona te entienda a ti”.

Qué quiere decir esto:

Que primero entiendas cuáles son las necesidades de tu cliente y después podrás venderle.

Entonces, si queremos influenciar a una persona para que compre un producto o servicio tenemos que saber cual es la manera más efectiva de influenciar a las personas. Y eso es precisamente lo que estás aprendiendo en este libro, a vender de una manera estratégica.

¿Tengo una pregunta para ti? ¿Qué es vender? ¿Qué es vender para ti?

Para mí:

Vender es servir.

Vender es ayudar.

Vender es satisfacer necesidades.

La palabra clave se llama necesidad.

¿Por qué? ¿Cuándo compran las personas?.

Las personas compran cuando tienen una necesidad, cuando tienen un interés o cuando tienen un problema.

Entonces, si las personas compran cuando tienen una necesidad, cuando tienen un interés o cuando tienen un problema.

¿Qué es lo que hace un buen vendedor?

Un buen vendedor ofrece soluciones, ofrece respuestas. Un buen vendedor satisface las necesidades de sus clientes.

Un buen vendedor crea, despierta o desarrolla la necesidad.

Tenemos que crear, despertar o desarrollar la necesidad.

Hay dos tipo de necesidades:

-La necesidad explícita, es una necesidad que tengo y que se que la tengo.

-La necesidad implícita, es una necesidad que tengo pero que no se que la tengo.

Deja te platico esta historia, uno de mis maestros fue a dar una conferencia de comunicación y excelencia en el servicio al cliente, en una convención de cardiólogos hace aproximadamente 25 años, cuando apenas se empezaban a usar los teléfonos celulares y durante su conferencia le preguntó a uno de los doctores por el número de teléfono de su celular y el doctor le dijo que no tenía teléfono celular y mi maestro le dijo que si él quería mejorar la comunicación y el servicio a sus clientes el necesitaba tener un celular.

En esta historia mi maestro creó, despertó y desarrolló la necesidad de tener un teléfono celular.

Como decía Steve Jobs:

“Los clientes no saben lo que quieren, hasta que alguien se los muestra”.

¿Cómo vamos a crear despertar o desarrollar la necesidad?

Muy fácilmente: Haciéndoles preguntas.

Uno de los errores más graves que cometen muchos vendedores es tratar de venderles a los clientes algo que ellos no necesitan o tratar de venderle al cliente el paquete que más les conviene a ellos.

No cometas este grave error. No le vendas a tu cliente lo que más te conviene a ti, véndele lo que más le conviene a tu cliente, véndele lo que el más necesite. De esta manera vas a crear clientes y amigos para toda la vida.

Entonces, cuando salgas a vender o cuando salgas a reclutar personas para tu negocio de red de mercadeo.

No te enfoques en cerrar una venta.

No te enfoques en reclutar a una persona.

No te enfoques en ganarte una comisión.

Mejor enfócate en tu cliente, enfócate en ganarte su confianza, enfócate en servir a tu cliente, enfócate en ayudar a tu cliente, enfócate en satisfacer sus necesidades, intereses o problemas.

“Mejora tu servicio y mejoran tus ganancias”. **Hector Gonzalez.**

Si mejoras tu servicio van a mejorar mis ganancias.

Si mejoras tu servicio se multiplicarán tus ganancias.

Tercer principio fundamental:

“Cada cabeza es un mundo, entra al mundo de tu cliente y ve las cosas desde su punto de vista”.

Que quiere decir esto: Que cada cabeza es un mundo, cada persona es diferente, si quieres entender las necesidades de tu cliente, primero entra al mundo de tu cliente y ve las cosas desde su punto de vista. Osea, ponte en los zapatos de tu cliente.

Tenemos que entender que cada persona tiene necesidades diferentes. Los hombres tienen necesidades diferentes a las mujeres y las mujeres tienen necesidades completamente diferentes a las de los hombres.

Uno de mis mentores es el Doctor Moine. Él me enseñó que: *“Cuando conocemos la verdadera necesidad de un cliente, cerrar una venta o reclutar a una persona es muy fácil”*.

Entonces ¿Qué tipo de preguntas les puedes hacer a tus prospectos para descubrir sus necesidades, intereses o problemas?

Una pregunta poderosa que les puedes hacer a tus clientes es la siguiente:

Señor prospecto, ¿Qué es lo más importante para usted con respecto a lo que tu vendes?

Por ejemplo:

Si vendes carros le puedes preguntar: Señor prospecto, ¿Qué es lo más importante para usted con respecto a la compra de un carro?

Si vendes casas le puedes preguntar: Señor prospecto, ¿Qué es lo más importante para usted con respecto a la compra de una casa?

Si vendes una oportunidad de negocio le puedes preguntar: Señor prospecto, ¿Qué es lo más importante para usted con respecto a una oportunidad de negocio?

Otra pregunta que les puedes hacer para descubrir su verdadera necesidad es esta:

¿Cuál es su verdadera necesidad con respecto a lo que tú vendes?

Por ejemplo:

Si vendes carros le puedes preguntar: Señor prospecto, ¿Cuál es su verdadera necesidad con respecto a la compra de un carro?

Si vendes casas le puedes preguntar: Señor prospecto, ¿Cuál es su verdadera necesidad con respecto a la compra de una casa?

Si vendes una oportunidad de negocio le puedes preguntar: Señor prospecto, ¿Cuál es su verdadera necesidad con respecto a una oportunidad de negocio?

Recuerda: Tus clientes te van a decir lo que es más importante para ellos si les preguntas.

Por ejemplo: cuando una compañía me quiere contratar para entrenar a sus vendedores yo también les hago la misma pregunta.

¿Qué es lo más importante para ti en cuanto a un entrenamiento para tus vendedores? y el manager me dice que es lo más importante para él.

Te repito: Tus clientes te van a decir lo que es más importante para ellos, si les preguntas.

Entonces cuando conoces la verdadera necesidad de un cliente, cerrar la venta es mucho más fácil, si está claro este punto.

El Doctor Moine, autor del libro "Unlimited Selling Power" me enseñó que cada persona tiene una manera única de comprar, a esto se le llama -Tu huella digital de compra-.

Te explico: cada uno de nosotros, hombres y mujeres tenemos una manera única de comprar. Cada persona tiene una manera especial de cómo le gusta hacer sus compras. A esto se le llama: -Huella digital de compra-.

Por ejemplo: Hay personas les gusta comprar por catálogo, en las plazas, en los tianguis o swap meets, en los comerciales en la televisión o en la radio y a otras personas les gusta comprar por internet en su tienda favorita o en amazon.

Entonces si quieres ser más efectivo en las ventas tienes que identificar la huella digital de compra de tus clientes.

¿Cómo vamos a identificar la huella digital de compra de tus clientes?

Muy fácilmente, preguntándoles ¿Cómo han hecho sus compras en el pasado?

Entonces le vas a hacer una serie de preguntas para conocer cuál es su huella digital de compra.

Por ejemplo si tú eres un vendedor de carros y si quieres ser más efectivo a la hora de cerrar la venta, tienes que saber cual es la huella digital de compra de tu cliente. Como tu cliente ha comprado sus carros en el pasado.

Entonces lo que le vas a decir a tu cliente es lo siguiente, "Señor para poder ayudarlo mejor ¿Está bien si le hago unas preguntas? y tu cliente te va a decir que sí".

Por ejemplo, le puedes preguntar:

Señor, ¿En dónde compró su último carro?

¿Qué carro compró?

¿Compró un carro nuevo o un carro usado?

¿Lo compró de un particular, lo compró en una agencia o en una subasta?

¿Visitó varias agencias para comparar precios o compró en la primera?

¿Le gusta checar los precios en internet?

¿Compró el carro, o lo rentó?

¿Alguien más le ayudó a tomar la decisión?, etc,

Entonces, le vas a hacer una serie de preguntas para conocer cómo ha comprado sus carros en el pasado y todo esto te va ayudar a ser más eficaz a la hora de cerrar la venta.

Por ejemplo, yo tengo una huella digital para comprar mis carros, cuando voy a comprar un carro, empiezo por comparar los precios en las revistas de autos, también comparó los precios en el internet. Entonces cuando yo llego a la agencia ya sé lo que quiero y sé cuanto cuesta aproximadamente el carro que quiero comprar.

No me gusta perder mi tiempo comprando un carro y/o andar de agencia en agencia, me gusta comprar en la primera agencia, me gusta comprar mis carros de contado y no me gusta pedir financiamiento para la compra del carro. Entonces, si el vendedor se toma el tiempo de hacerme las preguntas para conocer mi -huella digital de compra- se va a dar cuenta de que soy un comprador serio e informado, que sé lo que quiero, que voy a pagar en efectivo y que va a ser una venta muy rápida y si tienen el carro que yo quiero y si me da el mejor precio voy a comprar con él.

Quiero que pongas mucha atención, porque esto que te estoy enseñando es muy poderoso. Entonces en tu presentación de ventas hacer un espacio para conocer - la huella digital de compra- de tu cliente y esto te va ayudar a cerrar más ventas y a reclutar más personas y ganar más dinero de una manera más efectiva por el resto de tu carrera en las ventas.

Te voy a dar otro ejemplo.

Yo sé que algunos de ustedes están solteros o divorciados y están buscando a su media naranja.

Entonces vamos a suponer que un amigo te presenta a una amiga y que inmediatamente hay mucha atracción, como en las películas, digamos que hay amor a primera vista y como te gusto mucho la chica, la invitas a cenar y en la primer cita tu le haces muchas preguntas para conocerla mejor y saber cual es la verdadera necesidad de esta chica y que es lo más importante para ella en una relación con un hombre. Y toda la información que te de, te va a servir para conocerla, persuadir y para saber cual es la mejor manera de enamorarla.

Las preguntas que le puedes hacer son las siguientes: (Esto aplica para hombres y mujeres).

¿Qué es lo más importante para ti en una relación?

¿Qué es lo mas te gusta de un hombre?

¿Cuáles son las cualidades más importantes que debe de tener un hombre?

¿Qué es lo que no te gusta de los hombres?

¿Cuál ha sido la mejor cita que has tenido en toda tu vida?

¿Qué fue lo que más te gustó?

¿Por qué te gustó?

Ella te va a decir lo que más importante para ella. Qué es lo más le gusta de un hombre. Qué es lo que no le gusta. Y toda la información que te de te va ayudar para cerrar la venta, osea para enamorarla o para enamorarlo.

Esta técnica es tan poderosa para influenciar a otras personas que a veces hasta me parece un poco injusta para la otra persona.

Pero dicen que “En la guerra y en el amor todo se vale”.

Como dijo el Doctor Seuss: “A veces las preguntas pueden ser complicadas, pero las respuestas son simples”.

Para lograr el éxito en las ventas y en los negocios tenemos que utilizar todas las estrategias para lograr nuestras metas, siempre y cuando lo hagamos con honestidad, integridad y con un verdadero espíritu de servicio.

Te voy a dar otro ejemplo. Si estás hablando con una persona para invitarla a tu negocio multinivel y si la persona está en otra compañía de multinivel.

Entonces tu le puedes preguntar:

¿Por qué se inscribió a esa compañía? También, quieres saber cómo se inscribio. Si se inscribió la primera vez que vio la presentación de ventas, o si fue a la segunda o la tercera. Tu quieres saber si ella tomó la decisión sola o si el esposo también influyó en la decisión etc, etc.

¿Quieres saber si está contenta con los resultados que ha tenido?

¿Qué fue lo que le gustó de esta compañía o que fue lo que no le gustó?

¿Por qué quieres saber esto?

Por que cada persona tiene una manera única de comprar o mejor dicho: -su huella digital de compra- y si tú lo estás invitando a una oportunidad de un negocio y si conoces su huella digital de compra- vas a saber cual es la mejor manera de influenciarlo para que se inscriba a tu negocio de una manera más fácil, rápida y efectiva.

Entonces si tu vendes artículos de oficina tienes que saber cómo compran los artículos de oficina, si los compran en persona, si los compran por catálogo, o si los compran por internet, y qué es lo más importante para ellos; si lo es la calidad, el precio, la rapidez, el servicio o el tiempo de entrega.

Te repito tus clientes te van a decir lo que es más importante para ellos si les preguntas.

Lo mismo aplica si vendes casas, si vendes seguros o si vendes muebles, etc.

¿Cuál es tu forma personal de comprar? A esta estrategia se le llama conocer -la huella digital de compra- de tu cliente.

Esta es una poderosa estrategia que cuando la utilices te va ayudar a cerrar más ventas, reclutar más personas y ganar más dinero por el resto de tu carrera en las ventas. Pero recuerda que la clave para tener éxito en este programa es la implementación de las estrategias.

Otras preguntas que puedes hacer:

- ¿Cuál es su presupuesto?
- ¿Cómo considera que está su crédito?
- ¿Qué tan pronto le gustaría empezar?
- Si yo le puedo ayudar ahorrar un 30% podemos cerrar el trato hoy mismo?
- Si yo le puedo ayudar a empezar su propio negocio con menos de \$100.00 estaría usted interesado?

Consejo muy importante:

- Cuando le hagas una pregunta a un cliente por favor quédate callado.
- No lo interrumpas.
- No trates de adivinar lo que va a decir.
- Porque toda la información que te de, te va a ayudar más adelante cuando vayas a cerrar la venta.
- Una manera de conectar con el cliente es estar presente y saber escuchar.

Tener una lista preparada con las preguntas que les vas a hacer a tus prospectos te va a ayudar a ser más efectivo en cada una de tus presentaciones de ventas de aquí en adelante.

Pregunta:

- ¿Tienes una lista de preguntas que les haces a tus clientes para conocer sus necesidades?
- Un vendedor profesional tiene una lista preparada con las preguntas que le va hacer al cliente para conocer sus necesidades.

En mi caso personal cuando una compañía me quiere contratar para que yo entrené al equipo de vendedores. Yo tengo una lista preparada con las preguntas que le voy a hacer a mis clientes para descubrir cuales son las necesidades más importantes para ellos.

Algunas de las preguntas que yo les hago a mis clientes son las siguientes:

¿Qué es lo más importante para ti en cuanto a un entrenamiento para tus vendedores?

¿Has tenido entrenadores anteriormente?

¿Qué fue lo que gustó de este entrenador?

¿Qué fue lo que no te gustó?

¿En qué consideras que tus vendedores necesitan más ayuda o entrenamiento?

¿En qué te gustaría que mejoraran tus vendedores? ¿Ventas? ¿Enfoque? ¿Liderazgo?

¿Qué tan importante es para ti que tus vendedores estén bien entrenados en cierres de venta?

¿Cuánto dinero consideras que estás perdiendo cada mes porque tus vendedores no están bien entrenados en ventas?

Si mi programa de entrenamiento te va ayudar a incrementar las ventas en un 50% estarías dispuesto a invertir en capacitación para tus vendedores?

Estas son preguntas prueba que te van ayudar a descubrir cuales son las necesidades más urgentes de tu cliente y también para saber que tan importante es solucionar este problema.

Entonces vas a hacer estas preguntas para saber en donde tus clientes tienen mas dolor, una necesidad, o un problema que ellos necesitan resolver.

Pero entiende que tú no vas a ocasionar el dolor. Tú solo vas a descubrir ese dolor o necesidad. Tú solamente vas a ayudar a que tu cliente reconozca que tiene ese dolor, que tiene esa necesidad o problema. Y después le vas a explicar de qué manera tú le puedes ayudar a solucionar su problema.

Como decía Zig Ziglar:

“Ayuda a las personas a obtener lo que ellos quieren y tu podrás obtener lo que tu quieres”.

Por ultimo quiero compartir contigo, es el concepto de modelar. El concepto de modelar dice que: *“Lo que es posible para una persona, también es posible para otra”*.

Qué quiere decir esto: Que si hay una persona que ya está logrando lo que tú quieres lograr, lo único que tienes que hacer es imitar, modelar lo que esta persona ya está haciendo.

Tres cosas tenemos que imitar de las personas mas exitosas:

- Número uno, su manera de pensar.
- Número dos, las estrategias que usan.
- Número tres, su manera de tomar acción.

Lo que vas a hacer es modelar e imitar las estrategias que utilizan los mejores vendedores de tu compañía. Habla con ellos, sal a vender con ellos y pregúntales cuáles son las preguntas que ellos les hacen a sus clientes para descubrir sus necesidades, intereses o problemas.

Muy bien estamos llegando al final de este capitulo y para que saques el máximo provecho te voy a dejar una tarea.

Tu tarea es hacer una lista de las preguntas que les vas a hacer a tus prospectos para descubrir sus necesidades, intereses o problemas.

Te estoy dando una instrucción especifica, muévete a la velocidad de las instrucciones; tu tarea es hacer una lista de las preguntas que les vas a hacer a tus clientes para descubrir sus necesidades intereses o problemas.

En tu industria o en tu negocio ¿Qué preguntas específicas haces?

A continuación voy a hacer un resumen de lo más importante.

En este capítulo aprendimos:

- Aprendimos la importancia de tener una lista preparada con las preguntas que les vamos a hacer a nuestros clientes para poder descubrir su verdadera necesidad.
- Que vender es servir, vender es ayudar, vender es satisfacer necesidades.
- Las personas solamente compran cuando tienen necesidades, intereses o problemas.
- Un buen vendedor crea, despierta o desarrolla la necesidad.

- Cuando conocemos la verdadera necesidad de un cliente cerrar una venta o reclutar a una persona es muy fácil.
- La manera más fácil de influenciar y de persuadir a otra persona es identificar lo que ellos quieren y dárselos.
- Cada persona tiene una huella digital de compra, o sea su manera única de comprar.
- La importancia de entender las necesidades de nuestros clientes, como un prerrequisito para poder ofrecerles una solución a sus problemas.
- Solo cuando ayudemos a las demás personas a obtener lo que ellos quieren, entonces nosotros podremos obtener lo que nosotros queremos.
- El concepto de modelar.

Tengo 2 preguntas para ti:

¿Qué fue lo más importante que aprendiste en este capítulo?

¿Qué preguntas les vas a hacer a tus clientes, para conocer sus necesidades, intereses o problemas?

Ahora es tiempo de tomar acción y de implementar las estrategias.

“La calidad de tu vida está determinada, por la calidad de tus preguntas”.

Anthony Robbins

CAPÍTULO 5

Cómo explicar los beneficios para cerrar más ventas.

“Las personas solamente entienden un lenguaje universal y ese lenguaje es el de los beneficios”.

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 5

Cómo explicar los beneficios para cerrar más ventas.

En este capítulo vamos a hablar de cómo explicar los beneficios para cerrar más ventas. Este es uno de los pasos más importantes de este sistema porque al final de tu presentación de ventas las personas compran por los beneficios.

Te estoy enseñando paso a paso cómo cerrar la venta de una manera estratégica, a esto se le llama vender por pasos, a esto se le llama vender por etapas, estamos llevando al cliente del paso uno al paso dos y del paso dos al paso tres, en donde nuestra meta final es cerrar una venta o reclutar a una persona.

A continuación quiero hacer un repaso de los 9 pasos del sistema para cerrar una venta y después vamos a entrar en profundidad en el paso número 5 que es explicar los beneficios.

- Paso 1 Prospeccionar.
- Paso 2 Hacer una cita.
- Paso 3 Ganarse la confianza de los clientes.
- Paso 4 Identificar cuales son las necesidades de los clientes.
- Paso 5 Explicar los beneficios.
- Paso 6 El cierre.
- Paso 7 Manejo de objeciones.
- Paso 8 Dar seguimiento.
- Paso 9 Pedir referencias.

Quiero empezar diciendo que: *“Las personas solamente entienden un lenguaje universal y ese lenguaje es el lenguaje de los beneficios”.*

Lo que esto significa es que tus clientes quieren saber:

- De qué manera yo me voy a beneficiar si compro tu producto o servicio.
- De qué manera mi familia se va a beneficiar.
- De qué manera mi vida va a ser diferente.

Quiero que entiendas este principio en ventas y negocios:

“Al final de tu presentación de ventas las personas compran beneficios”.

Si haces un buen trabajo explicando a tu cliente los beneficios de tu producto o servicio, el cliente va a comprar, sin necesidad de que lo presiones.

Recuerda que: “A nadie le gusta que le vendan, pero a todos nos encanta comprar”.

En el año 2008, Barack Obama pasó a la historia como el primer presidente afroamericano que ganó la presidencia de los Estados Unidos y sabes ¿Por qué Obama ganó estas históricas elecciones?.

