

TÉCNICAS PROFESIONALES DE VENTAS Y SERVICIO AL CLIENTE

BIENVENIDO

Querido(a) Amigo(a):

Felicitaciones y Bienvenido(a).

Una de las características que poseen las personas más exitosas en el ámbito profesional y empresarial, es el conocimiento de muchísimos temas, lo que les permite tener una perspectiva mucho más amplia que el promedio de la gente.

Es por esta razón que me da mucho gusto que hoy te encuentres presente para conocer sobre Técnicas Profesionales de Ventas y Servicio al Cliente. Conocer más y mantenerte actualizado sobre estos temas te permitirá, precisamente, ampliar tu contexto lo que conllevará a un mejor desempeño en tu actividad laboral.

En GARZCO Capacitación, esperamos que realmente disfrutes el curso y aporte gran valor a tu conocimiento y experiencia laboral.

Por tu éxito,



Ing. Rodrigo Garza E.
Director de GARZCO Capacitación

Curso / Programa: **“Técnicas Profesionales de Ventas y Servicio al Cliente”**

NOMBRE: _____

Teléfono: _____ Fecha: _____

Manual del Participante, Edición en línea 2026

Impreso en Monterrey N.L.

Reseña de Lic. José de Jesús Martín Navarro

Cuenta con **+30 años de experiencia** como Asesor de Recursos Humanos y Calidad. Es Socio Director de un despacho de Consultoría, es Expositor y Asesor en **Procesos de Mejora, programas de Educación** continua, imparte cursos, talleres, seminarios y diplomados de temas específicos en apoyo a los planes y programas de diversas empresas e instituciones.

Licenciado en Ciencias de la Educación por la Universidad de Monterrey, con Especialidad en Psicología Educativa. Maestría en Administración en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). Especialidad en Recursos Humanos. Graduado del Colegio de Calidad de Philip Crosby en Winter Park, Florida USA.

Ha ocupado el cargo de Jefe del Departamento de Capacitación Corporativa de **Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma**, S.A. de C.V.

Gerente de Recursos Humanos Corporativos en **Cadena Comercial Oxxo**, S.A. de C.V., donde fue responsable a nivel nacional de todo lo referente a recursos humanos: Formación de equipos de alto desempeño, Reclutamiento y Selección de personal empleado y personal de tiendas; capacitación y adiestramiento de todo el personal, relaciones laborales, administración de la nómina, compensaciones y beneficios de todo el personal.



“Nuestra misión es lograr a través de nuestros cursos, la manifestación total de nuestros talentos. Formando mentalidades y actitudes de éxito, que contribuyan con sus habilidades a trascender y al logro de los objetivos de las empresas e instituciones de clase mundial.”

Contamos con +35 de instructores en amplia variedad de temas.

Visítanos en www.garzco.com

Contáctanos vía teléfono ó whatsapp business en nuestras oficinas:

  **812 – 723 – 7532**



Técnicas profesionales de Ventas y Servicio al Cliente



Objetivos



- El Participante tomará conciencia del hecho de que la venta es fundamentalmente proporcionar un **SERVICIO** al cliente
- Reconocerá las habilidades y actividades de un vendedor profesional,
- Desarrollará las herramientas para poner en práctica las técnicas más efectivas para lograr ventas de Alto Impacto, con menor esfuerzo y alta.

TODOS somos vendedores
Vender es una actividad de VIDA
Elimina de tu mente los
prejuicios
La confianza en Tí mismo...
Es el primer paso hacia el ÉXITO

¿ Qué significa Vender?

“ La transferencia de la propiedad, de algún bien o servicio de una persona a otra a cambio de una retribución de valor. “

" La labor de vender es el proceso en el que
(1) se determinan las necesidades y gustos de una
persona y
(2) se le presenta un producto de tal modo que
(3) se sienta impulsada a tomar una decisión
positiva de adquirir dicho producto o servicio".

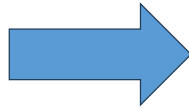
¿ Por qué compra la gente?

