
CONCEJOS

Psicología de Ventas por Brian Tracy

Por Netvez · 12 de febrero de 2020 · 12 min de lectura

En este resumen usted aprenderá La Psicología de Ventas por Brian Tracy un resumen minucioso; Cómo el concepto que tienes de ti mismo afecta tu desempeño en las ventas; Cómo aumentar tu autoestima y unirte al 20% de los mejores profesionales de ventas y Cómo utilizar estrategias y técnicas prácticas

<https://youtu.be/ra3TegZPhkI>

En este resumen usted aprenderá

La Psicología de Ventas por Brian Tracy un resumen minucioso;

- Cómo el concepto que tienes de ti mismo afecta tu desempeño en las ventas;
- Cómo aumentar tu autoestima y unirte al 20% de los mejores profesionales de ventas y
- Cómo utilizar estrategias y técnicas prácticas, aplicables a todos los aspectos del ciclo de ventas.

Ideas fundamentales

- En las ventas, la regla 80/20 significa que el 20% de los mejores vendedores gana el 80% del dinero.
- Únete al 20% de los mejores al hacer algunas cosas un poco mejor.
- Mientras más alta tu autoestima, mejor tu desempeño en las ventas.
- Las personas compran por lo general por un impulso emocional, y después justifican sus decisiones con la lógica.
- Hacer preguntas y escuchar atentamente las respuestas es la mejor forma de evaluar las necesidades de tu cliente y adaptar tu presentación de ventas.

-
- Las cuatro claves para la venta estratégica son especialización, diferenciación, segmentación y concentración.
 - Para comenzar tu reunión de ventas, utiliza una pregunta de apertura o una declaración que provoque respuestas como: ¿De veras? ¿Cómo lo haces?
 - Neutraliza la resistencia que puedan sentir las personas por las ventas por medio del uso de testimonios, referencias y garantías.
 - Descubre el punto de mayor interés de tu posible cliente y enfoca tu presentación en este punto.
 - Los vendedores exitosos a menudo utilizan dos métodos de cierre: el “cierre de propuesta” o el “cierre de demostración”.

Resumen de Psicología de Ventas Brian Tracy

Por qué vender

¿Por qué convertirte en vendedor? Esta profesión puede brindar ingresos elevados y seguridad en el empleo para toda la vida. Si aprendes a vender, puedes vender cualquier cosa. A menudo, los vendedores ganan más que médicos, abogados o arquitectos. Y no hay límites para las ganancias.

La regla del 80/20

Cuando aplicas a las ventas el principio de Pareto (también llamado la regla del 80/20), resulta que el 20% de los mejores vendedores gana el 80% del dinero, y el 80% de los peores, solamente gana el 20%. Para formar parte del 20%, solo necesitas ser un poco mejor que tu competencia interna o externa. Una pequeña mejora en tu técnica de ventas puede resultar en un enorme incremento en tus ingresos. Las habilidades para ser mejor vendedor no son difíciles de aprender, e incluyen:

“En las ventas, solo tienes que ser un poquito mejor y diferente en cada una de las áreas clave para lograr resultados y para que eso redunde en una

extraordinaria diferencia de ingresos”.

- Identificar las necesidades de un cliente potencial.
- Calificar a los posibles clientes con mayor precisión al hacer las preguntas correctas.
- Realizar presentaciones de ventas más consistentes.
- Responder de forma más persuasiva a objeciones y preocupaciones.
- Utilizar métodos diferentes para el cierre de las ventas.
- Conseguir más referencias para aumentar tus ventas.

“El éxito no es un accidente. El fracaso tampoco lo es. De hecho, el éxito es predecible. Deja huellas”.

Todo comienza en tu mente

Reconoce y comprende la naturaleza del concepto que tienes de ti mismo y su relación con tu desempeño. El concepto de uno mismo es el conjunto de creencias que tienes acerca de ti mismo. Representa cómo te ves y qué piensas de ti en todos los aspectos de tu vida. Tus expectativas son fundamentales, pues estudios muestran que no puedes ganar más de un 10% por encima o por debajo de lo que esperas. Amplía el concepto que tienes de ti mismo para aumentar tus ventas. Así das cabida a la expectativa de mayores metas de ventas; antes de poder hacerlas realidad, necesitas visualizarte lográndolas.

Mientras mejor te sientas acerca de cómo realizar las diferentes funciones en el ciclo de ventas, más exitoso serás. Eleva tu autoestima mediante reflexiones positivas, afirmaciones, capacitación y motivación. Las personas exitosas adornan su diálogo interno con frases optimistas, cargadas de seguridad. Por ejemplo, si repites la frase “me gusto” durante todo el día, con certeza elevarás tu autoestima, y cuando esto sucede, tu poder y habilidad también aumentan por igual.

“Una vez que has programado una meta en tu subconsciente, esta cobra vida propia”.

Los obstáculos para las ventas

Los dos obstáculos principales para realizar una venta son el temor al fracaso y el temor al rechazo. El rechazo es una parte inevitable de las ventas. Para hacerle frente, en primer lugar, eleva tu autoestima y el concepto que tienes de ti mismo, y en segundo lugar, acepta que, en las ventas, el rechazo no es personal. Con práctica y perseverancia, el coraje se convierte en hábito. La clave es manejar el rechazo sin renunciar, porque el 80% de las ventas no se cierra hasta el quinto encuentro con el cliente.

“El temor y la duda siempre han sido los peores enemigos del potencial del hombre”.