Porque Obama es un gran vendedor, Obama le supo vender al pueblo americano su mensaje de cambio, su mensaje de esperanza. Él vendió “*La esperanza de un mejor futuro*” como un beneficio. Obama ganó porque supo explicar los beneficios de su presidencia al pueblo americano y cuando el pueblo vio los beneficios de su presidencia votaron por él.

Sabes ¿Por qué en el año 2012 Obama por segunda ocasión ganó la presidencia de los Estados Unidos? porque él supo explicar mejor los beneficios de su presidencia que su adversario Mitt Romney. Mitt Romney se equivocó muchas veces, su mensaje era confuso a veces decía una cosa y después decía otra. Mitt Romney no supo comunicar los beneficios de su presidencia y por eso el pueblo americano no votó por él y perdió las elecciones.

Un error gravísimo que cometen muchos vendedores es que venden los beneficios que ellos consideran que son los más importantes para ellos.

Esto fue lo que Mitt Romney vendió los beneficios que más le interesaban a él. No cometes este error, No le vendas a tu prospecto los beneficios que más te gustan a ti o los que tu consideras que son los más importantes. Vende los beneficios que son más importantes para tus clientes,

2 puntos importantes:

- No le vendas a tus prospectos los beneficios que más te gustan a ti o los que tu consideras que son los más importantes.
- Primero identifica cuáles son los beneficios más importantes para tu prospecto y después vendele esos beneficios

¿Cuáles son los beneficios más importantes de tu producto o servicio?

- ¿Cuál es el beneficio más importante para ti?
- Si no sabes cuales son los beneficios de tu producto o servicio, pregúntales a tus clientes satisfechos:
 - ¿Cuál es el beneficio más importante para ellos?
 - ¿Qué fue lo más te gustó?

- ¿Cómo te has beneficiado de mi producto/servicio?
- Haz una lista con los 5 beneficios más importantes de tu producto o servicio.

Nota: Las características, que contiene o de qué está hecho, no son los beneficios

Nunca olvides que: **“La gente compra beneficios”**.

Por eso es de vital importancia que identifiques cuales son los principales beneficios de tu producto o servicio y de igual manera es importante que sepas cual es la mejor manera de explicar esos beneficios a tus prospectos.

Ahora, permíteme preguntarte:

¿Sabes cuales son los beneficios de tu producto o servicio?

¿Tienes una lista de los beneficios?

¿Tienes testimonios de tus clientes satisfechos?

¿En la escala del 1 al 10 cómo te calificas para explicar los beneficios de tu producto o servicio?

¿Qué calificación te das?

Si te calificaste en menos 6 o menos tienes que mejorar porque esto te está haciendo perder mucho dinero. Si no sabes cómo explicarlos, no te preocupes porque en este capítulo te voy a explicar los diferentes tipos de beneficios que hay y te voy a enseñar cual es la mejor manera de explicarlos para que puedas cerrar más ventas.

Identificar cuáles son los beneficios es de vital importancia porque los beneficios le dan más valor a tu producto. En la mente de tu prospecto hay una balanza de un lado de la balanza está el valor percibido de tu producto y del otro lado de la balanza está el precio. Entonces lo que tu quieres hacer es que el valor percibido de tu producto sea más alto que el precio.



Figura 2.

VALOR -----PRECIO

¿Cómo puedo incrementar el valor percibido de mi producto o servicio?

Esto se logra explicando los beneficios.

Esto se logra dándole vida a los beneficios.

¿Cómo le puedo dar vida a los beneficios?

Con los testimonios de tus clientes satisfechos. Los testimonios de tus clientes satisfechos le dan vida a los beneficios.

Has oído el refrán que dice: “Una imagen dice más que mil palabras” Bueno, los testimonios de tus clientes satisfechos venden más que mil palabras.

Tu siguiente tarea es recopilar los testimonios de cada uno de tus clientes satisfechos. Entonces lo que vas a hacer es ir con cada uno de tus clientes satisfechos, les vas a pedir su testimonio, Les vas a preguntar cómo se han beneficiado con tu producto, servicio u oportunidad de negocio y les vas a tomar una foto y un video con tu celular.

Vas a crear un libro con la foto con el testimonio de tus clientes satisfechos

Al inicio de este libro, desde la pagina 3 a la pagina 9 puedes ver unos ejemplos de testimonios y para ver mas ejemplos de testimonios puedes ir a mi website www.hectorgonzalezcoach.com y haz clic en TESTIMONIOS.

Y para ver un ejemplo de testimonios en video ve a mi canal de youtube Hector Gonzalez Coach y busca: Testimonios a Hector Gonzalez y/o manda un mensaje de whatsapp al +1 562-715-1174 con la palabra TESTIMONIOS.

Un testimonio efectivo es en donde el cliente explica los resultados que obtuvo con tu producto o servicio. El testimonio tiene que ser cuantificable. Por ejemplo:

“Con la ayuda de Hector bajé 50 libras en 3 meses”.
“Con la ayuda de Hector gane 5 mil dólares en un mes”.

Se tienen que ver los resultados.

Por ejemplo:

Uno de mis clientes se llama Alex y tiene una agencia de empleos. Alex ayuda a familias americanas a conseguir niñeras, cocineras, empleadas domésticas y si algún día vas a su oficina, que se encuentra en la ciudad de Santa Ana, California, vas a ver que las paredes de su oficina están decoradas con los testimonios de sus clientes satisfechos. Esto ayuda a Alex a tener más credibilidad y da mucha seguridad y confianza a todos sus clientes y también le ayuda a cerrar más ventas.

Los testimonios de tus clientes satisfechos son muy importantes porque trabajan como vendedores invisibles, te ayudan a cerrar la venta sin que tu cliente se de cuenta.

Una cosa es lo que tu dices. Tú puedes hablar maravillas de ti, puedes hablar maravillas del producto o servicio, pero otra cosa completamente diferente es cuando una persona lo dice por ti, una cosa completamente diferente es cuando un cliente satisfecho dice maravillas de ti o de tu producto.

De aquí en adelante vas a presentar testimonios de tus clientes satisfechos en cada una de tus presentaciones de ventas.

Cuando empieces a utilizar los testimonios de tus clientes satisfechos de una manera estratégica en tu presentación de ventas, vas a cerrar más ventas o reclutar más personas de una manera más fácil, práctica y efectiva.

Si quieres vender de una manera fácil, práctica y efectiva; haz un libro de testimonios con la foto y el testimonio de cada uno de tus clientes satisfechos.

Muy bien, vamos a continuar avanzando en este tema tan importante.

Los 5 tipos de beneficios:

- 1) Los beneficios tangibles.
- 2) Los beneficios intangibles.
- 3) Los beneficios de tomar acción.
- 4) Las consecuencias de no tomar acción.
- 5) Y el beneficio del beneficio.

Ahora te voy a explicar cada uno de ellos, vamos a empezar con los beneficios tangibles.

¿Cuáles son los beneficios tangibles?

Los beneficios tangibles son los beneficios que se pueden ver, medir tocar o cuantificar.

Por ejemplo si compras este producto:

- *Vas a bajar 30 libras en 90 días.*
- *Vas a ahorrar \$100 dólares al mes.*
- *Te vas a ver 10 años más joven y sin arrugas.*
- *Vas incrementar tus ventas un 50%.*
- *Vas a ganar \$1000.00 extras cada mes.*

Los beneficios tangibles son los beneficios que se pueden ver, medir, tocar o cuantificar.

¿Cuáles son los beneficios tangibles que ofrece tu producto o servicio?

Una de tus tareas es identificar cuales son los beneficios tangibles que ofrece tu producto o servicio.

¿Cuáles son los beneficios que se pueden ver, medir, tocar o cuantificar?

Ahora vamos a hablar de los beneficios intangibles.

¿Cuáles son los beneficios intangibles?

Los beneficios intangibles son los que no se pueden medir, contar, cuantificar o tocar.

Por ejemplo si compras este producto:

- *Vas a tener más paz y tranquilidad.*
- *Vas a tener más energía.*
- *Vas a sentir más seguridad.*
- *Vas a tener más paz mental.*

Entonces te puedes dar cuenta de que los beneficios intangibles, no se pueden medir, contar o cuantificar.

Las compañías que ofrecen estos beneficios son compañías que venden:

- Seguros de vida.
- Seguros de auto cobertura total.
- Seguro de auto en caso de robo.
- Los autos "Volvo" tienen un sistema de protección en caso de accidente.

¿Cuáles son los beneficios intangibles que ofrece tu producto o servicio?

Para que me entiendas mejor te voy a dar un ejemplo:

Las compañías que venden sistemas de alarma o sistemas de seguridad para las casas ofrecen este beneficio.

Y cuando el vendedor de sistemas de alarma te está explicando los beneficios te dice:

Señor prospecto, imagine que usted invierte en este sistema de alarmas. Imagine que usted y su familia no están en casa. Imagine que alguien intenta robar su casa, el sistema de alarma va a sonar muy fuerte y va a mandar una señal automática a nuestra central de alarmas, y la central de alarmas va a notificar

inmediatamente a la policía y la policía va a llegar en cuestión de minutos y los ladrones no van a poder robar nada y usted tiene segura su casa y sus cosas de valor. Imagínese la paz y la tranquilidad que usted va a tener al saber que su casa y sus pertenencias están 100% protegidas. ¿Cómo se va a sentir usted?

Entonces, ¿Qué es lo que venden las compañías de alarmas y sistemas de seguridad?

Venden: Paz, seguridad, tranquilidad, paz mental.

¿Está claro este beneficio?

¿Qué otras compañías ofrecen servicios intangibles?

Las compañías que venden seguros de vida, servicios funerarios, seguros médicos.

Tu siguiente tarea es identificar cuales son los beneficios intangibles que ofreces con tu producto o servicio.

Haz una lista de los beneficios intangibles que ofrece tu producto o servicio.

¿Cuáles son los beneficios intangibles que ofrece tu compañía?

¿Cuáles son los beneficios que no se pueden medir, tocar o cuantificar?

Los beneficios de tomar acción:

¿Cuáles son los beneficios de tomar acción?

Este beneficio es muy importante y es uno de mis favoritos; yo lo utilizo en cada una de mis presentaciones de ventas. Me encantan los beneficios de tomar acción porque mueven a las personas a tomar acción. Mueve a los clientes a tomar una decisión al final de tu presentación de ventas.

Quiero que entiendas el siguiente principio:

“Tu cliente va a comprar hoy, si le das una razón para que compre el día de hoy”.

Lo que vas a hacer es explicarle a tu prospecto cuales son los beneficios de tomar acción si compran al término de tu presentación de ventas.

Por ejemplo:

Señor prospecto si compra hoy, le voy a ofrecer un descuento adicional del 25%.

Señor prospecto si compra hoy, le voy le vamos dar la instalación completamente gratis precio regular es de \$100.00

Yo utilizo los beneficios de tomar acción en cada una de mis presentaciones de ventas. Por ejemplo, yo a mis clientes les ofrezco descuentos, bonos e incentivos para motivarlos a tomar acción.

Y cuando estoy hablando en público y llegó al cierre de la venta yo les digo:

Yo creo mucho en recompensar a las personas que toman acción y las personas que tomen acción el día de hoy. Se van a ahorrar un 50% Cuando yo me voy el descuento especial se va conmigo. Las personas que tomen acción se van a ahorrar un 50%.

Entonces si quieres que tu cliente compre hoy le tienes que ofrecer un premio, un regalo, un descuento adicional, un bono o un incentivo.

Te repito: *“Tu prospecto va a comprar hoy si le das una razón para que compre hoy”*.

Por ejemplo, cuando yo trabajé para Buenavisión cable tv tuvimos una campaña de ventas muy exitosa que consistía en ofrecer la instalación gratis a los nuevos clientes.

Le decíamos a los clientes:

Señor prospecto inscríbese hoy, al servicio de cable tv y le vamos a dar la instalación gratis normalmente tiene un precio de \$50 dólares.

Y recuerdo que cerramos miles y miles de ventas utilizando los beneficios de tomar acción.

Cuando yo trabaje para AT & T, ofrecíamos a los clientes un cheque de \$100 dólares por cambiar su servicio de larga distancia a AT & T. En aquel tiempo te puedo decir que inscribimos a miles y miles de clientes usando esta estrategia.

Entonces no olvides que: *“Tu prospecto va a comprar hoy si le das una razón para que compre hoy”*.

Las consecuencias de no tomar acción, esta técnica es efectiva para motivar a los clientes a tomar acción.

Se trata de conectar a tu cliente con las consecuencias de no tomar acción, si no compran tu producto o servicio.

Ahora yo tengo una pregunta para ti?

¿Cuáles son las consecuencias para tu prospecto si no compra tu producto o servicio?

¿Qué es lo que va a perder?

¿Qué es lo que no va a ser posible en su vida?

¿Cuáles son las consecuencias de no tomar acción?

El principio del dolor y placer dice que: “Todo lo que tú haces, desde que te levantas por la mañana hasta que te vas a dormir, lo haces por que quieres alejarte de las personas o situaciones que te producen dolor o sufrimiento y quieres acercarte a las personas o situaciones que te dan placer o felicidad”.

Esta técnica es muy importante por que si tu logras conectar a tu cliente con las consecuencias de no tomar acción, lo vas a poder influenciar para que compre.

Millones de vendedores en todo el mundo están teniendo problemas para cerrar una venta y perdiendo cientos de miles de dólares porque no le están explicando al cliente cuáles son las consecuencias de no tomar acción.

¿Qué es lo que no va a ser posible en su vida?

¿Cuál es el problema que no van a poder resolver?

Esta técnica la utilizan muchas compañías lo podemos ver todos los días en los comerciales en la radio y la televisión conectan a los clientes con los beneficios de tomar acción y con las consecuencias de no hacerlo.

Por ejemplo: Las compañías que venden seguros de vida.

El vendedor se enfoca en las consecuencias para tu familia en caso de que llegaras a morir sin tener un seguro de vida.

La última vez que me vendieron un seguro de vida el vendedor utilizó esta misma técnica.

Y me dijo:

Señor Hector, ¿Tiene usted seguro de vida? le dije que no.

Y luego el vendedor me preguntó que si yo soy el único proveedor de mi familia le dije que sí.

Señor Hector, sabe usted que va a pasar con su familia.

Que Dios no lo quiera pero que usted llegara a morir a causa de un accidente o de una enfermedad.

Se ha puesto a pensar

¿En dónde va a vivir su familia?

¿Cómo van a hacer el pago de la casa?

¿Cómo le va hacer su esposa para sacar a sus hijos adelante?

¿Le gustaría que sus hijos tuvieran asegurado el estilo de vida que usted quiere para ellos, un lugar para vivir, su educación asegurada?

Le dije inmediatamente que sí.

Y ahí me aplico el cierre doble alternativa: "Señor Hector ¿Cuál póliza es mejor para usted la de medio millón o la de un millón de dólares?"

Y se quedó callado...

Como puedes ver el vendedor me asoció con las consecuencias para mi familia, para mi esposa y para mis hijos en el caso de que yo no tome acción y que continúe sin tener un seguro de vida.

Esta es una estrategia poderosa.

Entonces lo que quiero que hagas es que pienses en cuales son las consecuencias para tu prospecto en caso de no tomar acción en lo que tu les estas ofreciendo.

Pregúntale, señor prospecto sabe cuánto dinero está perdiendo por no tener este producto o este servicio.

¿Qué es lo que no va a ser posible en su vida?

¿Cuál es el problema no van a poder resolver?

Cuando yo estoy vendiendo mi programa de entrenamiento yo les pregunto a los vendedores que sí saben cuánto dinero están perdiendo todos los días por no estar bien entrenados.

Y les digo que dejar de perder dinero es importante ¿No creen ustedes?

Tomar entrenamiento de ventas es una buena decisión ¿Verdad que sí?

¿Cuándo creen ustedes que es un buen tiempo para dejar de perder dinero?

Y he cerrado cientos y cientos de ventas utilizando esta técnica.

¿Cuál es la pregunta más importante en mercadeo y ventas?

La pregunta más importante en mercadeo y ventas es cuando llegas al cierre de la venta y tu prospecto te diga que está muy caro.

Tu le vas a decir:

Señor, no diga que está muy caro, mejor pregúntese ¿Cuánto vale no hacerlo o no tenerlo?, ¿Sabe usted cuánto dinero está perdiendo todos los días?

Entonces, la pregunta no es: ¿Cuánto cuesta? o ¿Si está muy caro?

La pregunta es:

¿Cuánto dinero estás perdiendo todos los días por no tenerlo?

¿Cuánto estás perdiendo mensualmente?

¿Cuánto estás perdiendo por año? ¿Cuánto perderás en 10 años?

Te voy a dar otro ejemplo señor: Si tu carro anda mal de los frenos y lo llevas al mecánico por que vas a hacer un viaje con tu familia y si el mecánico te dice te cuesta \$400 dolares por cambiarle los frenos al carro. Y si tu le dices que está muy caro.

Si el mecánico conoce esta técnica te va a decir: Señor cambiarle los frenos al carro le cuesta \$400 dolares, pero no cambiarlos le puede costar su vida y la de su familia porque sus frenos están en muy malas condiciones.

A esta técnica se le llama conectar al prospecto con las consecuencias de no tomar acción es una poderosa, poderosa estrategia, lo que estamos haciendo es conectar al prospecto con las consecuencias de no tomar acción, para ayudarlos a tomar una decisión.

Ahora vamos a hablar del beneficio más importante de todos que es: el beneficio del beneficio.

El beneficio del beneficio, es la promesa, es la transformación, es el resultado final de cómo tu cliente se va a beneficiar con tu producto o servicio.

Te explico:

Cuando yo estoy hablando a un público y al final de mi presentación ofrezco mi programa de entrenamiento de ventas, mis estudiantes en realidad no quieren entrenamiento de ventas, lo que ellos quieren es el beneficio del entrenamiento de ventas que es ganar más dinero, pero ellos en realidad ellos no quieren ganar más dinero, lo que ellos quieren es el beneficio de ganar más dinero que es tener paz y tranquilidad, poder comprar la casa de sus sueños, tomar esas vacaciones.

Lo que mis clientes en realidad quieren es el beneficio de ganar más dinero, que es hacer realidad el sueño americano y lograr la independencia financiera.

Cuando yo estoy cerrando la venta en mis presentaciones en público llevo a mis estudiantes por un paseo mental y les digo: imaginen que se inscriben a mi programa de entrenamiento de ventas y que en menos de 3 meses ya mejoraron sus habilidades para vender y por tal motivo ya están cerrando más ventas, y están ganando miles y miles de dólares y que el dinero está entrando semana tras

semana, mes tras mes. Imagínense que están ganando cuatro veces más de lo que actualmente ganan. ¿Cómo sería su vida diferente? si tu estuvieran ganando 4 veces más de lo que actualmente están ganando.

Imagínate poder vivir en la casa de tus sueños.

Imagínate poder manejar el carro de tus sueños.

Imagínate vivir libre de deudas y no deberle nada a nadie.

Imagínate poder ayudar a tus familiares.

Imagínate poder tomar unas vacaciones con tu familia.

Imagínate que tienes tu futuro económico asegurado.

¿Cómo sería tu vida diferente?

Lo que yo hago es conectar a mis clientes con el beneficio final de tomar mi programa de entrenamiento.

Por eso es importante que identifiques qué es exactamente lo que quieren tus prospectos.

Entonces no se trata de mejorar tus habilidades para vender, ni se trata de ganar más dinero, se trata de saber cual es el beneficio que tú vas a recibir cuando mejores tus habilidades para vender y que empieces a ganar más dinero.

Por eso es muy importante que identifiques cuál es el resultado final de tu producto o servicio. ¿Cuál es la transformación que tu producto ofrece?

No solamente quiero que entiendas este concepto y si no que lo apliques en cada una de tus presentaciones de venta.

Si estás ofreciendo una oportunidad de negocio, diles que en esta compañía ellos van a ser los dueños de tu propio negocio, que van a ganar mucho dinero y que van a lograr la independencia financiera y que van a tener más tiempo libre y que van a poder vivir la vida de sus sueños.

- Vende el beneficio del beneficio.
- Vende el sueño.
- Vende la transformación.
- Vende el resultado final.

¿Entonces qué es vender?

- Vender es servir.
- Vender es ayudar.
- Vender es satisfacer necesidades, la palabra clave se llama necesidad.

¿Por qué?

Las personas compran cuando tienen una necesidad, cuando tienen un interés o cuando tienen un problema. Todos los seres humanos tenemos necesidades, intereses o problemas.