**SATISFACER UNA
NECESIDAD**

**DARSE UN
GUSTO**

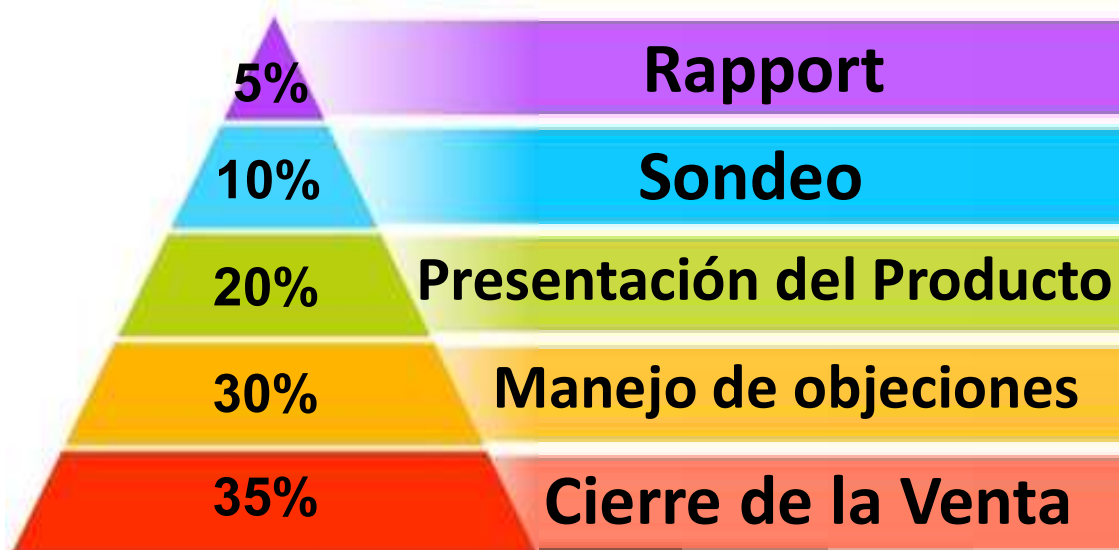
Para pasar

**Del punto
donde está**



**Al que desea
estar**

Modelo tradicional de la Venta



Nuevo Modelo de la Venta Profesional



Las Razones del Nuevo enfoque de la Venta

1. El cliente de hoy es más crítico y analítico.
2. Los clientes son más sofisticados
3. Los clientes están más y mejor informados.
4. Los clientes disponen de más selección/ofertas.
5. Hay más competencia.

Factores determinantes para lograr la preferencia del cliente

1.-

2.-

3.-

4.-

El factor determinante de las Ventas

El Factor Amistad

Y se requieren tres cosas :

- 1. Darle atención al cliente, (escucharlo).**
- 2. Dedicarle el tiempo necesario.**
- 3. Respetar al cliente.**

Venta Manipulada

Características

Las ventas manipuladas han sido usadas más frecuentemente en simples "Transacciones Únicas" porque el encuentro es corto y la venta es rápida, sin pretender retener al cliente.

Beneficios

Se logra una Venta.



Venta Consultiva

Características

En contraste con las ventas manipuladas, la venta consultiva se basa en vender con integridad e inteligencia. Usando un enfoque de consulta, que lo mueve dentro del área de las ventas profesionales.

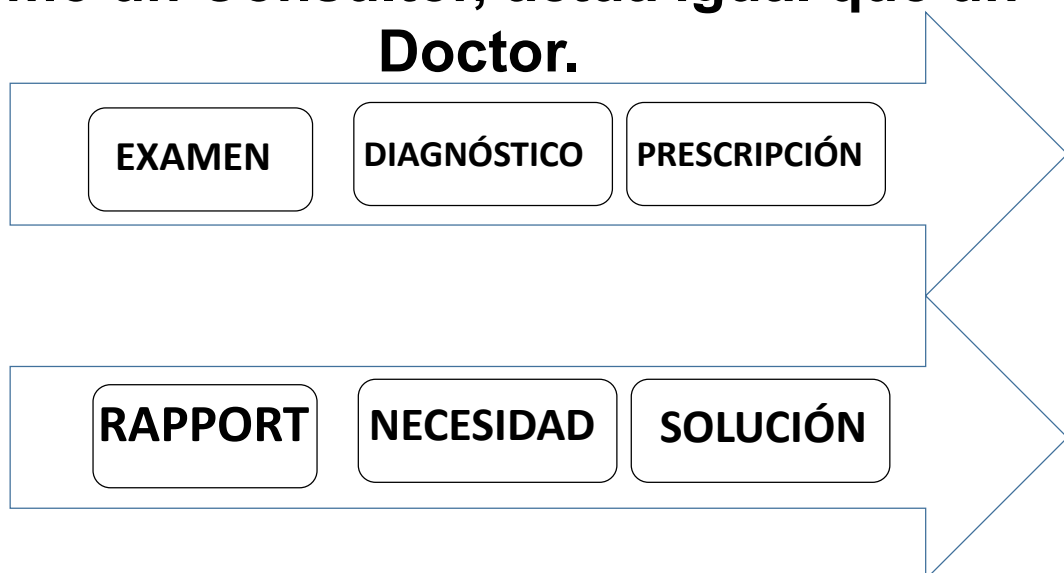
Beneficios



El Nuevo Enfoque de la Venta

1. El vendedor es un consultor /asesor.
2. La venta está centrada en el cliente, en sus necesidades y no en el producto
3. El enfoque es hacia los **beneficios** que el cliente obtendrá.

El vendedor de éxito se ve a sí mismo como un Consultor, actúa igual que un Doctor.



Vender = Contribuir

Vender = \$ervir

PROSPECTAR ES :



**Buscar, Localizar,
identificar y
seleccionar de modo
continuo y permanente
nuevas personas con
potencial de compra.**



ACERCAMIENTO INICIAL

Su propósito es conocer al prospecto y que éste nos conozca a nosotros, estableciendo un lazo de confianza.

La primera impresión es determinante

Los cinco elementos de la INTRODUCCION

- 1. Saludar al prospecto.**
- 2. Llamarlo por su nombre.**
- 3. Dar tu nombre y tarjeta de presentación.**
- 4. Identificar a tu compañía.**
- 5. Iniciar el RAPPORT.**

Rapport

Método a través del cual se logra reducir la ansiedad de la persona con la que se habla.

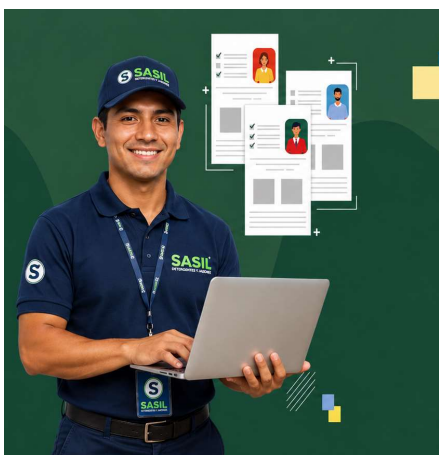
Consiste básicamente en dialogar sobre aspectos que hacen sentir a la otra persona confortable.

Su objetivo es lograr un clima de confianza en la relación.

Para mejorar sus habilidades con la gente

- Sonría.
- Mantenga contacto visual.
- Hable en términos de los intereses de la otra persona.
- Escúchela.
- Logre que la otra persona se sienta importante junto a usted.

Evaluación de necesidades del Cliente



El propósito de este paso es doble:

primero, ayudar a los prospectos o clientes a determinar exactamente qué es lo que necesitan y segundo, formarnos nosotros una idea exacta de sus necesidades.

Evaluación de necesidades del Cliente

Habilidad de Hacer Preguntas

En una relación de ventas:

**El Vendedor sólo debe hablar el 20 % del tiempo
y el Cliente el restante 80 %.**

¿ Cómo ?

**Haciéndole preguntas y dejándolo que las
conteste, de esta manera obtendremos la
información necesaria para hacer una adecuada
EVALUACION DE SUS NECESIDADES.**

Pregunta de entrada

- Dirigida para obligar a pensar al cliente en lo importante que será para él escuchar nuestra propuesta.
- Enfocada en el BENEFICIO que obtendrá con lo que le voy a ofrecer.
- Puedes utilizar el mayor BENEFICIO del producto o servicio a ofrecer como atractivo para que te escuche.