¿Qué es lo que hace un buen vendedor?

Un buen vendedor identifica de qué manera le puede ayudar a su cliente a resolver sus necesidades, intereses o problemas con su producto o servicio

Entonces ¿Qué es lo que compra la gente?

Productos o soluciones a sus problemas.

Las personas compran soluciones a sus problemas.

En los años 50s Levingston, uno de los grandes expertos en marketing revolucionó esta disciplina con una sola pregunta. En aquellos tiempos Levingston era el asesor de marketing de la compañía de cosméticos Revlon y les decía a los ejecutivos de la empresa "Ustedes en sus fábricas producen cosméticos, producen maquillajes". Yo en las tiendas voy a vender ilusiones.

Porque las mujeres no compran cosméticos, las mujeres compran presentación, imagen, belleza, novio y todo lo que viene de andar bien maquillada.

Los hombres de negocios no compran trajes o corbatas. Ellos compran presentación, imagen, poder.

Un hombre que compra un Rolex no está comprando un reloj para ver la hora. Es un hombre que está comprando estatus, poder, es un hombre que quiere demostrar que tiene dinero.

Pon mucha atención por que esto que te estoy diciendo, es muy importante.

Un buen vendedor no vende productos. Vende lo que el producto representa. Vende el beneficio del beneficio

Yo no vendo entrenamiento de ventas, yo vendo como ser un triunfador.

Yo no vendo pastillas, yo vendo como tener buena salud.

Yo no vendo corbatas, yo vendo presentación personal.

Yo no vendo una oportunidad de negocio. Yo vendo como lograr la independencia financiera.

Lo único que la gente entiende es el lenguaje de los beneficios.

De qué manera yo me voy a beneficiar si compro tu producto o servicio.

De qué manera mi vida va a ser diferente.

De qué manera yo voy a lograr la independencia financiera.

Estamos llegando al final de este capítulo y a continuación voy a hacer un resumen de lo más importante.

En este capítulo aprendimos:

5 diferentes maneras de explicar los beneficios.

1. Los beneficios tangibles.
2. Los beneficios intangibles.
3. Los beneficios de tomar acción.
4. Las consecuencias de no tomar acción.
5. El beneficio del beneficio, la transformación, el sueño, la promesa.

Aprendimos que al final de tu presentación de ventas los clientes compran por los beneficios.

La importancia de utilizar los testimonios de nuestros clientes satisfechos en cada una de nuestras presentaciones de ventas.

Un buen vendedor no vende productos, vende lo que ese producto representa, vende el beneficio del beneficio.

Barack Obama ganó la presidencia de los Estados Unidos en dos ocasiones y se convirtió en el primer presidente afroamericano en llegar a la presidencia de los Estados Unidos. Porque él es un excelente vendedor, porque él es un excelente comunicador.

Obama ganó la presidencia porque hizo un excelente trabajo comunicando su mensaje del cambio, su mensaje de esperanza, su mensaje de fe, su mensaje de renovación al pueblo americano.

El pueblo se conectó con él y cuando los americanos vieron los beneficios de su presidencia compraron solos, votaron por él y por eso ganó la presidencia.

Obama ganó la presidencia porque trabajó incansablemente, porque sabía exactamente lo que quería, porque tenía un plan para lograrlo y por que nunca se rindió a pesar de todos los retos y todas las adversidades que enfrentó como el color de su piel, su aparente inexperiencia como político.

Obama ganó porque usó herramientas del siglo 21. Obama utilizó el poder del internet para promocionar su mensaje con los votantes jóvenes, Obama promovió su mensaje utilizando las redes sociales y campañas masivas de publicidad por internet.

Obama ganó porque tenía fe en él, tenía fe en su mensaje, tenía fe en el pueblo americano. Ganó porque tenía un sueño, un sueño muy grande ser presidente de los Estados Unidos.

Yo tengo una pregunta para ti ¿Cuál es tu sueño? De verdad piensa por un minuto ¿Cuál es tu sueño? cual es el sueño más grande que te gustaría lograr, escribe tu sueño. Dicen que si tu sueño no te da miedo es porque no es lo suficientemente grande y necesitas ponerte un sueño más grande.

Qué gran lección nos dio Obama ganar 2 veces la presidencia del país más poderoso del mundo, Obama nos dio una gran lección para muchos de nosotros que a veces nos rendimos tan fácilmente ante la primera adversidad, nos rendimos tan fácilmente ante los primeros retos que se nos presentan.

Hoy quiero decirte algo muy importante. Yo creo que todos podemos salir adelante a pesar de los retos. Yo creo que podemos crecer y desarrollar nuestro negocio y si te lo propones tú también puedes triunfar y dominar en esta economía, de la misma manera en que Obama ganó la presidencia, Y como dijo Obama en su primer discurso inaugural **“Todo es posible”**.

Tu tarea es hacer una lista de todos los beneficios de tu producto o servicio.

1. Los beneficios tangibles.
2. Los beneficios intangibles.
3. Los beneficios de tomar acción.
4. Las consecuencias de no tomar acción.
5. El beneficio del beneficio, la transformación, el sueño, la promesa.

Tu tarea es recopilar los testimonios en foto y video de cada uno de tus clientes satisfechos.

Ahora es tiempo de tomar acción, ahora es tiempo de implementar las estrategias.

Tengo 2 preguntas para ti:

¿Cuáles fueron las 2 ideas más importantes que aprendiste de este capítulo?

¿Cuál es la idea más importante que vas a implementar inmediatamente para cerrar más ventas?

*“Al final de tu presentación de ventas,
Las personas compran por los beneficios”.*

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 6

Cómo cerrar la venta “El Cierre”

“No te enfoques en cerrar una venta o en reclutar una persona.

Mejor enfócate en servir y en ayudar a tus clientes y el éxito llegará por añadidura”.

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 6

Cómo cerrar la venta “El Cierre”

En este capítulo vamos a hablar del cierre y cual es la mejor manera de cerrar una venta y también te voy enseñar mis mejores cierres para que puedas cerrar una venta de una manera más fácil, rápida y efectiva.

Quiero empezar este capítulo diciendo que: “Yo creo que todos somos buenos cerradores por naturaleza” ¿Por qué digo esto?

Porque todos los seres humanos (hombres, mujeres, niños y adolescentes,) cuando en realidad queremos algo, hacemos hasta lo imposible por cerrar la venta para obtener lo que queremos. ¿Sí o no?

Simplemente analízate a ti mismo, analiza a tu pareja, analiza a tus hijos, cómo actúas tú o cómo actúa tu pareja, cómo actúan tus hijos cuando en realidad quieren algo.

Simplemente veamos el ejemplo de nuestros hijos, ellos son expertos en cerrar la venta, porque cuando nuestros hijos quieren algo hacen hasta lo imposible por conseguirlo y no se dan por vencidos hasta que logran lo que quieren, hasta que cierran la venta. Si o no.

Cuando mis hijas estaban chicas se encontraron una perrita, la trajeron a casa y dijeron que si la podíamos adoptar, les dije que no porque los perros necesitan mucha atención, que los alimenten, que los bañen y los limpien. Hablaron conmigo y me dijeron que ellas prometían que lo iban a hacer, les dije que no, y volvieron a insistir y esta vez y me dijeron que si aceptaba, además se iban portar bien, les dije otra vez que no y volvieron a insistir y esta vez me dijeron que además iban a hacer su tarea, les dije que no y volvieron a insistir y me prometieron que además de cuidar a la perra, portarse bien, hacer su tarea, iban a tender su cama y ayudar en la casa y les dije que no....pero siguieron insistiendo una y otra vez y después de debatir por varias semanas lograron cerrar la venta, les dije que sí y ahora “La princesa tiene ya 17 años con nosotros.

Nuestros hijos son grandes cerradores y tenemos mucho que aprender de nuestros hijos, ¿Verdad?

Por eso yo digo y tengo la convicción de que todos somos buenos cerradores por naturaleza y que cuando en realidad queremos algo hacemos hasta lo imposible por conseguirlo, ¿Cierto?

En este capítulo, te voy a enseñar diferentes maneras de cómo cerrar una venta o cómo reclutar a una persona, vas a aprender varios tipos de cierres y vas a aprender cuál es la mejor manera de cerrar una venta o reclutar a una persona.

“El universo recompensa de una manera diferente a las personas que toman acción que a las personas que no toman acción”.

Hector Gonzalez

“El cierre” es el tema más solicitado en entrenamiento de ventas. La mayoría de los vendedores, managers de ventas, directores de ventas me piden técnicas de cierre.

Hay todo un misterio alrededor del cierre, pero ¿Qué es el cierre?

¿Qué es exactamente el cierre?

El cierre, es cuando llegas al final de tu presentación de ventas y le preguntas a tu prospecto que si quiere comprar y te quedas callado, para esperar su respuesta, eso es el cierre de una venta.

Para mi, el cierre es:

“La conclusión natural de una buena presentación de ventas”.

Déjame explicarte que quiero decir con esto:

En en proceso de cerrar una venta:

- 1ro Generamos un prospecto y lo precalificamos.
- 2do Hacemos una cita.
- 3ro Nos ganamos la confianza de los clientes.
- 4to Identificamos las necesidades de los clientes.
- 5to Explicamos los beneficios.

Si hacemos un buen trabajo siguiendo estos 5 pasos, llegamos al cierre de una manera natural y de una manera orgánica, donde no hay presión, no hay manipulación, no hay engaño.

Todo está claro porque pre-calificaste a tu prospecto, sacaste una cita, te ganaste la confianza del cliente, identificaste su problema, le ofreciste la solución y le explicaste los beneficios y llegaste al cierre de una manera natural y orgánica.

Deja te lo explico de otra manera:

El cierre final es cuando le explicas a tu cliente punto por punto todos los detalles del paquete que le estás ofreciendo, todo lo que incluye, el precio, los términos, los bonos, los incentivos y le preguntas si está listo para comprar.

Eso es el cierre:

“La conclusión natural de una buena presentación de ventas”.

Ahora, yo tengo una pregunta para ti.

¿En qué momento empezamos a cerrar la venta?

La respuesta es desde que salimos a prospectar, desde que hacemos el primer contacto.

Exactamente, el cierre empieza desde en qué haces el primer contacto. Por que “Todo cuenta”. Todo lo que hagas te va ayudar a cerrar la venta y todo lo que dejes de hacer, te va perjudicar para cerrar exitosamente la venta.

“Tu habilidad para cerrar la venta va a ser un factor determinante en tu éxito o fracaso en tu negocio”.

El futuro pertenece a todos aquellos que saben pedir.

“El éxito personal y financiero pertenece a todos aquellos que con seguridad piden lo que quieren y si no lo obtienen a la primera, lo vuelven a pedir, una vez y otra vez hasta que logran lo que quieren”. Hector Gonzalez.

En la Biblia, Jesucristo nos enseñó la clave para tener éxito en la vida y en los negocios:

- Pide y se te dará,
- Toca y se te abrirá,
- Pregunta y encontrarás.

La historia de la humanidad, está llena de ejemplos, de personas que han recibido grandes fortunas y que se han hecho millonarios por el simple hecho de saber pedir.

Pedir es uno de los secretos del éxito más poderosos pero continúa siendo un reto para muchas personas. Porque a la mayoría les da miedo pedir.

Pero, ¿Por qué les da miedo pedir?

- Por miedo al rechazo.
- Por miedo a que te digan que no.
- Por miedo a hacer el ridículo.
- Por miedo al fracaso.

Lo más triste es que muchas personas se rechazan ellos mismos, antes de ser rechazado por otras personas.

Esto es muy cierto. Porque cuántas veces has ido a una cita, haces toda tu presentación de ventas y por alguna razón no le pides a tu cliente que compre, por inseguridad, por miedo a ser rechazado, o por que creiste que el prospecto no iba a comprar.

La objeción que te está haciendo perder más dinero es la objeción invisible.

La objeción invisible es cuando llegas al final de tu presentación de ventas y por alguna razón no le pides a tu cliente que compre, por que tu asumiste que no te iba a comprar.

Piensa por un minuto cuántas ventas has perdido por la objeción invisible. Te aseguro que son muchas.

Para comprobar lo que les estoy diciendo te voy a platicar la siguiente historia.

En los periódicos de Estados Unidos publicaron una historia acerca del legendario Henry Ford, el fundador de la Ford Motor Company y resulta que en ese tiempo Henry Ford compró un seguro de vida de varios millones de dólares y fue tan alto el monto de este seguro que llegó a los titulares de los periódicos.

Y un amigo muy cercano de Henry Ford que vendía seguros de vida se dio cuenta de esto y le preguntó por qué no le había comprado el seguro de vida a él.

La respuesta de Henry Ford es una lección para todos los que nos dedicamos a las ventas, pongan mucha atención, Henry Ford le respondió a su amigo “Porque no me preguntaste”.

Pregunta: ¿Cuántas ventas estas perdiendo simplemente porque no estas cerrando la venta o porque no les estás ofreciendo tu producto, servicio u oportunidad de negocios a tu círculo de amistades, a tus conocidos, a tus amigos, compañeros de trabajo? yo creo que son muchas ventas.

Ahora quiero compartir contigo el cierre más poderoso.

¿Sabes cual es el cierre más poderoso?

El cierre más poderoso es cuando llegas al final de tu presentación de ventas y le pides a tu prospecto que compre.

Te repito, el cierre más poderoso es cuando llegas al final de tu presentación de ventas y simplemente le pides al prospecto que compre.

Esto es muy cierto porque las estadísticas en ventas dicen que más del 63% de todas las presentaciones de ventas terminan sin que el vendedor le haya preguntado al prospecto si quiere comprar su producto o servicio.

Otras estadísticas dicen que la mayoría de las ventas se cierran después del 5to intento de cierre.

Sin embargo, más del 50% de las ventas se pierden porque los vendedores no hacen ningún tipo de seguimiento con los prospectos para tratar de cerrar la venta.

Ahora quiero hacerte una pregunta y tú ¿Sabes pedir? ¿Sabes cuál es la manera correcta de pedir?

A continuación, te voy a enseñar cuatro pasos específicos para que aprendas a pedir.

Estos cuatro pasos son muy poderosos. Y si los aplicas en tus próximas presentaciones vas a cerrar más ventas y reclutar más personas. Te lo garantizo.

4 pasos para lograr todo lo que tu quieres:

- 1) Pide con fe, seguridad y confianza de que te van a decir que sí.
- 2) Pídele a la persona que tenga la capacidad de decidir.
- 3) Tienes que ser claro y específico en lo que quieres.
- 4) Pide de una forma constante hasta lograr lo que quieres.

Uno de los principios más importantes del éxito es la persistencia.

Arthur Schopenhauer lo afirmó: "La mayoría de las veces las cosas no se le dan al que las merece, sino al que sabe pedir las con persistencia".

Entonces, el secreto del éxito en las ventas y los negocios es:

¡Pedir! ¡Pedir! Pedir y nunca rendirte.

Esto es muy cierto por que en ventas, el 80% de las ventas se cierran después del quinto intento. Sin embargo, el 44% de los vendedores se da por vencido después de la primera visita.

Ahora quiero hablar acerca de las principales razones por las que muchos vendedores no cierran la venta.

Entonces por qué muchos vendedores aunque quieran cerrar más ventas, tener más clientes y ganar más dinero, ¿Por qué no cierran la venta?

La respuesta es:

- Por miedo al rechazo.
- Por miedo a que te digan que no.
- Por miedo a hacer el ridículo.
- Por baja autoestima.
- Por inseguridad.

La inseguridad y el miedo están presentes porque no conoces tu producto o servicio al 100%.

La inseguridad y el miedo están presentes por mala capacitación por parte de la compañía.

La inseguridad y el miedo están presentes porque no has dedicado el tiempo suficiente para prepararte.

La inseguridad y el miedo están presentes por la falta de práctica y preparación.

La inseguridad y el miedo están presentes porque no sabes tu presentación de ventas.

La inseguridad y el miedo están presentes porque no sabes tu cierre al derecho y al revés.

La inseguridad y el miedo están presentes por que no dominas tu presentación de ventas al 100%

Y sabes todo esto te está costando mucho dinero, todo esto te está haciendo perder miles y miles de dólares.

¿Quieres saber cómo se cura esto? Esto se cura con la práctica y la repetición.

“Los seres humanos aprendemos a base de la práctica y la repetición”.

Para convertirte en un experto en ventas tienes que practicar por lo menos una hora cada día. Tienes que practicar una hora diaria hasta que te conviertas en un experto.

Experto 5 años.

Maestría 10 años.

En su libro “Los fuera de serie” Malcom Gladwell dice que toma aproximadamente 10 mil horas de práctica y preparación para lograr la maestría.

“Toma un promedio de 10 mil horas o 10 años de práctica y repetición para que te conviertas en el mejor de tu profesión”.

A un cardiólogo le toma un promedio de 10 años de estudio y práctica para lograr su especialidad.

Yo te felicito porque al invertir en este libro te estás preparando y estás en este camino de práctica y preparación. Todo cuenta.

“Son los pequeños detalles los que marcan la diferencia entre las personas que triunfan y las que sueñan con triunfar”.

Hector Gonzalez

Ahora vamos a hablar acerca de la psicología del comprador y las principales razones por las que compran las personas. Si queremos ser más efectivos para cerrar más ventas o reclutar más personas tenemos que entender cuál es la psicología de un comprador. ¿Por qué compran las personas?

¿Qué es exactamente lo que motiva a una persona a comprar?

Las personas compran:

- 1) Porque tienen necesidades.
- 2) Porque tienen intereses.
- 3) Porque tienen problemas.
- 4) Porque quieren ganar más dinero o porque quieren ahorrar dinero.
- 5) Porque quieren paz y tranquilidad.
- 6) Porque quieren resolver un problema.
- 7) Porque quieren quedar bien con alguna persona.
- 8) Porque quieren lograr un sueño.
- 9) Porque se quieren sentir inteligentes.
- 10) Porque quieren entretenimiento.
- 11) Porque quieren vivir la vida de sus sueños.
- 12) Porque quieren lograr la independencia financiera.

Entender cuáles son las razones por las que compran las personas es muy importante especialmente cuando queremos cerrar más ventas.

Muy bien, ahora ya sabes por qué compran las personas.

Primer consejo para cerrar más ventas:

- Ser producto del producto.
- La venta más difícil es la que te tienes que hacer a ti mismo.
- Tener fe en ti, en tu compañía.
- Convicción total en tu producto o servicio.

Como dijo Wiston Churchil:

*“Para poder inspirar a otros, yo tengo que estar inspirado.
Para hacer llorar a otros, yo tengo que llorar primero.
Para poder convencer a otros, yo tengo que estar convencido”.*

Segundo consejo:

Para poder cerrar una venta tenemos que hacer una petición correcta en el tiempo correcto.

¿Qué quiere decir esto?

Vas a seguir la secuencia de cerrar una venta

¿Te casas conmigo?

1. Se conocen.
2. Se hacen amigos.
3. La invitas a salir.
4. Le pides que sea tu novia.
5. Noviazgo.
6. Le propones matrimonio.
7. ¿Te casas conmigo?

Vamos a seguir la secuencia correcta de cerrar una venta:

1. Prospectar a una persona calificada.
2. Sacas una cita.
3. Te ganas la confianza.
4. Identificar una necesidad.
5. Le explicas los beneficios.
6. Llegas al cierre de una manera natural/orgánica.

A continuación voy a compartir contigo unos consejos prácticos y efectivos para cerrar más ventas. Yo creo que si los aplicas te van a ayudar a cerrar más ventas y ganar más dinero por el resto de tu carrera en las ventas.

*“Ventas es la profesión mejor pagada para los vendedores que son
PROFESIONALES”.*

Hector Gonzalez

Uno de los consejos más importantes que te puedo dar es que tomes la decisión de convertirte en un vendedor profesional.

Déjame hacerte una pregunta ¿Quién gana más; un vendedor novato o un vendedor profesional?

Obviamente un vendedor profesional.

¿Quién gana más un cirujano de corazón o un médico general?

Un cirujano de corazón va a ganar más que un médico general. Por su experiencia, por su especialización. Y es lo mismo en ventas.

Por eso es que tienes que ser un experto en tu producto o servicio.

¿Quién es un vendedor profesional?

- Experto en su producto o servicio.

Hector Gonzalez

- Vende con honestidad, integridad y servicio.
- Tienen un gran corazón de servir y ayudar.
- Llegan puntuales a sus citas.
- Regresan las llamadas a sus clientes.

Toma hoy la decisión de convertirte en un vendedor profesional experto en tu producto o servicio.