Pregunta de entrada

EJEMPLOS

- ✓ ¿ Le gustaría PODER OBTENER... (beneficio)
- ✓ ¿ Le gustaría PODER EVITAR... (perjuicio)
- ✓ Imagine que Usted pudiera... (beneficio)
- ✓ ¿Ha tenido que pagar innecesariamente...
- ✓ ¿Qué le parecería tener ... (beneficio)
- ✓ ¿Ha sentido que su situación no debería ser...

Pregunta Reflexiva

¿ Qué pasaría sí...?

- Para hacer consciente al prospecto de lo que puede obtener
- Deben ser de buen gusto.

Tipos de Preguntas

Lo que más,...

Lo que menos...

- Útil cuando el cliente requiere DEJAR a la otra empresa para venirse con nosotros.
- Cuidar la manera de plantearla.

¿Qué Vende?

- Avon, Jafra, Mary Kay

- Una farmacia

- Black & Decker

- OXXO

- Una Cervecería

- SASIL

CARACTERÍSTICA

Atributo o cualidad del producto o del servicio.

BENEFICIO

Forma en la que una o más características del producto proveen una ventaja, mejora o satisfacción al comprador.

Método de Venta

Comprador

Vendedor

PROBLEMA

NECESIDAD

BENEFICIOS

CARACTERISTICAS

**Exponer el BENEFICIO, citar la característica
Apropiada; utilizar la frase “esto se debe a que...”**

Método de Venta

Comprador

Vendedor

PROBLEMA

NECESIDAD

BENEFICIOS

CARACTERISTICAS

**Exponer la característica, citar el BENEFICIO;
utilizar la frase “esto significa para usted...”**

Método MAPI de Venta

CUADRO

Características	Beneficios
1 característica	1 beneficio
2 características	1 beneficio
1 característica	2 beneficios +

Método MAPI de Venta

Ejercicio

CUADRO de EMPRESA

Características	Beneficios

Método MAPI de Venta

Ejercicio

CUADRO de PRODUCTO

Características	Beneficios

Palabras que venden

Verbos
acción

- ✓ Lograr
- ✓ Poder
- ✓ Proteger
- ✓ Dominar
- ✓ Recordar
- ✓ Entretener
- ✓ Conquistar
- ✓ Disfrutar
- ✓ Proteger
- ✓ Transformar
- ✓ Gozar
- ✓ Eliminar

Palabras a evitar

- ✓ Pago
- ✓ Gasto = Inversión
- ✓ Difícil
- ✓ Decisión = Elección
- ✓ Obligación
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Intentar
- ✓ Pero

*No le diga a las personas
que tan bueno es su
producto o servicio,
mejor dígame lo bien que
se sentirá al adquirirlo.*

Como entender las objeciones

- Las objeciones son una parte normal de la venta.
- Sin embargo, una objeción no significa que un cliente no vaya a comprar.
- En cambio, significa simplemente que tiene una preocupación o un punto que no lo ha convencido satisfactoriamente.

Características de las objeciones

- 1.- Son parte natural del proceso de compra.
- 2.- Demuestran interés del cliente.
- 3.- Representan una oportunidad para obtener más información.

El por qué de las objeciones

Se ha detectado que el cliente las utiliza por diferentes razones:

- 1.- Para posponer la decisión.**
- 2.- Por la incertidumbre de que realmente sea la mejor opción**
- 3.- Porque quizá la inversión sea mayor que los beneficios.**
- 4.- Porque no cumple sus expectativas.**
- 5.- O simplemente, porque el cliente requiere más información y respuestas a sus dudas.**

por qué surgen las objeciones

El cliente duda aceptar porque :

- **Considera que no tiene toda la información.**
- **Tiene Miedo a equivocarse o precipitarse al decidir aceptar.**
- **Ha pasado por Experiencias negativas previas.**
- **Desconfianza de que lo que se le dice sea verdad.**
- **Tiene un Presupuesto limitado.**

Mentalidad correcta del vendedor

- ✓ No tomarlo personal
- ✓ Escuchar sin interrumpir
- ✓ Mostrar interés genuino
- ✓ Ver la objeción como oportunidad

Se requiere por parte del vendedor:

- 1.- Seguridad en sí mismo.**
- 2.- Conocimiento del producto.**
- 3.- Respaldo institucional.**

Tipos de Objeción

PRECIO

- El trabajo del vendedor consiste en **ENFATIZAR VALOR** y aumentar el deseo del cliente a comprar para alinear su deseo con su capacidad de compra
- No hay motivo para hablar de **PRECIO** si no se ha despertado el **DESEO** de compra.
- Cuando se pregunta sobre el precio, está diciendo: “aún no me has convencido de que el valor supera al precio”.