Antonio de León dueño fundador de Ardyss International tiene una filosofía que le ha funcionado para convertirse en uno de los empresarios más exitosos de red de mercadeo “En 90 días tengo que ser el mejor”.

El señor Antonio trabaja en bloques de 90 días y se especializa en una área específica

Toma la decisión de que en 90 días vas a estudiar este libro hasta que domines cada una de las estrategias.

Toma la decisión de que en 90 días te vas a convertir en un vendedor profesional.

Toma la decisión de que en 90 días vas a ser el mejor vendedor de tu compañía.

VENTAS = DINERO
SER UN VENDEDOR PROFESIONAL
=
GANAR MUCHO DINERO.

Hector Gonzalez

Tercer consejo saber tu presentación de ventas al derecho y al revés.

¿Qué quiere esto? Que cuando estés con un prospecto tienes que saber exactamente lo que le vas a decir, cómo lo vas a decir, por qué lo vas a decir, en qué momento lo vas a decir y tienes que saber exactamente en qué momento vas a cerrar la venta.

Yo se mi presentación de ventas al derecho y al revés. Y cuando estoy frente a un público en una presentación, se exactamente lo que voy a decir, cómo voy iniciar, como voy a desarrollar cada segmento de mi presentación, sé cómo me voy a ganar la confianza de mis clientes, cómo voy a explicar los beneficios, las historias que voy a contar, los testimonios que voy a presentar y se exactamente como voy a cerrar la venta.

¿Y sabes como logre esto? con la práctica y repetición.

Más de 10 mil horas de práctica y repetición.

Practicando una hora diaria todos los días por más de 5 años.

y lo sigo haciendo, antes de una presentación, practico todos los días.

*“Los seres humanos, aprendemos
a base de la práctica y la repetición,
la práctica y la repetición
son la madre de la retención”.*

Hector Gonzalez.

Yo creo que esto es una de las partes más importante de este entrenamiento, es una idea que vale un millón de dólares.

Tengo la convicción de si lo único que sacas de este libro, que entiendas la importancia de ser un vendedor profesional y que domines tu presentación de ventas y tu cierre al derecho y al revés, ya con eso vas a generar más ventas, más clientes y ganar más dinero. ¿Por qué digo esto? porque el 95% de los vendedores no se sabe su presentación y cuando están en una presentación y cuando están con un cliente están “Cantinfleando” no se saben su presentación.

*“Son los pequeños detalles los que marcan la diferencia entre
las personas que triunfan y las que sueñan con triunfar”.*

Hector Gonzalez

Quiero que entiendas esto, los vendedores más exitosos que están ganando miles y miles de dólares, son entusiastas, disciplinados, motivados, seguros de sí mismos, tienen fe en el producto que venden y son vendedores profesionales que saben su presentación de ventas y su cierre al derecho y al revés. ¡Está claro esto!

Dominar tu presentación.

- Te va a dar confianza y seguridad.

Dominar tu cierre.

- Te va a dar confianza y seguridad.

Dominar tu presentación y tu cierre.

- Te va a ayudar a cerrar más ventas.

Es una idea que vale un millón de dólares.

Hoy en día hay demasiada competencia entre las empresas y entre los vendedores y esto requiere que te conviertas en un experto en tu producto o servicio. Estos tiempos demandan que te conviertas en un vendedor profesional que domines tu presentación de ventas al derecho y al revés, para que no solamente sobrevivas si no que seas tú de los que dominen en tu industria.

*“El precio del éxito se paga una sola vez”
“El precio de la mediocridad se paga toda la vida”.*

Hector Gonzalez

Cuarto consejo, para que te conviertas en un gran cerrador tienes que tener sentido de urgencia.

Porque ¿Cómo te vas a convertir en un gran cerrador, si no tienes sentido de urgencia?

¿Cómo te vas a convertir en un gran reclutador si no tienes sentido de urgencia?

Tienes que tener sentido de urgencia, tienes que tener una razón, un sueño, un motivo, y eso es lo que te va a motivar a ser un mejor cerrador.

Tener sentido de urgencia es muy importante, porque ni tú, ni yo vamos a vivir toda la vida. Según las estadísticas, el promedio de vida en los Estados Unidos es de 76 años, no sé cuántos años tienes tú.

Cuando yo empecé mi carrera de ventas hace ya más de 25 años como vendedor de cable tv de puerta en puerta, en aquel tiempo yo tenía una gran necesidad de ganar dinero, por que estaba recién casado y ya había nacido mi primer hija y yo tenía una gran necesidad de ganar dinero para pagar mis gastos y sacar a mi familia adelante.

Eso fue lo que me motivó para convertirme en pocos meses en uno de los mejores vendedores de la compañía de cable tv y eso eventualmente me llevaría a la posición de supervisor, después manager y finalmente director de ventas y eso sucedió porque yo tenía sentido de urgencia, hambre de triunfar, hambre de salir adelante así que tener una gran necesidad de ganar dinero, de salir adelante, de prosperar en tiempos de crisis, eso te va a ayudar a convertirte en un buen cerrador.

Quinto consejo usar guiones/scripts.

“La manera más fácil de cerrar una venta es usar guiones o scripts”.

Hector Gonzalez

¿Por qué debes usar un guión?

Los seres humanos responden de una manera predecible.

La mayoría de los vendedores profesionales usan scripts.

Yo uso scripts.

¿Por qué uso scripts?

Por qué funcionan.

Por qué es la manera más fácil de producir un resultado.

Por qué los seres humanos responden de la misma manera.

En las películas los actores usan guiones.

Los comediantes usan guiones.

¿Qué es un guión?

Son palabras en secuencia que producen un resultado.

A continuación voy compartir contigo mis técnicas favoritas para cerrar la venta, quiero decirte todas estas técnicas funcionan y han pasado la prueba del tiempo, así que es muy importante que las estudies, las practiques y te comprometas a aprenderlas y dominarlas al 100%. Esto te va ayudar a cerrar más ventas, reclutar más personas, tener más clientes y ganar más dinero por el resto de tu carrera en las ventas.

El cierre doble alternativa.

Este cierre es muy efectivo por que estamos asumiendo dos cosas, primero que el cliente sí va comprar y segundo le estamos dando a escoger entre dos opciones.

Por ejemplo:

¿Prefiere el paquete de oro o el paquete de plata?

Por ejemplo en mi negocio de fotografía todos los vendedores utilizaban el cierre doble alternativa y cuando llegaban al final de su presentación de ventas le decían a las clientas: señora ¿Le gustaría comprar el paquete de \$250 dólares o el paquete de \$500 dólares? y se quedaban callados.

Ahora quiero hacerte una pregunta ¿Sabes por qué te quedas callado después de cerrar la venta?

Porque el silencio es una parte muy importante del lenguaje para influenciar y persuadir a las personas. El silencio te ayuda a cerrar la venta porque pone presión en el cliente para que tome una decisión.

Dicen que: “El primero que habla, es el que pierde”.

Entonces, después de que cierres la venta -que le pidas al cliente que compre- siempre te vas a quedar callado.

Esta técnica la utilizan las niñas exploradoras cuando están vendiendo las galletas de las “Girls scouts” y quiero decirte que estas niñas han vendido millones y millones de cajas de galletas utilizando este script.

El script va más o menos así:

Señor, ¿Le gustaría comprar una caja de galletas para ayudar a las girl scouts? Y se quedan calladas.

Manuel Marquez, es uno de mis estudiantes más exitosos, inversionista en bienes y raíces y usa el cierre doble alternativa para sacar más citas y les dice a sus clientes.

Entonces ¿Cuándo puede venir a una cita?

¿En fin de semana o entre semana?

¿Sábado o Domingo?

¿Por la mañana o por la tarde?

¿A las 10 am o a las 11 am?

En un proceso de preguntas y dándole opciones a sus clientes él logra sacar más citas.

Cierre oferta irresistible.

Este cierre lo utilizo en cada una de mis presentaciones de venta. Cuando estoy haciendo el cierre de la venta les explico el programa de entrenamiento, les explico todo lo que incluye, después les digo el precio del programa y al final les hago una oferta irresistible.

Por ejemplo:

La inversión en este programa de entrenamiento es \$1,500 dólares pero las personas que se inscriban al programa el día de hoy van a recibir una oferta irresistible, y les pregunto ¿Qué tipo de oferta? Exactamente una oferta irresistible.

Las personas que se inscriban al programa el día de hoy van a pagar solo \$300 dólares por todo el programa de entrenamiento y van a recibir estos bonos que tienen un valor de \$500 dólares. Las personas que estén listas para llevar su carrera de ventas al siguiente nivel pueden empezar a llenar la forma de inscripción.

Otro ejemplo del cierre oferta irresistible:

En México en los mercados hay comerciantes que venden cobijas. Son buenísimos para hacer ofertas irresistibles. Te dicen hoy \$500 pesos te vas a llevar a tu casa este paquete de cobijas que tiene un valor de \$1,500 pesos y además te voy incluir esta cobija, mas estas almohadas y además estas sábanas y venden mucho por que saben hacer estas ofertas irresistibles

Recuerda este principio:

“Tus clientes van a comprar hoy, si les das una razón para que compren el día de hoy”.

Esto es muy importante, por que la mayoría de las personas son muy indecisas a la hora de comprar y cuando cerramos la venta, te dicen necesito tiempo pensarlo, necesito hablarlo con mi pareja, etc, etc,

Entonces para que un cliente te compre hoy y no mañana tienes que hacerles una oferta irresistible y ofrecerles un premio, un regalo, un bono, un incentivo o un descuento extra.

Cuando yo trabaje para Buenavision cable tv utilizamos este cierre y les decíamos a los clientes: Señor prospecto si se inscribe al servicio de cable tv el día de hoy, le vamos a dar la instalacion completamente gratis que tiene un precio regular

\$29.95 y además le vamos a incluir los canales premium HBO, Cinemax y Showtime y cerramos a miles de ventas utilizando este cierre.

Te lo repito: "Tus clientes van a comprar hoy, si les das una razón para que compren el día de hoy".

Años después trabajé para la compañía AT & T y les ofrecíamos a los clientes un incentivo para que tomaran acción.

Señor, si cambia su servicio de larga distancia a AT & T hoy, le vamos a dar un regalo adicional, un cheque por \$100.00 y cerramos miles de ventas, miles de personas compraron porque utilizamos este cierre.

Entonces tus clientes van a comprar hoy, si les ofreces un regalo, un premio, un incentivo o un descuento extra.

El cierre por garantía.

Señor prospecto nosotros ofrecemos la mejor garantía de la industria. Si usted no está 100% satisfecho en los primeros 30 días nosotros le regresamos todo su dinero sin hacerle una sola pregunta.

¿Qué paquete prefiere? ¿El paquete de oro o el de plata?

El cierre por recomendación, en este cierre te vas a presentar con tu cliente como un asesor o consejero.

Cuando llegues al final de tu presentación de ventas, después que le hayas explicado todos los beneficios de tu producto o servicio le vas a decir a tu cliente:

Señor, mi recomendación para usted es la siguiente: el paquete que más le conviene es el paquete de oro, le explicas los beneficios, le explicas todo lo que incluye el paquete, los bonos, y el precio.

Y le dices: ¿Está bien este paquete para usted?

Y si te dice que si, ya cerraste la venta y empiezas a llenar la orden.

El cierre por asumir la venta.

Este cierre es cuando llegas al final de tu presentación de ventas y asumes que tu cliente si va a comprar el paquete que le estas ofreciendo y simplemente le das 2 opciones de pago:

¿Qué tipo de tarjeta va a usar el día de hoy, visa o mastercard?

¿Prefiere pagar con cheque o efectivo?

Es como cuando vas a las famosas hamburguesas “In and out” de California, ellos no te preguntan si quieres una hamburguesa. Ellos asumen que si vas a comprar y solamente te preguntan que si quieres tu hamburguesa con queso o sin queso.

El cierre por escasez.

Está basado en “La ley de la escasez” del libro la psicología de la persuasión de Robert Cialdini que dice: “Entre menos hay, las personas lo quieren más”.

Está comprobado científicamente que cuando hay escasez o hay cantidades limitadas de un producto la gente lo quiere más.

“Sólo hay 5 a este precio”.

“Solo para las primeras 5 personas”.

“Por tiempo limitado”.

El cierre por escasez lo utilizan las compañías de construcción para vender casas nuevas, estas compañías venden las casas por fases.

Y cuando les quedan pocas casas en una fase, antes de empezar a vender la siguiente fase utilizan el cierre por escasez.

Señor prospecto solo nos quedan 5 casas en esta fase. ¿Le gustaría comprar una de estas casas?

El cierre prueba.

Este cierre lo utilizan los asesores de préstamos de casa.

Señor prospecto, si le puedo reducir su pago mensual y conseguirle \$10mil dólares en efectivo ¿Le gustaría refinanciar su casa?

De las casas que fuimos a ver ¿Cuál fue la que más le gustó?

¿Cuánto dinero le gustaría poner para apartar esta casa?

El cierre por presupuesto.

Este cierre es muy bueno sobre todo si tienes flexibilidad en el pago o si tienes la capacidad de negociar el precio, entonces lo que haces es que le ofreces un paquete de acuerdo al presupuesto de tu cliente.

¿Cuánto es su presupuesto? \$400.00

Si le consigo el paquete en \$400.00 ¿Cerramos el trato el día de hoy?

Por ejemplo: Un vendedor de carros le puede decir a su cliente lo siguiente:

Señor _____ ¿Cuánto es su presupuesto para la compra de su carro? ¿Cuánto es lo máximo que usted tiene planeado gastar?

5 mil dólares.

¿Si someto la propuesta en 5 mil dólares cerramos el trato el día de hoy? y le das la mano para amarrar el trato, si te da la mano ya cerraste.

El cierre de los 3 beneficios.

Este cierre es uno de mis cierres favoritos.

El cierre de los 3 beneficios funciona de la siguiente manera: cuando llegas al final de tu presentación de ventas, después de que le explicaste todos los beneficios, lo que vas a hacer es ayudar a tu cliente a identificar cuáles fueron los 3 beneficios que más le interesaron de tu producto o servicio.

Entonces para ayudar a tu cliente a identificar qué fue lo que más le gustó le vas a preguntar lo siguiente:

Señor prospecto ¿Cuáles son los 3 beneficios que más le interesaron?

Y dejas que te diga cuáles fueron los beneficios que más le interesaron, déjalo que hable, no lo interrumpas por que todo lo que te diga te va ayudar a cerrar la venta.

Después de que te diga, cuales fueron los beneficios que más le interesaron con sus propias palabras tú le vas a decir, Señor prospecto de acuerdo con lo que usted me dijo hay 3 razones para que usted tome una decisión el día de hoy.

Y le dices:

El beneficio 1

El beneficio 2

El beneficio 3

¿Cuándo le gustaría empezar?

Último consejo:

Modela e imita las técnicas de cierre de los mejores vendedores de tu compañía. Te garantizo que en tu compañía hay excelentes cerradores.

Te recomiendo que acompañes a los mejores vendedores a una presentación de ventas, escucha, fijate, presta atención y toma notas acerca de cómo cierran la venta ellos. Qué técnicas usan, qué palabras usan, cómo cierran la venta.

Yo todo el tiempo estoy estudiando y aprendiendo de los mejores cerradores de mi industria y cada vez que puedo voy con mis maestros, coaches y mentores a sus seminarios para continuar aprendiendo de ellos.

“Si tuviera 6 horas para cortar un árbol las primeras 6 las dedicaría a sacarle filo al hacha”.

Abraham Lincoln

Mensaje Final:

La verdad es que no necesitamos ser engañosos a la hora de cerrar la venta. Tampoco necesitamos utilizar técnicas para manipular al cliente.

Lo único que necesitamos hacer es una excelente presentación en donde primero nos vamos a ganar la confianza del cliente. Segundo vamos a identificar sus necesidades. Tercero le vamos a explicar los beneficios y después de esto vamos a cerrar la venta, vamos a pedirle al prospecto que compre y después nos vamos a quedar callados,

La realidad es que hay cientos de cierres y la verdad es que no te los tienes que saber todos.

Mi recomendación es la siguiente:

No trates de reinventar la rueda.

No trates de reinventar la rueda.

No trates de reinventar la rueda.

Enfócate en aprender 2 o 3 cierres que funcionen para ti y para lo que tú vendes.

Mis cierres favoritos:

El cierre doble alternativa.

El cierre oferta irresistible.

El cierre de los tres beneficios.

Así de fácil y sencillo, enfócate en dominar el cierre que mejor funcione para lo que tú vendes y que te sientas más cómodo.

Lo que vas a hacer es practicar, practicar y practicar hasta que domines tu cierre al 100%

Muévete a la velocidad de las instrucciones.

Tu tarea practicar hasta que domines tu presentación de ventas y aprendas tu cierre de memoria.

Tienes que saber tu cierre al derecho y al revés.

Vamos a hacer un resumen de lo más importante.

En esta capítulo aprendimos:

- Diferentes maneras de cómo cerrar una venta.
- El cierre doble alternativa.
- El cierre de los tres beneficios.
- El cierre por recomendación.
- El cierre oferta irresistible.
- Que los vendedores profesionales usan scripts.
- Usar scripts es la manera más fácil y efectiva de vender.
- Que el cierre es la conclusión natural de una buena presentación de ventas.
- Todos los seres humanos, hombres, mujeres y especialmente los niños son excelentes cerradores y cuando queremos algo hacemos hasta lo imposible por conseguirlo.
- La importancia de tener sentido de urgencia y que todos nos podemos convertir en excelentes cerradores si tenemos una razón o un motivo para lograrlo.
- La importancia de dominar nuestra presentación de ventas y dominar el cierre al derecho y al revés.
- El cierre más poderoso es cuando llegamos al final de nuestra presentación de ventas y le pedimos al prospecto que compre y luego nos quedamos callados.
- La objeción que te está costando más dinero es la objeción invisible

- Más del 50% de las presentaciones de ventas terminan sin que el vendedor le pida al prospecto que compre, por miedo, por inseguridad, por miedo al rechazo o por miedo a hacer el ridículo.
- Tus clientes van a comprar el día de hoy si les das una razón para que compren el día de hoy.

En realidad lo único que tienes que hacer es encontrar una manera fácil y efectiva de cerrar la venta y después lo único que tienes que hacer es repetir ese proceso una y otra vez, una y otra vez.

Ahora es tiempo de tomar acción, ahora es tiempo de implementar las estrategias.

Tengo 2 preguntas para ti:

¿Cuáles fueron las 2 ideas más importantes que aprendiste?

¿Cuál es el cierre que vas a implementar inmediatamente para cerrar más ventas?

“Aumenta tu servicio a tus clientes y aumentarán tus ganancias”.

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 7

Cómo contestar las objeciones de los clientes para cerrar más ventas.

“A las personas no les importa lo que sabes, a las personas solo les importa saber cómo se van a beneficiar con lo que sabes”.

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 7

Cómo contestar las objeciones de los clientes para cerrar más ventas.

Si te gustan las estrategias que ponen dinero en tu bolsillo, entonces te van a encantar mis ideas acerca de cómo contestar las objeciones de los clientes.

Yo creo que esta es una de las clases más importantes de este libro.

Mi meta es enseñarte a contestar las objeciones de tus clientes de una manera fácil, práctica y efectiva para que puedas convertir esas objeciones en ventas cerradas que pongan dinero en tu cuenta de banco.

Para que puedas contestar efectivamente las objeciones de los clientes tienes que ser “Producto del producto”.

¿Qué quiere decir ser producto del producto?

Que tú tienes que ser un cliente satisfecho del producto que recomiendas.

¿Qué significa esto?

Que para poder contestar efectivamente las preguntas, dudas o las objeciones de tus clientes tú tienes que consumir el producto que recomiendas, tienes que creer en tu producto, servicio o compañía, tener una convicción total.

Como decía Winston Churchill:

*“Para poder inspirar a otros, tu tienes que estar inspirado
Para hacer llorar a otros, tú tienes que llorar primero.
Para poder convencer tú tienes que estar convencido”.*

Porque si no tienes la convicción total de tu producto o servicio entonces no vas a tener la fuerza, la confianza o la seguridad para contestar las objeciones de tus clientes.

Si tú no estás convencido, ¿Cómo vas a poder convencer a otras personas?

Entonces primero tienes que ser producto del producto, está claro este punto.

La venta más difícil es la que te tienes que hacer a ti mismo, si tú todavía no compras tu producto, no esperes que otra persona lo haga.