Técnica : Valor vs Precio

PRECIO

- + SUME** Todo lo contenido en los cuadros de producto y de empresa para justificar el precio.
- RESTE** Lo que no obtiene con la competencia, y los perjuicios de no adquirirlo.
- X MULTIPLIQUE** Por los intangibles que representa trabajar con la empresa como reputación, integridad, confianza.
- / DIVIDALO** En unidades, plazos, pagos parciales, buscando reducir la diferencia.

Tipo de Objeción	<u>ACCIÓN SUGERIDA</u>
Evasión	Ofrezca su ayuda y de ser posible alguna opción.
Tipo de Objeción	<u>ACCIÓN SUGERIDA</u>
Resistencia a la compra	Oriente su presentación a enfatizar los beneficios del Producto o servicio

Tipo de Objeción	ACCIÓN SUGERIDA
Escepticismo	Provea información sólida con experiencias de otros clientes
Tipo de Objeción	<u>ACCIÓN SUGERIDA</u>
Negación	Proponerle que imagine que lo tiene, ¿Cuánto ganaría?.

Tipo de Objeción	<u>ACCIÓN SUGERIDA</u>
Dilación	Enfatizar de nuevo los beneficios del producto o servicio.
Tipo de Objeción	<u>ACCIÓN SUGERIDA</u>
EXCUSA	Use el "Cierre del Puerco Espín" (Déle la vuelta y convierta la excusa en una razón para comprar)..

Tipo de Objeción	<u>ACCIÓN SUGERIDA</u>
de	Enfatizar de nuevo los beneficios del producto o servicio.
Tipo de Objeción	<u>ACCIÓN SUGERIDA</u>
EXCUSA	Use el "Cierre del Puerco Espín" (Déle la vuelta y convierta la excusa en una razón para comprar)..

Tipos de Objeción

Verdadera Desventaja

ACCIÓN SUGERIDA

Demuestre Como las ventajas
totales superan la desventaja citada.



Ejercicio

Método de Venta

CUADRO DE VENTAJAS COMPARATIVAS

Necesidades del cliente	Lo que podemos ofrecer	Lo que ofrece la competencia	Ventaja o desventaja	Qué se puede hacer

Pasos a seguir en el manejo de Objeciones

- 1.- Escuche con atención la objeción del cliente, sin interrumpir.**
- 2.- Repita la objeción para asegurarse que se ha entendido bien.**
- 3.- Acepte la objeción como algo válido para el cliente antes de contestar.**
- 4.- Conteste apoyándose en los beneficios y en las características del producto.**
- 5.- Sugiera al cliente que el convencimiento total lo obtendrá probando el producto y que éste por sí mismo lo convencerá.**

Características del Cierre efectivo

- 1.- Sigue siendo importante dentro del proceso.**
- 2.- Debe ser casi automático si los pasos anteriores fueron bien manejados.**

El Cierre efectivo

EL CIERRE DE LA VENTA INICIA CUANDO :

- 1.- Ya no se mencione ninguna objeción.**
- 2.- El cliente muestre signos visibles de aceptación de nuestro producto.**

El Cierre efectivo

SE REQUIERE POR PARTE DEL VENDEDOR:

- 1.- Confianza en sí mismo para cerrar la venta.**
- 2.- Aprovechar el momento oportuno.
(no alargar, Rematar)**
- 3.- Utilizar el método adecuado.**

Métodos de Cierre

Directo

CONSISTE EN

Preguntar de manera **DIRECTA**, sin mayores rodeos, si el cliente desea adquirir nuestro producto o servicio.

Métodos de Cierre

Lo uno o lo otro

CONSISTE EN

Plantearle una pregunta de **opción múltiple** cuya respuesta indique tácitamente que ya se decidió a adquirir nuestro producto.

Métodos de Cierre

Paso a paso

CONSISTE EN

Hacer un breve **REPASO** o **RESUMEN** de todo lo dialogado entre ambos durante la entrevista de ventas, asumiendo que está decidido a comprar.

Métodos de Cierre

Positivo - Negativo

CONSISTE EN

Elaborar dos listas en una misma hoja, del lado izquierdo lo **POSITIVO** del producto o servicio y del lado derecho lo **NEGATIVO**

Positivo	Negativo

Métodos de Cierre

Que me diga “NO”

CONSISTE EN

Plantearle una pregunta, cuya respuesta deseada por parte del cliente, sea **que me diga que NO**, lo cual significa que acepta comprar..

Frases que ayudan al Cierre efectivo

- 1.- Estoy seguro que usted ya se convenció.....**
- 2.- Por su expresión veo que usted ya comprendió los beneficios de....**
- 3.- De acuerdo a lo que hemos platicado sus necesidades quedan satisfechas plenamente con...**

*El Vendedor de Éxito
es aquel que hace
sentir a su cliente que él
es el que compra, y no
que se le está vendiendo algo.*

Autoevaluación y Mejora

¿Qué pasó?
¿Qué funcionó?
¿Qué no funcionó?
¿Qué aprendí?

Las 7 creencias del éxito

- 1. Todas las cosas ocurren por “algo” y a nosotros nos son útiles*
- 2.- No existe el término “fracaso”, lo único que existe son los resultados inadecuados.*
- 3.- Yo soy responsable de mi mundo.*
- 4.- No es necesario conocer algo a la perfección para usarlo.*
- 5.- Las personas son el máspreciado recurso.*
- 6.- El trabajo es una diversión.*
- 7.- No hay éxito duradero sin un verdadero y serio compromiso personal.*



¡Gracias!

RRHH	Servicio al Cliente y Ventas
Calidad	Liderazgo, Gerencia & Dirección
Finanzas	Producción
Compras	Área Técnica
Oratoria	MS Office

Los cursos más solicitados:

A gold-colored circular badge with a serrated edge. The words "BEST QUALITY" are written in a curve at the top, and "BEST" is written in a curve at the bottom. In the center, the words "BEST SELLER" are written in bold, black, sans-serif capital letters. A gold ribbon banner is draped across the bottom of the badge.

Desarrollar liderazgo no requiere que se tenga un equipo de trabajo, en este seminario se trata el liderazgo personal, lo que significa tomar el control de tu propia vida, ser el Líder en tu propia vida, tomar tus propias decisiones y hacer más de lo que has hecho hasta ahora.

La atención al Cliente requiere dos aspectos, la gestión operativa y el trato humano a los clientes. Este Taller conjunta las mejores prácticas de gestión de SATISFACCIÓN DE CLIENTES, apoyando la operación para invertir recursos donde los clientes lo valoran, así como sencillas y poderosas técnicas de comunicación y empatía con Clientes, para generar una experiencia Superior.

Hablar en público, hacer presentaciones, influir en un grupo de personas son habilidades clave para conseguir resultados grandes. Aquí aprenderás las técnicas para hablar y convencer sin esfuerzo a tu público. Las técnicas de los mejores del mundo, reveladas.

GRACIAS



Visítanos en www.garzco.com

***Somos apasionados en la entrega con calidad de nuestros servicios,
garantizando tiempo, costo y alcance.***

Contáctanos vía teléfono ó whatsapp business en nuestras oficinas:



812 – 723 – 7532

Servicios CO&BI S.C.

América #423 Int. A Sur Col. Centro

Monterrey N.L., México CP 64000

*¿quieres compartirnos tu experiencia? Nos encantaría saber de ti y saber
cómo va tu desarrollo, escríbenos tu testimonio, experiencia o
retroalimentación a rodrigo@garzco.com*

*Para información sobre eventos privados y cursos/talleres disponibles para
Empresas y Equipos de trabajo, contáctanos por cualquiera de estos
medios o escribiendo a: atencionalcliente@garzco.com*