Si tú no usas tu producto, no esperes que otra persona lo haga.

Entonces tienes que estar enamorado de tu producto, servicio o compañía

Tienes que tener una convicción completa y total.

Si no tienes esa convicción total, no vas a poder contestar las preguntas o las objeciones de los clientes.

Y si no crees en el producto, la compañía o el liderazgo de la compañía entonces cambia de compañía, cambia de negocio, cambia de producto.

Ventas es y seguirá siendo la profesión mejor pagada para los vendedores profesionales, para los vendedores que son expertos en su producto o servicio.

Saber contestar las objeciones de los clientes es una de las partes más importantes del proceso de la venta.

Porque cuando estamos contestando una objeción de un cliente, en realidad estamos a un paso de cerrar una venta.

En el proceso de cerrar una venta:

1. Generamos un prospecto calificado.
2. Hacemos una cita.
3. Nos ganamos la confianza.
4. Identificamos sus necesidades.
5. Le explicamos los beneficios.
6. Cerramos la venta.

Cuando llegas al final de tu presentación -al cierre- y le preguntas a tu cliente que si quiere comprar, el prospecto te va a decir:

- Sí.
- No.

O te va a dar una objeción.

Y un vendedor profesional tiene una respuesta preparada para contestar cada una de las objeciones más comunes de sus clientes.

Es como a un boxeador, a un boxeador cuando le tiran un golpe y el boxeador inmediatamente por reflejo condicionado contesta con otro golpe, tú también tienes que tener una respuesta preparada para contestar cada una de las objeciones más frecuentes de tus clientes.

Un vendedor profesional tiene que tener una respuesta preparada para contestar cada una de las objeciones más frecuentes.

Yo tengo una respuesta preparada para contestar inmediatamente las objeciones de los clientes.

¿Cómo vas a lograr esto? Practicando diariamente hasta que lo domines al 100%.

Según el libro “Los fuera de serie”, toma un promedio 10 mil horas de práctica y repetición para que te conviertas en el mejor de tu profesión.

Contestar las objeciones, las preguntas o dudas de los clientes es una forma de negociación

Pero quiero que entiendas que un vendedor profesional nunca va a presionar o manipular a un cliente

¿Por qué?

Vender es servir.

Vender es ayudar.

Vender es satisfacer necesidades.

Vender es ayudar a tu cliente a resolver sus necesidades, intereses o problemas.

Vender es resolver el problema del cliente.

Y vamos a vender con honestidad, integridad y servicio.

Todas las religiones en el mundo están basadas en 2 principios básicos.

Amar y servir, amar y servir a tu prójimo.

La ley de la reciprocidad dice que: “Todo lo que des, lo vas a recibir multiplicado” osea que:

Toda acción, tiene una reacción.

Toda acción tiene uno o múltiples efectos.

Entonces es muy simple, primero tenemos que sembrar para recibir.

Esta ley se cumple tanto en la física, como en la química y también se cumple en las relaciones humanas.

Entonces cuando salgas a vender no te enfoques en vender, no te enfoques en cerrar una venta, no te enfoques en reclutar a una persona aunque suene irónico.

Cuando salgas a vender mejor enfócate en servir a tus clientes, mejor enfócate en ayudar a tus clientes, mejor enfócate en ganarte la confianza de tus clientes, mejor enfócate en darles información valiosa, a tus clientes valiosos.

Vender es como el juego de ajedrez.

En el juego de ajedrez tienes que pensar y analizar cada jugada para poder ganar el juego.

Para ser más exitoso en las ventas, también tienes que hacer lo mismo, cuando estés vendiendo tienes que pensar por adelantado cual es la mejor manera de contestar una objeción.

Entonces, ¿Cuáles son las objeciones más comunes en tu negocio?

Las objeciones más comunes en general son:

“No tengo dinero”.

“Necesito tiempo para pensarlo”.

“Necesito hablarlo con mi esposo o esposa”.

“No tengo tiempo”.

“Está muy caro”.

Tu primera tarea es hacer una lista de las objeciones más frecuentes que recibes de parte de tus clientes y después vas a pensar en cuál es la mejor manera de contestar cada objeción.

Para ayudarte con esta tarea a continuación voy a compartir contigo algunas de mis mejores ideas de cómo contestar las objeciones de los clientes, de una manera fácil, práctica y efectiva y que muevan a tus clientes a tomar acción y también te voy a dar algunos ejemplos de cómo contestarlas.

Entonces, no solo te voy a decir lo que tienes que hacer, si no que te voy a decir como hacerlo:

Primera estrategia: Puedes contestar una objeción con una historia de uno de tus clientes satisfechos.

Contestar una objeción con una historia de tus clientes satisfechos es la manera más efectiva de contestar las objeciones de tus clientes.

Te voy a dar un ejemplo, El cliente te dice: No tengo dinero

Y tú le vas a decir:

_____ Eso me hace recordar a uno de mis clientes que estaba en la misma situación que usted; no tenía dinero, mas sin embargo yo le expliqué todos los beneficios de _____ y después de que el vio los beneficios consiguió el

dinero y hoy en día él es uno de mis clientes satisfechos. Hablé con mi cliente la semana pasada y me dio las gracias por haberlo ayudado a tomar una decisión.

Yo creo que usted también puede experimentar el mismo resultado.

¿Qué le parece si lo intentamos?

¿Por qué no se da una oportunidad?

¿Cuándo le gustaría empezar?

Entonces, ¿Qué estamos haciendo?

Estamos bailando elegantemente con el prospecto.

Como en el juego de la papa caliente.

Le vas a contestar la objeción y le vas a platicar una historia de uno de tus clientes satisfechos que estaba en la misma situación que él y tú le explicaste los beneficios y se inscribió a tu programa y ahora él es uno más de tus clientes satisfechos.

Tarea.

Hacer una lista de historias de tus clientes satisfechos y las vas a usar para contestar las objeciones más frecuentes.

Segunda estrategia, puedes contestar una objeción con una pregunta.

Contestar una objeción con una pregunta, es muy importante por que hay veces que los clientes no dicen la verdadera objeción.

Dicen una cosa, pero la verdad es otra. Por ejemplo, dicen:

“Necesito tiempo para pensarlo”, cuando la realidad es que no tienen el dinero.

O dicen: “No tengo dinero”, cuando en realidad es que necesitan hablarlo con su pareja.

Esta estrategia, es muy importante, porque al contestar una objeción con una pregunta, vas a poder descubrir cual es la verdadera objeción.

Por ejemplo, si el cliente te dice:

— ¡Está muy caro!

Tú le vas a decir:

Entiendo lo que me está diciendo pero, ¿Por qué dice que está muy caro?

El cliente te dice:

— ¡Está muy caro!

Tú le vas a decir:

— Señor entiendo lo que me está diciendo, ¿Comparándolo con qué?

Siempre vas a decir: “Entiendo lo que me esta diciendo” esto es muy importante por que crea rapport.

El cliente te dice:

— ¡Está muy caro!

Tú le vas a decir:

— Entiendo lo que me está diciendo, según usted, ¿Cuánto es muy caro?

Otro ejemplo más.

El cliente te dice:

— ¡No tengo tiempo!

Tú le vas a decir:

— Entiendo lo que me está diciendo. ¿Para cuando va a tener el tiempo?

ó

— ¿Por qué dice que no tiene tiempo?

Lo que estamos haciendo es bailar elegantemente con el prospecto.

Como en el juego de la papa caliente.

Lo que estamos haciendo es mantener viva la conversación y descubrir cuál es la verdadera objeción.

Otro ejemplo.

Objeción : Necesito hablar con mi esposa.

Respuesta:

- Entiendo lo que me está diciendo, ¿Cuándo va a hablar con su esposa?
- Entiendo lo que me está diciendo, ¿Por qué necesita hablar con su esposa?
- Entiendo lo que me está diciendo, ¿Piensa usted que no va a estar de acuerdo?

Contestar una objeción con una pregunta es una estrategia muy importante porque al contestar una objeción con una pregunta, vas a poder descubrir cuál es la verdadera objeción.

Tercera estrategia, puedes contestar una objeción y cerrar una venta al ayudar a tu cliente a solucionar su problema.

Esta es la estrategia que utilizaba Joe Girard, el mejor vendedor de carros en el mundo.

Joe Girard tiene el récord Guinness como el mejor vendedor del mundo, porque durante 12 años consecutivos ganó el premio como el mejor vendedor de carros del mundo.

Joe Girard, vendía más carros que muchas agencias de autos y todo su equipo de vendedores.

Joe Girard vendía un promedio de 6 carros cada día,

En toda su carrera vendió un total de 13,001 carros,

Cual eran algunos de los secretos de Joe:

- Trabajar inteligentemente,
- La constancia,
- Ayudar a resolver el problema del cliente.

¿Cuál era su secreto? **Ayudar a sus clientes a resolver el problema.**

Por ejemplo, los clientes le decían a Joe:

No tengo dinero para el depósito.

Y Joe Girard les decía:

Entiendo lo que me está diciendo, pero déjeme hacerle una pregunta ¿Quién es una persona que lo quiere, que se preocupa por usted y que lo podría ayudar hoy con un préstamo para el depósito?

Es que no tengo a nadie.

Entiendo lo que me está diciendo, pero déjeme hacerle una pregunta:

Si su carro se descompone a la media noche y a su celular solamente le queda pila para hacer una llamada.

¿A quién le llamaría?

Por qué no le llama a esa persona y le dices que si te puede ayudar con:_____

Cuarta estrategia, negociando la objeción.

Contestar las objeciones de los clientes es una forma de negociación, entonces puedes contestar una objeción y cerrar una venta negociando la objeción.

Ejemplo:

Por ejemplo cuando el vendedor está vendiendo un carro y el cliente le dice que está muy caro

El vendedor le va a decir: Entiendo lo que me está diciendo, pero si le consigo un descuento adicional de un 25% ¿Podemos cerrar el trato hoy?

“Está muy caro”.

Entiendo lo que me está diciendo, Si le consigo un descuento extra de \$100.00 ¿Cerramos el trato hoy?

“Esta muy alto el pago”.

Entiendo lo que me está diciendo Si le consigo que el pago mensual quede en ___ esta cantidad ¿Cerramos el trato hoy?

En mi negocio de fotografía los clientes a veces querían cambiar una pose por otra.

Y me preguntaban ¿Me puedes cambiar la pose?

Entiendo lo que me está diciendo Si le consigo lo que me está pidiendo, ¿Podemos cerrar el trato hoy?

Entonces puedes cerrar una venta negociando la objeción.

Quinta estrategia, usar “El mejor y el peor escenario”.

Por ejemplo, el cliente te dice “Sí me interesa pero necesito tiempo para pensarlo”.

Tú le vas a decir: Entiendo lo que me está diciendo, pero vamos a suponer que usted inicia este programa.

¿Qué sería lo peor que puede pasar? Déjalos que respondan.

Ahora ¿Qué sería lo mejor que puede pasar? Déjalos que respondan.

Yo le puedo asegurar que el peor escenario no va a pasar y lo que yo te prometo es

_____ que este programa te va ayudar a ayudar a: (explicar todos los beneficios).

¿Cuándo le gustaría empezar?

¿Por qué no lo intenta?

A veces solo es cuestión de tomar una decisión.

Sexta estrategia, puedes contestar la objeción dentro de tu presentación de ventas.

Los Infomerciales en radio y televisión son excelentes ejemplos de cómo contestar las objeciones de los clientes dentro de tu presentación de ventas.

Si pones atención a los infomerciales que pasan en la radio o televisión, podrás darte cuenta como ellos contestan las objeciones de sus clientes dentro de la presentación y les ofrecen 30 días de garantía incondicional, una consulta gratis, gratis el manejo y el envío y les dicen que no hay cargos escondidos, presentan testimonios de sus clientes satisfechos.

Yo tengo una pregunta para ti:

¿Cómo puedes contestar la objeción dentro de tu presentación de ventas?

Identificar 2 ó 3 maneras de como puedes contestar la objeción dentro de tu presentación de ventas.

Séptima estrategia, puedes contestar una objeción reduciendo el riesgo para el cliente:

Ejemplos:

Si no puede hacer 5 pagos mensuales de 100, ofrécele 10 pagos de 50.

Si va a hacer un contrato de 10 años pues mejor ofrécele uno de 5 años.

Dile que el programa tiene 30 días de garantía incondicional.

Puedes contestar una objeción siendo irrazonable.

Ejemplo, sugiere:

Que se consiga un trabajo de medio tiempo para que pueda hacer los pagos.

Que venda algo.

Que pida prestado.

Última estrategia.

Si el cliente te dice que ahorita no, que más adelante.

Tu le vas a decir:

Entiendo lo que me está diciendo.

Pero déjeme hacerle una pregunta si usted no se inscribe a un programa como este para lo va a ayudar a: _____ (explicar todos los beneficios)

¿Qué es exactamente lo que vas a hacer? ¿Seguir haciendo lo mismo?, la verdad no creo que seguir haciendo lo mismo, sea un buen plan.

¿Por qué no lo intenta?

¿Por qué no se da una oportunidad?

¿Cuándo le gustaría empezar?

¿Qué necesitaría pasar para que cerremos el trato hoy?

Entonces ¿Qué estamos haciendo?

Lo que estamos haciendo es bailar elegantemente con el prospecto.

Como en el juego de la papa caliente.

Lo que estamos haciendo es mantener viva la conversación, descubrir la verdadera objeción y ayudar al cliente a tomar una decisión.

Lo que estamos haciendo es simplemente ayudarlo a tomar una decisión para poder ayudarlo a resolver su necesidad, interés o problema.

Estamos llegando al final de este capítulo y lo que quiero hacer a continuación es un resumen de lo más importante.

En este capítulo aprendimos:

- Diferentes maneras de cómo contestar las objeciones de los clientes.
- Que la clave para poder contestar las objeciones de los clientes con confianza y seguridad es ser producto del producto.
- Para poder contestar eficazmente las objeciones tienes que tener la convicción de que tu producto o servicio es el mejor.
- Podemos contestar una objeción con las historias de los clientes satisfechos.
- Contestar las objeciones de los clientes es una forma de negociación.
- Podemos contestar una objeción con una pregunta.
- Podemos contestar una objeción y cerrar la venta ayudando a solucionar el problema del cliente.
- Podemos contestar la objeción dentro de la presentación de ventas.
- Puedes contestar una objeción negociando la objeción.

Acabo de compartir contigo mis mejores ideas para contestar las objeciones de los clientes de una manera fácil, práctica y efectiva.

Ahora es tiempo de tomar acción, ahora es tiempo de implementar estas estrategias.

Te recomiendo que leas este capítulo varias veces, hasta que aprendas estas ideas hasta el punto de implementación.

Recuerda que tienes que practicar por lo menos una hora cada día hasta que domines tu presentación al 100%.

Ahora tengo 2 preguntas para ti:

¿Qué fue lo más importante que aprendiste?

¿Cuál es la estrategia que vas a implementar inmediatamente para contestar las objeciones de los clientes?

Mi recomendación es que escojas al menos 3 estrategias y piensa en cómo las vas a usar.

Tu tarea es identificar historias de tus clientes satisfechos que te dieron una objeción, compraron y hoy están felices de haber comprado .

Tu tarea es trabajar en cómo vas a contestar las objeciones de los clientes.

Puedes usar los scripts que usan tus compañeros .

Pregúnta a los mejores vendedores de tu compañía cómo contestar las objeciones.

Tarea: Hacer una lista de las objeciones más frecuentes y practicar cómo vas a contestar cada objeción.

Esto es muy importante porque los seres humanos aprendemos a base de la práctica y la repetición.

Cuando no estés vendiendo tienes que estar practicando.

“Un gran vendedor no nace, se hace a base de la práctica y repetición”.

Hector Gonzalez

LAS 13 REGLAS DEL ÉXITO DE JOE GIRARD:

1. CUIDA TU SALUD.
2. SIEMPRE TENER UNA ACTITUD POSITIVA.
3. ORGANIZA TU VIDA.
4. TRABAJA CUANDO ESTÉS TRABAJANDO.
5. DI NO A LOS MALOS HÁBITOS.
7. VISTE COMO UN PROFESIONAL.
8. ESCUCHA A TUS CLIENTES.
9. SONRÍE Y SALUDA.
10. REGRESA LAS LLAMADAS.
11. DI LA VERDAD.
12. SERVICIO AL CLIENTE.
13. AMARRA LA VENTA.
14. RECOMPÉNSATE.

Joe Girard tiene el récord Guinness como el mejor vendedor del mundo.

CAPÍTULO 8

Cómo hacer el seguimiento para cerrar más ventas.

*“El dinero está en el seguimiento
La fortuna está en el seguimiento”.*

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 8

Cómo hacer el seguimiento para cerrar más ventas.

El seguimiento es una de las partes más importantes del proceso de cerrar una venta.

Yo les digo todo el tiempo a mis estudiantes que si van a salir a prospectar y si no van a hacer seguimiento a los prospectos mejor no salgan a prospectar.

Que no pierdan su tiempo.

¿Por qué les digo esto?

El dinero está en el seguimiento. La fortuna está en el seguimiento

Según estadísticas el 80% de las ventas se cierran después del 5to intento de cierre.

Sin embargo, más del 50% de las ventas se pierden porque los vendedores no hacen ningún tipo de seguimiento con sus prospectos para cerrar la venta.

Las empresas están perdiendo millones y millones de dólares porque los vendedores no hacen seguimiento a sus ventas.

Los vendedores, los empresarios y los líderes están perdiendo miles y miles de dólares en comisiones porque no están haciendo seguimiento a sus ventas.

Millones de dólares en ventas y de comisiones se están quedando en el limbo porque cuando el vendedor sale a prospectar y el cliente le dice que lo tiene que pensar, el vendedor no hace ningún tipo de seguimiento.

La razón principal es porque la mayoría de los vendedores toman el rechazo del cliente de una manera personal y se desaniman muy fácilmente.

Si tu quieres aumentar tus ventas y crecer tu negocio entonces tienes que mejorar en tres áreas.

Primero, tienes que mejorar tu mentalidad.

Mejorar la mentalidad es muy importante porque tus pensamientos crean tus emociones, tus emociones crean tus acciones y tus acciones crean tus resultados.

Segundo, tienes que mejorar las estrategias.

Por último tienes que tomar más acción y salir de la zona de confort.

En este capítulo, te voy a retar a que mejores en el seguimiento, que tomes acción y que salgas de tu zona de confort.

Yo tengo una pregunta para ti.

¿Por qué si hay tanto dinero en el seguimiento?

¿Por qué muchos vendedores no hacen seguimiento?

¿Cuáles son algunas de las razones principales por la que los vendedores no están haciendo seguimiento?

En realidad las razones son muchas y muy variadas:

- Por el miedo al rechazo.
- Por las creencias limitantes.
- Porque no les gusta hacer seguimiento.
- Porque no les gustan las ventas difíciles.
- Porque están acostumbrados a las ventas fáciles.
- Porque estamos viviendo la época del microwave y del control remoto.
- Porque no saben como hacer el seguimiento.
- Porque no quieren molestar a sus clientes.
- Porque no tienen fe en ellos.
- Porque no tienen fe en su producto o servicio.
- Por el qué dirán.
- Por el miedo al rechazo.
- Porque les da vergüenza.
- Porque va a pensar que le estoy rogando.

Yo tengo una pregunta para ti.

¿Qué es lo que te está deteniendo de hacer seguimiento?

En la escala del 1 al 10 cómo te calificas en el área de hacer seguimiento a tus clientes? ¿Qué calificación te das?

Si te calificaste en 6 o menos, necesitas mejorar porque esto te está haciendo perder mucho dinero.

En este capítulo, te voy a enseñar como hacer el seguimiento a tus clientes de una manera fácil, práctica y efectiva para que puedas cerrar más ventas y tener más clientes.

A continuación quiero compartir contigo un ejemplo típico de lo que es el seguimiento.

Cuando haces una demostración de tu producto a un prospecto calificado y le pides a tu cliente que compre y el cliente te dice: "Sí lo quiero, me interesa, pero hoy no tengo dinero me pagan el viernes, llámame la próxima semana".

Le llamas la próxima semana, no te contesta el teléfono y le dejas un primer mensaje:

“Buenos días quedamos en que le iba a llamar hoy, usted me dijo que está muy interesado en mi producto aquí le dejo mi teléfono por favor regreseme la llamada en cuanto pueda, espero su llamada aquí le dejo mi numero de telefono, gracias”.

Entonces pasa un día, dos días, tres días y el cliente no te regresa la llamada y empiezas con el dilema en tu cabeza, no me ha regresado la llamada, ¿Será que no le interesa?, ¿Habrà cambiado de opinión?, ¿Le llamo o no le llamo?.

Finalmente después de muchas deliberaciones te armas de valor y valentía, levantas el teléfono, le marcas, no te contesta y le dejas un segundo mensaje:

“Buenos días le llamé hace unos días y le dejé un mensaje, usted me dijo que está muy interesado en mi producto aquí le dejo mi teléfono por favor regréseme la llamada en cuanto pueda, espero su llamada, aquí le dejo mi numero de telefono otra vez gracias”.

Entonces otra vez, la misma historia, pasa un día, dos días, tres días y no te regresa la llamada y tu empiezas con el dilema otra vez en tu cabeza: ¡No me ha regresado la llamada!, ¿Será que no le interesa?, ¿Habrà cambiado de opinión?, ¿Qué habrá pasado?, ¿Le llamo o no le llamo?

Finalmente después de varias muchas deliberaciones te armas de valor y valentía, levantas el teléfono, le marcas, no te contesta y le dejas un tercer mensaje:

“Buenos días le llamé hace unos días, le dejé otro un mensaje, usted me dijo que está muy interesado en mi producto aquí le dejo mi teléfono por favor regréseme la llamada en cuanto pueda, espero su llamada aquí le dejo mi número de telefono otra vez gracias”.

Entonces ya le dejaste 3 mensajes, durante 2 o 3 semanas consecutivas y el prospecto no te ha regresado la llamada, yo tengo una pregunta para ti.

¿Qué harías tú?

Te comparto mi filosofía en cuanto a hacer seguimiento a los prospectos interesados y precalificados:

“Yo voy a hacer el seguimiento hasta que el prospecto compre o hasta que muera”.

¿Qué significa esto?

Que a cada venta, cliente o prospecto interesado lo vamos a llevar hasta el final de un sí o de un no.

Esto significa, que a cada prospecto interesado le vamos a dar seguimiento hasta que compre o hasta que te diga que ya no está interesado.

Por qué le vas a dar seguimiento hasta el final y cual es el requisito para que tu inviertas tiempo dándole seguimiento a un prospecto.

Hay 2 requisitos:

Primero, es un cliente pre-calificado y que demostró un interés genuino en tu producto o servicio.

Y segundo, porque tú tienes un producto, un servicio o una oportunidad de negocio que va ayudar a tu cliente a resolver una necesidad, un interés o un problema.

Porque tú tienes un producto, un servicio o una oportunidad de negocio que va ayudar a transformar la vida de tu cliente, lo va ayudar a mejorar su calidad de vida, a ganar más dinero, empezar su propio negocio que lo va ayudar a lograr la independencia financiera.

Esto es exactamente lo que yo hago, a cada venta la llevé hasta el final de un sí o de un no.

Esto es lo que hacen los profesionales, cada venta la llevan hasta el final de un sí o de un no.

Yo personalmente he cerrado miles de ventas y he podido generar cientos de miles de dólares por esta filosofía en cuanto al seguimiento.

Entonces lo que te estoy enseñando es que de aquí en adelante, a cada prospecto interesado, a cada cliente interesado, lo vas a llevar hasta el final de un sí o de un no. ¿Si está claro esto verdad?

Entonces de aquí en adelante, no solamente quiero que entiendas esto, sino que quiero que lo apliques en cada una de tus presentaciones de ventas y que de aquí en adelante a cada venta la vas a llevar hasta el final de un sí o un no.

¿Por qué vas a hacer esto?

Porque vender es servir.

Vender es ayudar.

Vender es satisfacer las necesidades de mi cliente.

Vender es ayudar a mi cliente a tomar una decisión.

Porque tú sabes que tu tienes un producto o servicio que lo va a beneficiar, va a resolver un problema o va a mejorar su estilo de vida.

Decía uno de mis maestros, Zig Ziglar:

“Ayuda a las personas a conseguir lo que ellos quieren y tu podras conseguir lo que tu quieres”.

A mí me gusta ayudar a mis clientes a que tomen una decisión por que yo sé que con mi entrenamiento de ventas yo los puedo ayudar a ganar más dinero, cerrar más ventas, crecer su negocio y lograr la independencia financiera.

Ahora quiero hablar contigo acerca de la mentalidad de un vendedor cuando está vendiendo.

¿Cual es la mentalidad típica de un vendedor cuando está haciendo seguimiento?

La mentalidad típica es la siguiente:

- No me gusta hacer seguimiento.
- No quiero molestar a mi cliente.
- No quiero que se vayan a molestar.
- Es que me da vergüenza.
- No quiero que me vean como una peste.
- No quiero que piensen que les estoy rogando.
- Ya le llamé, si estuviera interesado ya me hubiera regresado la llamada.

Esta es la mentalidad típica de un vendedor común. Porque no han leído este libro o no han tomado mi academia de ventas, negocios y liderazgo.

Personalmente, cuando yo estoy haciendo seguimiento a mis prospectos yo nunca pienso que estoy molestando a mi cliente o que le estoy rogando. Yo simplemente estoy haciendo mi trabajo.

Mi trabajo es ayudar a mi cliente a resolver una necesidad, interés o un problema.

Los vendedores profesionales hacemos seguimiento a nuestros prospectos de una manera amable, cortés y profesional y todas las ventas las llevamos hasta el final de un sí o de un no.

Ahora cuál es la mentalidad de un vendedor profesional cuando está haciendo seguimiento a sus prospectos.

La mentalidad de un vendedor profesional es la siguiente:

Sí lo quiere, sí lo quiere, todavía están interesados lo que pasa es que han de estar muy ocupados con las cosas de la vida, la familia, los hijos, el trabajo, etc, etc,

Ahora quiero explicarte algo muy importante cuando estás haciendo el seguimiento a tus clientes para cerrar una venta, la venta no tiene nada que ver

contigo, la venta no tiene nada que ver con tus creencias o con tu manera de pensar.

Cuando estás haciendo seguimiento a tus clientes para cerrar una venta, todo se centra en el cliente, en servirlo y ayudarlo a resolver su necesidad, interés o problema.

Cuando haces seguimiento, tú solamente estás haciendo tu trabajo que es llevar la venta al final de un sí o un no.

Otro punto muy importante, por mucha atención por que esto que te voy a decir es muy importante.

En el proceso de cerrar una venta:

1. Generamos un prospecto.
2. Hacemos una cita.
3. Nos ganamos la confianza del cliente.
4. Descubrimos sus necesidades.
5. Le explicamos los beneficios.
6. Cerramos la venta, le pedimos al cliente que compre, porque ahí el cliente está listo, preparado y motivado para comprar.

Cuando cerramos la venta el cliente te va a decir: sí o no, o te va a decir que si está interesado y que lo tiene que pensar.

Entonces date cuenta de que cuando estamos haciendo seguimiento a los clientes una semana después para cerrar la venta. El cliente ya no está motivado. El cliente ya perdió la emoción.

Entonces te voy a dar un ejemplo:

Si tu vendes carros y estas en una presentación de ventas y le dices a tu cliente que si está listo para llevarse el carro, y el cliente te dice que sí está muy interesado, pero que lo tiene que pensar, que le llames la próxima semana, date cuenta que cuando le llames la próxima semana para hacer seguimiento tu cliente ya perdió la emoción, a lo mejor ya se lo olvidaron los beneficios y ya no está tan motivado para comprar.

Entonces si tú les llamas por teléfono y les dices señor, le estoy llamando para ver que pensó acerca del carro que vino a ver la semana pasada ¿Está listo para llevárselo? Es muy probable que el cliente te diga que no porque ya perdió la emoción, ya se le olvidaron los beneficios.

¿Cómo debes hacer el seguimiento a tus clientes para conectarlos otra vez con los beneficios?

Este guión funciona de maravilla para hacer seguimiento a tus prospectos:

Le vas a llamar a tu prospecto y le vas a decir, señor la semana pasada que hablamos usted me dijo que estaba muy interesado en el carro _____¿Qué fue lo que mas le interesó?

Después de que le hagas la pregunta, te vas a callar, lo vas a escuchar, y lo vas a dejar que te explique qué fue lo que mas le intereso, déjalo que hable porque todo lo que te diga te va ayudar a cerrar la venta, en otras palabras déjalo que él se venda solo.

Y después de que te diga que fue lo que mas le interesó.

Tu simplemente le vas a decir:

Señor esas son muy buenas razones para que usted se lleve el carro el día de hoy.

¿Está listo para llevárselo?

¿Cómo lo va a pagar?

Y vuelves a cerrar la venta.

Entonces lo que tienes que hacer es volver a conectarlo con los beneficios de tu producto, preguntándole qué fue lo que más le interesó, le vuelves a explicar los beneficios y vuelves a cerrar la venta.

Creencias y paradigmas.

Las creencias que detienen a la mayoría de los vendedores cuando están haciendo seguimiento a sus clientes.

La realidad es que la mayoría de las creencias que tenemos no son neutrales o nos están ayudando a lograr nuestras metas o nos están deteniendo.

El problema es que la mayoría de los vendedores tienen creencias negativas que no les ayudan a crecer sus negocios. Al contrario, estas creencias te están perjudicando y te están haciendo perder mucho dinero.

Entonces, cuáles son las creencias que detienen la mayoría de los vendedores cuando están haciendo seguimiento:

- Yo no soy bueno para vender.
- No me gusta hacer seguimiento.
- No quiero molestar a mis clientes.
- No quiero que piensen que le estoy rogando.
- Si estuviera interesado ya me hubiera regresado la llamada

Entonces déjame hacerte una pregunta.

Si estás son tus creencias cuando estás haciendo seguimiento a tus prospectos.

¿Tú crees que estas creencias te van ayudar a cerrar más ventas o te van perjudicar en tus ventas?

¿Crees que con este tipo de creencias vas a ser bueno o malo para hacer seguimiento?

Exactamente una mentalidad negativa no te va ayudar.

Si de verdad te quieres convertir en un campeón en las ventas. Tienes que programarte para triunfar y cambiar tu mentalidad.

Tu mentalidad debe de ser la siguiente:

- Hacer seguimiento es fácil y divertido.
- Yo soy un experto en hacer seguimiento.
- Yo tengo un producto que va a transformar la vida de mi cliente.
- Si lo quiere, todavía está interesado y lo está pensando.
- Yo tengo un producto o servicio que va solucionar el problema de mi cliente.
- Yo tengo un producto que va ayudar a mis clientes a recuperar la salud.
- Yo tengo una gran oportunidad de negocio para mi cliente.
- Mi trabajo es ayudar a mi cliente a que tome una decisión.

Yo tengo una recomendación para ti:

Como tu entrenador de ventas te invito, te reto a que de aquí en adelante cuando estés haciendo seguimiento a tus prospectos nunca más digas que:

- Que no te gusta hacer seguimiento.
- Que estas molestando al cliente.
- Que te da vergüenza.
- Que pienses que le estás rogando.

Te reto a que nunca más digas esto.

Siempre recuerda que:

- Vender es servir.
- Vender es ayudar.
- Vender es satisfacer las necesidades de mi cliente.
- Vender es ayudar a mi cliente a que tome una decisión.

No se trata de manipular o presionar al cliente se trata de ayudarlo a que tome una decisión por que tu sabes que tu cliente se va a beneficiar con tu producto o servicio.

Y vamos a vender con honestidad, integridad y un espíritu de servicio.

Te recomiendo que de aquí en adelante antes de empezar a trabajar repitas estas afirmaciones positivas:

- Yo soy un vendedor profesional.
- Los vendedores profesionales hacemos seguimiento hasta el final.
- Mi trabajo es ayudar a mi cliente a que tome una decisión.
- Yo soy un experto en hacer seguimiento.
- Yo tengo el mejor producto para solucionar los problemas de mi cliente.

Repite estas afirmaciones todos los días antes de empezar a trabajar.

Esto es muy importante por que la ley de las creencias dice que:

“Cualquier cosa que te estés repitiendo una y otra vez sea falso o verdadero eventualmente lo vas a creer”.

Antes de escribir mi primer libro yo tenía muchas creencias limitantes que me detuvieron por mucho tiempo:

- Yo no soy bueno para escribir.
- Yo no vengo de una familia de escritores.
- Yo no sé nada de gramática.
- ¿Quién va a leer mi libro?
- No tengo el hábito de escribir.

Tuve que cambiar estas creencias limitantes y programarme para escribir mi libro y repetía en voz alta estas afirmaciones:

- Escribir es fácil y divertido.
- Dios me da sabiduría para escribir palabras que transforman vidas.
- He desarrollado el hábito de escribir todos los días.
- A mis lectores les encanta leer mis libros.

“Lo que detiene a las personas de lograr sus metas no son las barreras físicas, sino las barreras mentales”.

Hector Gonzalez

Y por ultimo debes de entender que cuando estás vendiendo tu producto o servicio.

- La presentación no es acerca de ti.
- La venta no tiene nada que ver contigo.

- La venta no tiene nada que ver con tus creencias.

Debes de entender que cuando estás vendiendo y cuando estás haciendo el seguimiento a tus clientes.

- La venta es todo acerca de tu cliente.
- De servirlo y ayudarlo.

Estamos llegando al final de este capítulo y lo que me gustaría hacer a continuación es un resumen de lo más importante.

En esta capítulo aprendimos que:

- El dinero y la fortuna están en el seguimiento.
- A cada venta, prospecto o cliente interesado se le tiene que dar seguimiento hasta el final de un sí o de un no, porque tu tienes un producto que va a transformar la vida de tu cliente.
- El seguimiento se tiene que hacer de una manera amable, cortés y profesional.
- Los vendedores están perdiendo mucho dinero por que no saben como hacer el seguimiento o por que no les gusta hacer el seguimiento.
- La gran mayoría de las ventas se cierran después del 5to intento de cierre.
- La mayoría de los vendedores tienen creencias negativas que no les ayudan a cerrar más ventas.
- Los vendedores profesionales tienen una mentalidad positiva y cada venta la llevan hasta el final de un sí o un no.

Para terminar yo tengo dos preguntas para ti:

¿Cuáles fueron las dos ideas más importantes que aprendiste?

¿Y qué estrategia vas a implementar inmediatamente para mejorar en el seguimiento?

Tu tarea es practicar el guión para hacer el seguimiento hasta que los domines al 100%

Hector Gonzalez

“El universo recompensa de una manera diferente a las personas que toman acción que a las personas que no toman acción”.

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 9

Cómo generar una cantidad ilimitada de referencias.

“Las personas mas exitosas terminan todo lo que empiezan”.

Hector Gonzalez

CAPÍTULO 9

Cómo generar una cantidad ilimitada de referencias.

Si estás leyendo este capítulo te quiero felicitar por haber llegado al final de este libro, esto me dice muchas cosas de ti, me dice que eres una persona de acción, me dice que eres una persona que está 100% comprometida a lograr tus metas personales y de negocios.

Una de las características más importantes de las personas exitosas es que terminan todo lo que empiezan. Tú al estar leyendo este último capítulo te pones en el 1% de las personas a nivel mundial que terminan todo lo que empiezan y eso es muy importante porque la gran mayoría de las personas no lo hace.

La verdad yo siento mucho respeto y admiración por personas como tu que a pesar de los retos de la vida, tú sigues adelante con mucho entusiasmo hasta llegar al final para poder lograr tus metas.

Hoy quiero decirte que, el universo recompensa de una manera diferente a las personas que toman acción que a las personas que no toman acción.

Y tú vas a ser recompensado porque en este capítulo voy a compartir contigo mis mejores ideas para ayudarte a generar una cantidad ilimitada de referencias de una manera fácil, práctica y efectiva.

Si te gustan los entrenamientos que ponen dinero en tu bolsillo entonces te van a encantar mis ideas acerca de cómo generar referencias.

Las referencias son muy importantes para la mayoría de los negocios porque las referencias eventualmente se convierten en clientes satisfechos y esos clientes satisfechos se convierten en clientes para toda la vida, que nos dan más negocio y más referencias.

Y si no sabes como pedir referencias, no te preocupes, porque en este capítulo te voy a enseñar paso a paso cómo pedir referencias. En este capítulo no solamente te voy a decir que decir, sino que te voy a decir como hacerlo.

Te pido tu completa y total atención. Porque lo que vas a aprender en este capítulo te va ayudar a generar más referencias, crecer tu negocio, tener más clientes y ganar más dinero por el resto de tu carrera en las ventas.

Quiero empezar haciendote unas preguntas.

Cuando pides referencias.

¿Tienes una mentalidad positiva o tienes una mentalidad negativa?

¿Cómo te sientes cuando pides referencias?

¿Te gusta pedir referencias?

¿Sabes como pedir referencias?

¿Te da miedo pedir referencias?

¿Qué calificación te das en el área de pedir referencias?

En la escala del 1 al 10. ¿Qué calificación te das?

Date una calificación en este momento.

Si te calificaste en menos de seis, necesitas mejorar porque esto te está haciendo perder mucho dinero.

A la mayoría de los vendedores no les gusta pedir referencias y tienen una mentalidad negativa cuando piden referencias.

La mayoría de los vendedores tienen creencias negativas cuando se trata de salir a vender o de pedir referencias.

La mayoría de los vendedores tienen creencias negativas que no les ayuda a generar más referencias.

La mayoría de los vendedores tiene este tipo de creencias que no les ayuda a crecer su negocio por ejemplo:

“A mí no me gusta pedir referencias”.

“Yo no soy bueno para pedir referencias”.

“Es que no quiero molestar a mis clientes”.

“Yo creo que a las personas no les gusta dar referencias”.

Estas son algunas de las creencias negativas que tiene la mayoría de los vendedores y por eso no son buenos para generar referencias.

Si tu eres como la mayoría de los vendedores, entonces tienes que cambiar y eliminar todas las creencias limitantes que no te ayudan y no te apoyan a pedir referencias.

Entonces, si tú quieres generar más referencias y crecer tu negocio, tienes que mejorar en tres áreas.

Número uno, tienes que mejorar tu mentalidad, tienes que tener una mentalidad positiva, tienes que tener una mentalidad triunfadora y eliminar todas las creencias limitantes.

Número dos, tienes que mejorar las estrategias que usas para pedir referencias, el cómo pides las referencias, el cómo te comunicas con otras personas, pero sobre todo cómo te comunicas contigo mismo.

Número tres, tienes que tomar más acción y salir de la zona de confort.

Salir de tu zona de confort es muy importante porque todo tu éxito personal y de negocios está haciendo cosas fuera de tu zona de confort.

Ahora yo tengo otra pregunta para ti. ¿Cuál es más importante de las tres? ¿Mejorar la mentalidad, mejorar las estrategias o tomar más acción?

Si dijiste mejorar la mentalidad tienes toda la razón. Porque el 80% de tu éxito es tu psicología, tu mentalidad, tu manera de pensar o sea si crees que puedes, puedes y si crees que no puedes ya fracasaste o como decía Henry Ford: *“Si crees que puedes, puedes y si crees que no puedes, tienes toda la razón”*.

Entonces tienes que cambiar la mentalidad derrotista de que está difícil, de que no se puede, todo mundo me dice que no y cambiarla por la mentalidad de una persona triunfadora y tener una mentalidad imparable de: *“Yo puedo, yo quiero, yo lo voy a lograr mis metas”*.

Sabemos que en el camino hacia tus metas va haber retos, va haber obstáculos, pero si tienes una mentalidad positiva, una mentalidad imparable vas a poder superar todos los obstáculos y lograr tus metas.

Una manera de mejorar tu mentalidad es a través de las afirmaciones positivas. Las afirmaciones positivas o los decretos positivos te ayudan a reprogramar tu mente subconsciente. Las afirmaciones positivas te levantan la autoestima te dan mayor confianza y seguridad.

Te recomiendo que todos los días antes de empezar a trabajar repitas estas afirmaciones en voz alta:

“Pedir referencias es fácil y divertido”.

“Yo soy bueno para pedir referencias”.

“A mis clientes les encanta darme referencias”.

“Yo soy un experto para pedir referencias”.

“Cada día aprendo nuevas ideas para pedir más referencias”.

Repite estas afirmaciones diariamente en los próximos 30 días o hasta que se te forme el hábito.

Esto es muy importante porque:

La ley de las creencias dice que: *“Cualquier cosa que te estés repitiendo una y otra vez sea falso o verdadero eventualmente te lo vas a creer”*.

Muévete a la velocidad de las instrucciones. Repite estas afirmaciones diariamente durante los próximos 30 días o hasta que se te forme el hábito.

Ahora quiero compartir contigo el secreto más poderoso para crecer tu negocio y generar grandes cantidades de referencias.

El secreto más poderoso para poder generar miles y miles de referencias es saber pedir. Saber pedir en mi opinión, es el secreto más poderoso y más olvidado para lograr el éxito en la vida y los negocios.

La historia de la humanidad está llena de ejemplos, de personas que han ganado grandes fortunas y que se han hecho multimillonarios solo por el simple hecho de saber pedir. Y piden lo que quieren una y otra vez y si les dicen que no, lo vuelven a pedir hasta que logran lo que quieren.

En la Biblia, Jesucristo nos enseñó la clave para tener éxito en la vida y en los negocios:

- Pide y se te dará.
- Toca y se te abrirá.
- Pregunta y encontrarás.

Saber pedir es uno de los secretos de éxito más poderosos pero continúa siendo un reto para muchas personas. Porque a la mayoría de las personas les da miedo pedir.

Pero, ¿Por qué les da miedo pedir? Por muchas razones pero principalmente:

- Por miedo al rechazo.
- Miedo a que te digan que no.
- Miedo a hacer el ridículo.
- Por vergüenza.
- Por el que diran.

Y lo más triste es que muchas personas se rechazan a ellos mismos, antes de ser rechazados por otras personas.

La objeción que te está haciendo perder más referencias es la objeción invisible.

¿Sabes cual es la objeción invisible?

La objeción invisible es la que tú mismo te haces en tu cabeza y dices:

Esa persona no me va a dar referencias.

Esa persona no tiene referencias.

Esa persona no conoce a nadie.

Te repito la objeción que te está haciendo perder más dinero es la objeción invisible.

Ahora , yo quiero hacerte una pregunta ¿Y tú, sabes pedir?

Te pregunto ¿Sabes cuál es la manera correcta de pedir?

Si no sabes pedir, no te preocupes porque a continuación te voy a enseñar la manera correcta de pedir.

Te voy a enseñar 4 pasos específicos para que tu también aprendas a pedir:

- 1) Pide con fe, seguridad y confianza de que te van a decir que sí.
- 2) Pídele a la persona que tenga la capacidad de decidir.
- 3) Tienes que ser claro y específico en lo que quieres.
- 4) Pide de una forma constante. No te rajes, No te rindas, No te des por vencido. Pide de una forma constante hasta que logres lo que quieres.

Uno de los principios más importantes del éxito es la persistencia. Arthur Schopenhauer lo afirmó: *“Muchas veces las cosas no se le dan a la persona que las merece, sino al que sabe pedir las con insistencia”*.

Entonces, el secreto del éxito en las ventas y los negocios es:

¡Pedir! ¡Pedir! ¡Pedir! y nunca rendirte.

El secreto para generar miles y miles de referencias es saber pedir, pedir y volver a pedir hasta que logres tu meta.

Las estadísticas de la revista “Poder en las ventas” han confirmado que el 80% de las ventas se cierran después del quinto intento. Sin embargo, el 44% de los vendedores se da por vencido después de la primera visita.

Ideas para generar más referencias.

La mejor forma de conseguir clientes nuevos es a través de las referencias o las recomendaciones de tus clientes satisfechos. Si tus clientes están felices y contentos con tu producto o servicio las probabilidades que te refieran con sus amistades son muy altas.

Si nunca les has pedido referencias a tus clientes, a continuación voy a compartir contigo algunas ideas para que comiences a crecer tu negocio por medio de referencias.

La primera idea que quiero compartir contigo para generar grandes cantidades de referencias, es pedir referencias a tus clientes, familiares, amigos y conocidos.

Exactamente, pedir referencias a tus clientes, familiares y amigos.

Esta estrategia es muy importante porque a muchos profesionales en ventas se les olvida pedir referencias, no les gusta pedir o les da miedo pedir referencias.

Quiero que entiendas que al pedir referencias, no vas a rogarle a nadie, simplemente les vas a dejar saber que tu meta es ayudar a más personas y que estas buscando referencias. Eso es todo.

Tampoco tienes que ser agresivo al pedir las referencias. Simplemente déjales saber a tus clientes, qué estás buscando maneras de crecer tu negocio y que estas buscando referencias y que si conocen a alguien que se pueda beneficiar de tu producto o servicio que te recomienden con ellos o que te den su número de teléfono y tú les puedes llamar.

Como tu cliente se sienta más cómodo ya sea que ellos te recomienden con ellos o que te den numero del cliente para que tu les llames.

Te repito no tienes que ser agresivo al pedir referencias. Pero si tienes que desarrollar el hábito de que aquí en adelante a cada uno de tus clientes, familiares y amigos les vas a pedir referencias. Si está claro este punto. Te estoy enseñando la importancia de desarrollar el hábito de pedir para que puedas generar más referencias.

Guión para pedir referencias:

- Mi meta este año es ayudar a más personas y de la manera en que lo pienso hacer es por medio de referencias.
- Una buena referencia para mí son personas como tú que les guste....(explica el beneficio de lo que vendes)
- De todas las personas que conoces ¿Quiénes pudieran ser unas 3 buenas referencias para mí?
- Pedir el nombre y teléfono.

“Las personas mas exitosas han desarrollado el hábito de pedir referencias”.

Hector Gonzalez

Otro punto muy importante, si quieres generar más referencias cada contacto que tengas con un cliente es una buena oportunidad para pedir referencias. Ten en mente que tus clientes no se la pasan pensando a quién te pueden referir. Pero tú

puedes llamarles por teléfono mandarles un mensaje texto, un correo electrónico, o les puedes mandar una carta y dejarles saber que estás buscando referencias y que si conocen a una persona que se pueda beneficiar con tu producto o servicio que te la refieran.

Un cliente satisfecho, es la mejor publicidad que puedes tener. Por esta razón, tienes que cuidar muy bien a tus clientes activos. Ofreciéndoles un servicio extraordinario, siendo honesto y cumpliendo todo lo que les prometes. Si tú les cumples todo lo que les prometes y algo extra, ellos no dudaran en recomendarte con sus amigos.

Muy bien ahora quiero hablar contigo acerca del valor de un cliente.

¿Sabes cuánto vale un cliente para ti?

Te pregunto ¿Sabes cual es el valor de un cliente para ti? De verdad ponte a pensar por un minuto cuánto es el valor potencial de una referencia que eventualmente se convierte en un cliente para ti.

Déjame darte un ejemplo:

Para una agencia de autos cada cliente vale \$150 mil dólares porque las estadísticas indican que una persona compra un promedio 5 autos en el transcurso de su vida lo que equivale más o menos a \$150 mil dólares.

Entonces para una agencia de autos un cliente tiene un valor potencial de \$150 mil dólares.

Pero este capítulo no es acerca de las agencias de autos, ellos ya saben cuanto es el valor de un cliente para ellos.

Este capítulo es acerca de ti y para que entiendas cuanto es el valor de un cliente para ti.

Entonces cuánto es el valor potencial de una referencia que se convierta en un cliente para ti. Te garantizo que es mucho dinero.

Por eso es muy importante que de aquí en adelante pidas referencias, que cuides a tus clientes y que les ofrezcas un servicio extraordinario.

Por qué tus clientes satisfechos son la mejor publicidad que puedes tener.

Ahora quiero hablar contigo acerca de la psicología de las personas y porque la gente te va a dar referencias.

Tus clientes te van a dar referencias por muchas razones:

- Porque tienen confianza en ti.
- Porque están felices con tus servicios.

- Porque te quieren ayudar.
- Porque quieren ayudar a otras personas.
- Porque van a recibir un premio, un regalo, un descuento o simplemente porque les pediste.

La clave para tener una cantidad ilimitada de referencias es que tengas varios sistemas que generan prospectos de una manera continúa.

A continuación voy a compartir contigo varios sistemas comprobados para generar una cantidad ilimitada de referencias de una manera fácil, práctica y efectiva.

El primer sistema que te voy a enseñar es mi favorito, quiero decirte que con este sistema yo he generado miles de referencias que se han convertido en clientes satisfechos para mi negocio.

Es un sistema de tres pasos:

Paso número uno, tener un formulario listo para que los clientes escriban las referencias.

Paso número dos, explicale a tu cliente quién es una buena referencia para ti. Tu cliente ideal

Paso número tres, ofréceles un premio, un regalo o un incentivo a cambio de las referencias.

Esta estrategia, si la implementas te va ayudar a generar cientos y cientos de referencias.

Si quieres una copia del formulario que yo uso mandame un mensaje de whatsapp al +1 562-715-1174 con la palabra "FORMULARIO DE REFERENCIAS".

Relación exclusiva de intercambio de referencias.

La siguiente idea, es tener una relación exclusiva de intercambio de referencias con otra persona.

Lo que vas a hacer es buscar de 5 a 10 personas a las que tú les vas a referir clientes y ellos te van a referir clientes a ti.

De lo que se trata, es tener una relación exclusiva de intercambio de referencias con cada una de estas personas y en esta relación tú les vas a referir clientes a ellos y ellos te va a referir clientes a ti.

Un ejemplo de esta relación, es un agente que vende seguros de casa y un agente de bienes y raíces.

Por ejemplo: Si tu vendes seguros de casa, vas a buscar a un agente de bienes y raíces que conozcas que sea uno de los mejores, que tenga experiencia, que tenga buena reputación en la comunidad y sobre todo un record comprobado de buen servicio y vas a hacer una cita para hablar con él y le vas a decir que estas buscando una persona para hacer una alianza estratégica de intercambio de referencias.

Lo que tu quieres es tener una relación exclusiva de intercambio de referencias con esta persona.

La clave aquí para tener éxito y no quedar mal con tus clientes es que vas a trabajar con una persona en la que puedas confiar, que tenga buena reputación en la comunidad y que sean expertos en lo que hacen.

Entonces, por ejemplo: si yo soy un agente que vende seguros de casa, me gustaría tener una relación de intercambio de referencias con un agente de bienes y raíces, con un agente de préstamos, con un vendedor de autos, con un preparador de impuestos, con una agencia de viajes, etc.

Tu tarea es buscar de 5 a 10 personas con las que puedas tener una relación exclusiva de intercambio de referencias.

Te estoy dando una instrucción específica, muévete a la velocidad de las instrucciones busca de 5 a 10 personas con las que puedas tener una relación exclusiva de intercambio de referencias.

Esta es una excelente estrategia para generar referencias de una manera muy estratégica, pero la tienes que poner en práctica y tomar acción.

Porque las mejores ideas sin acción no producen ningún resultado.

Programa de Afiliados.

Otra poderosa estrategia, que puedes implementar para generar grandes cantidades de referencias es implementar un programa de afiliados.

Un programa de afiliados funciona de la siguiente manera. Vas a pagar una comisión de tus ganancias a todas las personas que te refieran clientes.

Lo que vas a hacer para implementar tu programa de afiliados es hablar con todos tus clientes, amigos y conocidos y dejarles que tienes un programa de afiliados en donde ellos pueden ganar una comisión por cada persona que te refieran y que haga un negocio contigo.

A las personas que te refieran clientes les puedes pagar una comisión, un bono, un regalo o un descuento en la próxima compra.

Por ejemplo, yo tengo muchos estudiantes que son agentes de bienes y raíces y ellos ofrecen un pago de \$500 o hasta \$1000 dólares por cada persona que les refieren y que cierren un trato con ellos.

Tener un sistema de afiliados es una poderosa estrategia que si la implementas te va ayudar a crecer tu negocio y generar grandes cantidades de referencias.

Otra poderosa estrategia, que puedes implementar para generar grandes cantidades de referencias es hacer una lista de 90 personas, amigos, conocidos, colegas y clientes que te pudieran dar referencias y lo que vas a hacer es que cada día vas a contactar a 3 personas de esta lista y les vas a llamar por tres razones:

1ro. Saludarlos.

2do. Darles alguna información valiosa para ayudarlos en su negocio, por ejemplo recomendarles un libro que les pueda ayudar o un artículo que viste en alguna revista.

3ro. Puedes presentarlos o recomendarlos con alguna persona que les pueda ayudar a crecer su negocio.

Entonces la estrategia es hacer una lista de 90 personas y cada día le vas a llamar a 3 personas con este propósito:

Saludarlos.

Darles alguna información valiosa.

Presentarlos con alguna persona.

Cuando vayas a hablar con estas personas puedes usar el siguiente guión:

Hola _____ ¿Cómo estás? Que gusto saludarte te llama _____,

Te estoy llamando por que me encuentre este articulo que creo que te puede servir para crecer tu negocio.

O

Conozco a esta persona que puede ser un cliente potencial para ti.

Y cuando termines de hablar con toda tu lista de 90 personas vas a volver a empezar con la primera. Osea vas a estar en contacto permanente con tu lista de 90 personas y cada día le vas a llamar a 3 personas.

Quiero que tengas en mente que tu conversación con cada persona es algo rápido que no va a durar más de 5 minutos.

Lo que estás haciendo es conectarte con estas personas , darles información valiosa a tus contactos valiosos o presentarlos con alguien que los pueda ayudar.

Y al hacer esto con estas 90 personas te estás posicionando como una persona que da valor, una persona que se mantiene en contacto, una persona que ayuda, una persona que presenta a sus contactos valiosos y al hacer esto, estás haciendo depósitos a tu cuenta de banco de relaciones.

Steven Covey el autor del libro “Los siete hábitos de la gente altamente efectiva” le llama hacer depósitos tu cuenta de banco de relaciones. Osea al darles tanto valor a tus contactos, amigos clientes y conocidos que ellos eventualmente te van a querer ayudar a ti haciendo lo mismo, van a querer hacer negocios contigo, te van a querer dar referencias y te van a recomendar con personas que también te puedan ayudar a ti.

Esta estrategia es muy importante porque todas las religiones en el mundo están basadas en 2 principios básicos:

Amar y servir. Amar a tu prójimo como a ti mismo y servir a otras personas cómo te gustaría que te ayudarán a ti.

La ley de la siembra y la cosecha dice que primero tenemos que sembrar para después recibir. Osea primero tenemos que dar para recibir y entre mas des mas vas a recibir.

Este principio funciona de esta manera cuando tú ayudes a otras personas ellos naturalmente te van a querer ayudar a ti.

La ley de la reciprocidad dice que: “Todo lo que tu des, lo vas a recibir multiplicado, te lo repito: todo lo que tu des, lo vas a recibir multiplicado, osea que toda acción tiene una reacción, toda acción tiene uno o múltiples efectos, acuérdate que el universo recompensa a las personas que toman acción. Siempre que tomes acción para ayudar a una persona vas a ser recompensado directa o indirectamente. Pero siempre vas a ser recompensado.

Entonces cuando salgas a prospectar, cuando salgas a buscar clientes para tu negocio. No te enfoques en vender. No te enfoques en cerrar una venta o en reclutar a una persona. Mejor enfócate en servir a las personas. Mejor enfócate en ayudar a las personas. Mejor enfócate en darles información valiosa a tus contactos valiosos. Mejor enfócate en ganarte la confianza de las personas. Mejor enfócate en ganarse el corazón de las personas. Y cuando te enfoques en servir y ayudar a otras personas con amor, pasión y entusiasmo, el éxito que tanto deseas llegará por añadidura.

Esta es una poderosa estrategia que si la implementas te va ayudar a generar muchas referencias, muchos prospectos y sobre todo amigos para toda la vida.

Y por último, quiero recomendarte que hagas una lista de 20 personas de influencia, 20 personas que no conoces pero que te gustaría conocer.

Muévete a la velocidad de las instrucciones, haz una lista de 20 personas de influencia que no conoces pero que te gustaría conocer.

Te preguntará Hector, ¿Para qué quiero conocer a estas 20 personas? Para hacer una alianza estratégica que sea ganar-ganar.

Entonces, primero vamos a empezar por definir quienes son personas de influencia:

Las personas de influencia son: líderes de organizaciones, líderes de padres de familia, líderes de organizaciones de mujeres, de hombres, dueños de negocios, gerentes, supervisores, presidentes de organizaciones, pastores de iglesia, presidentes de cámaras de comercio, presidentes de clubes.

Las personas de influencia, son los líderes de estas organizaciones y tienen influencia sobre el grupo al que pertenecen. Como por ejemplo: mi amiga Adela Vargas, Presidenta y fundadora del Club de mujeres exitosas. Ella es la líder del club y tiene influencia en más de 500 mujeres afiliadas a su club.

Entonces, te estoy recomendando que hagas una lista de 20 personas de influencia que no conoces pero que te gustaría conocer, personas que tu admiras, personas con las que te gustaría tener una amistad, una relación de negocios o hacer una alianza estratégica.

Cuando hagas tu lista de 20 personas, quiero que te hagas esta pregunta:

¿Quién es una persona de influencia, que tiene a mis clientes y con la que puedo hacer una alianza estratégica que sea ganar-ganar?.

Después de que hagas tu lista de 20 personas de influencia .

Lo que vas a hacer para conocer a estas personas es llamarles por teléfono, mandarles un mensaje de texto o un correo electrónico.

Cuando hagas el primer contacto con ellos ya sea en persona, por teléfono o por email, lo primero que vas a hacer es hablar de ellos, primero dales un cumplido, felicitarlos por el trabajo que están haciendo, diles que los admiras mucho, que te gusta mucho el trabajo que están haciendo y qué te gustaría conocerlos, qué te gustaría colaborar con ellos.

Algo que puedes hacer para conocer a estas personas es ir a los lugares en donde ellos van. Por ejemplo, ir a los seminarios donde ellos se van a presentar, ir a los eventos de las cámaras de comercio a donde ellos asisten o ir a las convenciones de negocios donde ellos van a estar.

Y te vas a presentar con ellos, recuerda que lo primero que va a hacer es darles un cumplido, felicitarlos por el trabajo que están haciendo, diles que los admiras mucho, que te gusta mucho el trabajo que están haciendo y qué te gustaría conocerlos y que te gustaría saber cómo puedes colaborar con ellos y que te gustaría intercambiar tarjetas de negocios.

Ahora, es posible que tu no conozcas a la persona de influencia pero conoces a alguien que sí conoce a la persona de influencia. Entonces le vas a pedir a esta persona que te refiera con ellos, que te presente con ellos o que te recomiende con ellos.

Y te preguntará ¿Para qué quiero estar en contacto con estas personas? Para hacer una alianza estratégica que sea ganar-ganar.

“La manera más fácil de influenciar o de persuadir a otra persona es identificar algo que ellos quieren o necesitan y dárselos”.

Entonces, lo que tu quieres hacer es una alianza estratégica con la persona de influencia que sea ganar-ganar. Osea el gana, tu ganas y ganan los miembros de la organización.

Yo, por ejemplo utilizó esta estrategia todos los días, hablo con los líderes de empresas de multinivel y les ofrezco un entrenamiento de profesional de ventas y liderazgo para ayudar a sus vendedores a aumentar sus ventas sin costo para ellos, gratuito, de cortesía, osea lo que yo hago es que les doy algo de valor a mis clientes valiosos y a cambio de ello me dan acceso al grupo y al final yo puedo hacer una cita con ellos, los puedo invitar a uno de mis seminarios, les puedo ofrecer mi libro o mi programa de entrenamiento.

Entonces, tiene que ser una relación ganar-ganar. Gana el líder del grupo, ganas tú y ganan los clientes porque vas agregar algo de valor a sus vidas.

Tú también puedes hacer lo mismo.

Puedes ofrecerles un seminario educativo, una clase gratuita de nutrición, de finanzas o de otros temas.

Entonces la pregunta que te tienes que hacer es la siguiente:

¿Quienes son mis clientes y quien es una persona de influencia que tiene a mis clientes y que es lo que yo le puedo ofrecer a la persona a cambio de que me de acceso al grupo?.

Le puedes ofrecer un entrenamiento o una clase gratis, le puedes dar un regalo, un premio, un incentivo, una donación o un porcentaje de lo que se venda. Etc, etc

Esta es una poderosa estrategia que si la implementas, si la aplicas te va ayudar a generar más referencias, crecer tu negocio y ganar más dinero

Estamos llegando al final de este capítulo y lo que me gustaría hacer a continuación es un resumen de lo más importante.

En este capítulo aprendimos:

- La importancia de tener una mentalidad positiva para poder generar más referencias.

- La importancia de usar las afirmaciones positivas como una poderosa herramienta para eliminar las creencias limitantes, levantar el autoestima y reprogramar la mente subconsciente.
- El secreto para generar miles y miles de referencias es saber pedir, pedir y volver a pedir hasta que logres tu meta.
- La objeción que te está haciendo perder más dinero es la objeción invisible.
- La importancia de desarrollar el hábito de pedir referencias a tus clientes, familiares y amigos.
- Entender cuánto es el valor de un cliente y cuanto es el valor potencial de una referencia.
- Cómo crear una relación exclusiva de intercambio de referencias con otras personas.
- Qué es y cómo implementar un sistema de afiliados.
- La importancia de crear una relación con 90 personas al darles información valiosa y estar en contacto permanente con estas personas.
- Hacer una lista de 20 personas de influencia que no conoces pero que te gustaría conocer para hacer alianzas estratégicas que sean ganar-ganar.

En este capítulo tienes muchas ideas y estrategias que al implementarlas, podrás generar una cantidad ilimitada de referencias que te van a ayudar a aumentar tus ventas, crecer tu negocio, tener más clientes y ganar más dinero por el resto de tu carrera en las ventas.

Ahora yo tengo dos preguntas para ti:

¿Cuáles fueron las dos ideas más importantes que aprendiste?

¿Cuál es la idea que vas a implementar inmediatamente para aumentar tus ventas y crecer tu negocio?

Ahora es tiempo de tomar acción, mi recomendación es que vuelvas a leer cada capítulo varias veces o hasta que aprendas la información hasta el punto de implementación.

Esto es muy importante porque los seres humanos aprendemos a base de la práctica y la repetición. La práctica y la repetición son la madre de la retención

Tu tarea es hacer los ejercicios y practicar diariamente por una hora. Recuerda que la práctica hace al maestro. Toma un promedio de 10 mil horas de práctica y repetición para que te conviertas en el mejor de tu profesión.

Se despide tu amigo Hector Gonzalez invitandote a que te mantengas en contacto conmigo en esta conversación de ventas, liderazgo y excelencia en los negocios.

La mejor manera de estar en contacto conmigo es a través de mi blog www.hectorgonzalezcoach.com también búscame en todas las redes sociales #hectorgonzalezcoach

Hector Gonzalez

“Tus ingresos son determinados por el servicio que estás brindando y el número de clientes que estás sirviendo”.

Hector Gonzalez

“CÓMO ELIMINAR LAS CREENCIAS LIMITANTES PARA LOGRAR TUS METAS”

*“Lo que detiene a las personas de lograr sus metas,
No son las barreras físicas
Son las barreras mentales”.*

Hector Gonzalez

“CÓMO ELIMINAR LAS CREENCIAS LIMITANTES PARA LOGRAR TUS METAS”

Mi meta en este capítulo es ayudarte a eliminar los paradigmas o creencias limitantes que no te están permitiendo lograr tus metas.

Si de verdad quieres lograr tus metas, tienes que mejorar en 3 áreas.

- Primero, tienes que mejorar la mentalidad.
- Segundo, tienes que mejorar las estrategias.
- Tercero, tienes que tomar más acción.

Si tu no estas logrando tus metas, es porque estás débil en una de estas 3 áreas o en las tres.

Yo tengo una pregunta para ti. ¿Cuál crees que es la más importante de las tres?

1. Mejorar la mentalidad.
2. Mejorar las estrategias.
3. Tomar más acción.

Si dijiste la mentalidad, tienes toda la razón porque el 80% de tu éxito es tu psicología, tu manera de pensar.

La mentalidad, es lo más importante porque tus pensamientos, crean tus emociones, tus emociones, crean tus acciones y tus acciones crean tus resultados

Gandhi dijo: “Cuida tus pensamientos, porque se convertirán en tus palabras. Cuida tus palabras, porque se convertirán en tus actos. Cuida tus actos, porque se convertirán en tus hábitos. Cuida tus hábitos, porque se convertirán en tu destino”.

Entonces, si tu no estas 100% satisfecho con los resultados en tu vida y en tu negocio, tienes que irte a la raíz del problema y tienes que cambiar la mentalidad.

Albert Einstein dijo: “No podrás solucionar los problemas que tienes, con el mismo nivel de pensamiento con el que creaste los problemas”.

¿Qué quiere decir esto?

Que para poder solucionar cualquier problema que tengas en tu vida, tienes que cambiar tu mentalidad. ¿Cómo vas a cambiar tu mentalidad?

La respuesta es leyendo libros, escuchando audiolibros, aprendiendo de maestros, mentores y coaches que te enseñen a pensar y actuar diferente.

¿Tengo una pregunta para ti? ¿Cómo está tu mentalidad en este momento?

En la escala del 1 al 10. ¿Cómo está tu mentalidad?

Si te calificaste en menos de 6, necesitas mejorar. Porque esto te está haciendo perder mucho dinero.

Pero no te preocupes, porque en este capítulo yo te voy a enseñar como tener una mentalidad triunfadora.

“Para triunfar en la vida y en los negocios tenemos que tomar control de nuestras creencias”. Hector Gonzalez

Para poder desencadenar todo tu potencial, lo primero que debes hacer es eliminar las creencias limitantes.

Si, estoy hablando de las creencias limitantes que te detienen, que te paralizan y que no te permiten avanzar y lograr tus metas.

En el diccionario dice que: “Una creencia, es una idea o un pensamiento que se cree que es cierto o verdadero”.

Y la realidad es que la mayoría de las creencias que tenemos no son ciertas, no son verdaderas. En realidad la mayoría de las creencias que tenemos son puras mentiras.

Por ejemplo:

- Tú puedes tener la falsa creencia, de que tú no eres un buen papá o una buena mamá.
- Tú puedes tener la falsa creencia, de que tú no eres un buen hijo o una buena hija.
- Tú puedes tener la falsa creencia, de que tú no eres un buen hermano o una buena hermana.
- Tu puedes tener la falsa creencia de que no eres buen vendedor.
- Tú puedes tener la falsa creencia, de que tú no eres bueno para vender.
- Tu puedes tener la falsa creencia de que no eres bueno para reclutar personas.
- Tú puedes tener la falsa creencia, de que no eres bueno para usar computadoras.
- Tu puedes tener la falsa creencia, de que no eres bueno para hablar inglés.
- Tu puedes tener la falsa creencia de que no puedes hablar en público.

Te repito que la mayoría de las creencias no son ciertas, no son verdaderas. Y tú puedes cambiar todas las creencias que no te sirven, que no te apoyan. Porque las

creencias son pensamientos y los pensamientos se pueden cambiar. Y los pensamientos son ideas y las ideas se pueden cambiar.

Anthony Robbins dice que: "La calidad de tu vida, está determinada por la calidad de tu comunicación con otras personas, pero la más importante es la comunicación que tienes contigo mismo".

Los seres humanos tenemos más de 50 mil pensamientos cada día.

El problema es que la mayoría de los pensamientos que tenemos no son neutrales, la mayoría de los pensamientos que tenemos no son positivos, de hecho la mayoría de los pensamientos que tenemos son negativos, son tóxicos.

Yo tengo una pregunta para ti, de estos 50 mil pensamientos que tienes al día, que te estás repitiendo.

¿Qué te estás diciendo a ti mismo todos los días? Palabras positivas que te ayudan y te apoyan o te estás repitiendo palabras negativas que no te ayudan y no te apoyan.

Si te doy una grabadora de voz para que grabe todos tus pensamientos durante una semana.

¿Qué va a revelar esta grabadora?

Una de mis mentoras DC Cordova dice que: *"Los seres humanos creamos nuestra propia realidad con nuestros pensamientos"*.

Exactamente, tu creas tu propia realidad con tus pensamientos.

Los seres humanos creamos nuestra propia realidad con nuestros pensamientos.

Y los seres humanos actuamos y nos comportamos de acuerdo a nuestras creencias.

Entonces, si tú tienes la falsa creencia de que tú no eres bueno para vender. Entonces, como resultado vas a actuar y te vas a comportar como una persona que no es buena para vender.

Yo quiero decirte que todas las creencias se pueden cambiar. Y que tú tienes el poder dentro de ti para cambiar todas tus creencias, todos tus paradigmas.

Por qué tú tienes libre albedrío. ¿Qué significa esto? Que tú tienes el poder de decidir y en este momento tú puedes tomar la decisión de cómo tu vida va a ser diferente de aquí en adelante. Hoy puedes tomar la decisión de cambiar.

Hoy puede ser el primer día de tu nueva vida, si tú así lo decides. Porque tú tienes el poder de decidir. Tú tienes el poder de cambiar. Tú tienes el poder de cambiar tus creencias.

Hay un libro titulado: “La respuesta está en las preguntas” y Anthony Robbins dice que: “La calidad de tu vida, está determinada por la calidad de tus preguntas” y yo digo que la calidad de tus preguntas es la calidad de tus resultados, por eso quiero que tú te hagas las siguientes preguntas:

¿Cuáles son algunas de las creencias que te están deteniendo de lograr tus metas?

¿Cuáles son algunas creencias que necesitas cambiar?

¿Cuáles son algunas de las creencias que necesitas cambiar para poder lograr tus metas?

Hay 3 tipos de personas:

Las que VEN LAS OPORTUNIDADES.

Las que SE QUEJAN DE TODO Y POR TODO.

Las que NUNCA HACEN NADA.

¿Qué tipo de persona eres tu?

O mejor dicho: ¿En qué tipo de persona te tienes que convertir para poder lograr tus metas?

La historia de los dos vendedores de zapatos.

Los mandaron a vender zapatos a un pueblo, cuando llegaron al pueblo se dieron cuenta que la mitad de la población no usaba zapatos.

El primero era un vendedor negativo y dijo aquí la mitad de la gente no usa zapatos, aquí no voy a vender zapatos, agarró su teléfono y le marcó a su supervisor para quejarse y le dijo: aquí la mitad de la gente no usa zapatos, aquí no voy a vender zapatos y solo voy a perder mi tiempo.

El segundo vendedor era un vendedor optimista y dijo aquí la mitad de la gente no usa zapatos, aquí voy a vender muchos zapatos y voy a ganar mucho dinero, agarró su teléfono y le marcó a su supervisor para darle las gracias y le dijo aquí la mitad de la gente no usa zapatos, aquí voy a vender muchos zapatos y voy a ganar mucho dinero.

¿Cuál es la moraleja de la historia?

Que en todo lo que te enfoques va a crecer y se va a multiplicar.

Pregunta: ¿Te estás enfocando en las oportunidades? o ¿Te estás enfocando en los problemas?

En todo lo que te enfoques va a crecer y se va a multiplicar.

Entonces, quiero que entiendas una cosa y es que no importa que tan arraigadas tengas tus creencias, todos los seres humanos podemos cambiar.

Cada momento, cada día, tenemos una nueva oportunidad de cambiar. Yo quiero decirte que tú puedes cambiar y lo puedes hacer más rápido, si pides ayuda, si trabajas con un coach que te ayude a cambiar las creencias que no te sirven, que no te apoyan y que no te permiten lograr tus metas.

Mi visión para ti es que tú puedes cambiar, que tú eres más talentoso, que tú eres más fuerte y que tienes más habilidades de las que tú crees que tienes.

Yo quiero decirte que:

El cambio empieza con tus palabras y con tus acciones.

Cambia tu lenguaje y cambiarás tu historia.

Cambia tu historia y cambiarás tu vida.

Lo dijo William James: *“El mayor descubrimiento de mi generación es que un ser humano puede cambiar su vida cambiando su actitud mental”.*

Entonces, “El cambio empieza con las palabras y con tus acciones. Cambia tu lenguaje y cambiarás tu historia. Cambia tu historia y cambiarás tu vida”.

Como tu coach te digo que de aquí en adelante no quiero que te critiques, no quiero que te juzgues.

De aquí en adelante tu eres tu porrista número uno.

En vez de que digas yo no soy un buen papá, mejor di:

— “Estoy tomando clases y leyendo libros para ser un mejor papá”.

— “Cada día aprendo nuevas ideas para ser un mejor papá”.

En vez de que digas yo no soy bueno para vender, mejor di:

— “Estoy tomando clases y leyendo libros para ser un vendedor profesional”.

— “Cada día aprendo nuevas estrategias para ser un mejor vendedor”.

En vez de que digas yo no soy bueno para hablar por teléfono, mejor di:

— “Estoy tomando clases y leyendo libros para aprender a hablar por teléfono”.

— “Cada día aprendo nuevas ideas para ser más efectivo en el teléfono”.

En vez de que digas yo no soy bueno para reclutar, mejor di:

— “Estoy tomando clases y leyendo libros para ser un reclutador profesional”.

— “Cada día aprendo nuevas estrategias para ser un mejor reclutador”.

El cambio empieza con tus palabras y con tus acciones.

Cambia tu lenguaje y cambiarás tu historia.

Cambia tu historia y cambia tu vida.

LA HISTORIA DE MI PRIMER LIBRO.

Por muchos años yo me detuve de escribir mi primer libro por los paradigmas y creencias limitantes

Yo me decía a mi mismo:

“Yo no vengo de una familia de escritores”.

“Yo no soy bueno para escribir”.

“No se me da la escritura”.

“Nadie va a querer mis libros”.

Yo tuve que cambiar mis creencias limitantes.

Empecé por cambiar mi círculo de amistades, empecé a estudiar con maestros y mentores que veían lo mejor de mí.

Empecé a invertir en libros, tomar clases, talleres de ventas, negocios, liderazgo, hablar en público y esto elevo mi autoestima y me dio mayor confianza y seguridad.

“El éxito se alcanza estudiando en serio”.

Hector Gonzalez

Para ser el mejor:

1. Tienes que tomar la decisión de ser el mejor.
2. Tienes que estudiar con el mejor.
3. Tienes que entrenarte para ser el mejor.
4. Tienes que trabajar para ser el mejor.

Y empecé a reprogramar mi mente subconsciente y todos los días me repetía en voz alta antes de escribir:

- Yo soy un gran escritor.
- Escribir es fácil y divertido.
- Dios me da sabiduría para escribir palabras que transforman vidas.
- A mis lectores les encanta leer mis libro.
- He desarrollado el hábito de escribir todos los días.

Ahora tengo esta mentalidad y he desarrollado el hábito de escribir todos los días.

Las afirmaciones positivas o los decretos positivos son una poderosa herramienta para ayudarte a eliminar las creencias limitantes, a reprogramar tu mente subconsciente y a elevar tu autoestima.

Te recomiendo que utilices el poder de las afirmaciones positivas, los decretos positivos para eliminar las creencias limitantes, reprogramar tu mente subconsciente y para mejorar tu autoestima.

¿Sabías que toma un promedio de veintinueve días de práctica y repetición para que se forme un hábito nuevo?

¿Por qué se da esto? Porque veintinueve días es el tiempo que le toma a la mente subconsciente para aceptar las nuevas órdenes, las nuevas afirmaciones y las nuevas imágenes mentales como las nuevas instrucciones de operación.

Entonces practica durante 21 días o hasta que desarrolles el hábito.

La ley de las creencias dice que: "Cualquier cosa que te estés repitiendo una y otra vez sea falso o verdadero eventualmente lo vas a creer".

Por eso, yo quiero que a partir de hoy utilices el poder de las afirmaciones positivas para reprogramar tu mente subconsciente.

Te sugiero que diario en las mañanas al levantarte, vayas directamente al espejo y te repitas tres veces en voz alta:

— "Creo en mí y soy valioso", "Creo en mí y soy valioso", "Creo en mí y soy valioso".

Quiero que todos los días repitas estas afirmaciones:

— "Yo puedo, yo quiero, yo lo voy a lograr".

Cuando estés enfrentando tiempos difíciles repite:

— "Yo puedo, yo quiero, yo lo voy a lograr".

Cuando alguien te diga que vas a fracasar tú di:

— “Yo puedo, yo quiero, yo lo voy a lograr”.

Cuando tu mente te diga tú no puedes tú di:

— “Yo puedo, yo quiero, yo lo voy a lograr”.

Esto es muy importante uno de mis mentores Earl Nightingale decía:

— “Eres o te convertirás en lo que estás pensando todo el tiempo”.

Así que a partir de hoy te recomiendo que utilices afirmaciones positivas y te repitas a ti mismo:

— “Yo soy una persona de acción”.

— “Yo soy un gran vendedor”.

— “Vender es fácil y divertido”.

— “A mis clientes les encanta comprar conmigo”.

— “Yo soy un experto en ganarme la confianza de las personas”.

Quiero que repitas estas afirmaciones todos los días antes de empezar a trabajar. Antes de empezar a hacer tus llamadas.

“Cambia tu manera de pensar para que cambie tu manera de vivir”. Romanos 12-2

Yo quiero decirte que tú tienes grandeza dentro de ti. Que tienes un gran potencial dentro de ti. Que naciste para triunfar. Que tú tienes el poder necesario para eliminar esas creencias limitantes que te están deteniendo de sacar la grandeza que tienes dentro de ti.

Para obtener gratis mi lista de afirmaciones positivas mandame un email a:

hector@trunfahoy.com Titulo: Las afirmaciones de Hector

TU MENTE ES UN IMÁN DE ATRACCIÓN

*Si piensas en oportunidades atraes más oportunidades;
Si piensas en problemas atraes más problemas.
Obtienes más de lo que te enfocas con tus pensamientos,
palabras y acciones.
Obtienes lo que siembras y siembras lo que piensas
Cultiva hábitos mentales que sean positivos.
Y cosecharas resultados positivos.
Piensa en positivo y tu vida será positiva.*

Hector Gonzalez

Mensaje final

En el mundo existen tres tipos de personas.
Los que hacen las cosas ahora.
Los que dejan todo para después.
Los que nunca hacen nada.
¿Cuál de estos tres eres tu?

Los empresarios de alto impacto toman acción inmediata y hacen lo que pueden, con lo que tienen, donde están.

El propósito de este libro es que aprendas los 9 pasos del sistema más poderoso para inspirarte y empoderarte a ser un empresario de alto impacto para que seas más, hagas más y logres ayudar a más personas.

Mi meta es que te conviertas en un empresario de alto impacto y que al cambiar tú, tendrás el liderazgo para cambiar la vida de miles de personas y crear un mejor futuro para todos.

Como dijo Victor Hugo:

*El futuro tiene muchos nombres.
Para los débiles es... lo "inalcanzable".
Para los temerosos... lo "desconocido".
Para los valientes... es la "oportunidad".
Y para los empresarios de alto impacto: es "infinito".*

¡Voy contigo al éxito!

Hector Gonzalez

MÁS HERRAMIENTAS PARA TU ÉXITO

EL SISTEMA MÁS PODEROSO PARA CERRAR UNA VENTA

APRENDE UN SISTEMA COMPROBADO PARA:

- **ATRAER A TUS CLIENTES IDEALES**
- **CERRAR MAS VENTAS**
- **RECLUTAR MAS PERSONAS**
- **GANAR MAS DINERO**



CONOCE EL PAQUETE
DE EXITO PERSONAL



Para ordenar visita:

www.hectorgonzalezcoach.com

REGALO GRATIS ESPECIAL PARA TI

ATENCIÓN: DUEÑOS DE NEGOCIOS, EMPRESARIOS, PROFESIONALES EN LAS VENTAS Y LÍDERES,

Aprende las estrategias que utilizan los empresarios exitosos para lograr todas sus metas, vivir una vida más balanceada y ganar miles y miles de dólares.

Sólo inscríbete GRATIS en mi boletín "Triunfa hoy" y aprende:

- Cómo atraer a los clientes ideales para tu negocio.
- Cómo cerrar más ventas y ganar más dinero.
- Cómo lograr tus metas personales y de negocios.
- Cómo vivir una vida más balanceada.
- Cómo auto-motivarte para lograr tus metas.

Todo esto y más en el boletín "Triunfa hoy"

También de obsequio recibirás GRATIS mi libro:

"101 Ideas Para Hacer Tus Metas Una Realidad"

Se vende con éxito por sólo \$19.95, pero es tuyo GRATIS.

Por e-mail tan pronto vayas a mi sitio web:

www.hectorgonzalezcoach.com y llenes el formulario:

Boletín valorado en \$197.00 anuales.

Es tuyo GRATIS y te puedes dar de baja cuando desees.

Privacidad garantizada. Detestamos el spam.



Hector Gonzalez, es “El coach de los empresarios exitosos”, se especializa en ayudar a los dueños de negocios, empresarios, líderes y profesionales en las ventas a lograr sus metas personales y de negocios. Para aprender mas estrategias que necesitas para triunfar en la vida y en los negocios visita www.hectorgonzalecoach.com para recibir mas estrategias GRATIS.