Establecer las metas

Establece metas de ventas anuales, mensuales, semanales e, incluso, diarias. Determina las actividades que necesitas emprender para lograrlas. Escribe estas metas para grabarlas en tu subconsciente. Crea una clara imagen mental de ti mismo alcanzándolas. Visualiza tu éxito directamente al imaginarte en situaciones de ventas positivas, o indirectamente, al contemplarte como si fueras una tercera persona que observa cómo realizas una venta exitosa. Prueba el Método de las 20 ideas. Escribe tu objetivo principal en forma de pregunta: ¿Cómo duplicar mis ingresos en los próximos doce meses? Después, escribe 20 respuestas en tiempo presente, de forma personal y afirmativa, como: realizo cinco llamadas adicionales cada día.

Por qué comprar

Las personas basan sus decisiones de compra en las emociones y luego las justifican con la lógica. Las dos motivaciones principales para comprar son el deseo de beneficiarse y el temor

a perder. El deseo de beneficiarse es la búsqueda de algún tipo de mejora. El temor a perder aflora cuando a los clientes potenciales les preocupa cometer un error o atascarse con bienes o servicios que no desean. Toda venta fructífera comienza con un análisis de las necesidades. Para ello, formula preguntas que ayuden a revelar las necesidades y los deseos principales del cliente. Convince a tu posible cliente de que tu producto o servicio cumple estas necesidades mejor que otro. Las necesidades humanas que motivan la compra son el dinero, la seguridad, el hecho de gustar a otros, el estatus y el prestigio, la salud y la buena forma, los halagos y el reconocimiento, ser líder en su área, el amor y la compañía, el crecimiento personal, la transformación personal y el poder, la influencia y la popularidad.

“Si trabajas en ventas y sientes temor al rechazo, has escogido el trabajo equivocado”.

Las preguntas abiertas que requieren más que un sí o no, son una gran herramienta para conseguir que tus posibles clientes hablen de sí mismos durante el análisis de sus necesidades. Comienza con qué, dónde, cuándo, cómo, quién, por qué y cuál. Cuando haces preguntas, diriges la conversación. En las ventas, las siete palabras más importantes son: pasa más tiempo con mejores posibles clientes. Al iniciar tu presentación, haz preguntas para descubrir si la persona es un cliente potencial. Observa los métodos de prospección que usan los mejores vendedores de tu empresa y aplícalos.

“El rechazo no tiene que ver contigo. Por el contrario, es como la lluvia o el sol. Simplemente sucede a menudo”.

Hoy los vendedores se consideran a sí mismos consultores, mentores o maestros. Conviértete en un amigo que ofrece soluciones a los problemas del cliente. Recuerda que no se compran los productos, sino los beneficios que proporcionan. Al hablar de tu producto o servicio, ten en cuenta que tu cliente, internamente, siempre se pregunta: ¿En qué me beneficia? Sus siguientes cuatro preguntas serán sobre el precio, qué recibirá a cambio, qué tan rápido

conseguirá resultados y que garantías le ofreces.

La venta estratégica

Para vender tu producto o servicio, necesitas entender perfectamente lo que vendes, tu mercado y tu competencia. Haz una lista de las diez características más atractivas de tu producto. Entonces, determina por qué alguien desearía comprarle este artículo a tu compañía y a ti personalmente. Identifica tu propuesta única de ventas, la característica que distingue a tu producto. Los cuatro elementos de las ventas estratégicas son especialización, diferenciación, segmentación y concentración. Determina los beneficios específicos que ofrece tu producto. Cuando sea posible, diferéncialo de la competencia en precio, calidad o, incluso, el poder de tu personalidad. La segmentación significa encontrar el grupo que tiene una predisposición natural a desear tu producto. Concéntrate en los clientes potenciales más propensos a proveerte el mayor retorno.

“Pero al posible cliente no le importa lo que tu producto es. Solo le importa lo que tu producto o servicio hará por él”.

El objetivo de una primera llamada es concertar una cita, no vender por teléfono. Comienza con una apertura poderosa, con preguntas que resalten los beneficios de tu producto o servicio. Deseas que tu pregunta de apertura provoque respuestas como: ¿De veras? ¿Cómo lo haces? El poderoso comentario de apertura de Corning Glass es “Podemos ofrecer vidrio que no se hace añicos”. Al estar cara a cara con posibles clientes, tu objetivo es ayudarles a sentirse cómodos y a estar atentos. Necesitas tranquilizarlos sobre cinco temas. Primero, asegúrese que tienes algo importante que decir. Segundo, confírmale que estás hablando con la persona apropiada. Tercero, promételes que el encuentro será breve; y el cuatro, asegúrate de que entiendan que no están obligados a comprar. Por último, explícales que no utilizarás técnicas de ventas de alta presión.

“Rehústate a hablar acerca de tu producto o servicio, o de su precio por teléfono; concéntrate solo en conseguir una reunión cara a cara”.

Superar la resistencia

Es normal encontrar resistencia. Para neutralizarla, explica a tus clientes potenciales que entiendes el motivo de su resistencia y haz comentarios como: “Otras personas de su industria pensaban lo mismo cuando los llamé por primera vez. Pero ahora son nuestros mejores clientes”. Reitera la ventaja crucial de tu producto o servicio. También puedes contrarrestar la resistencia al remitirlos con clientes satisfechos. Los testimonios, las referencias y las recomendaciones son las armas más poderosas de tu arsenal.

La imagen profesional

En las ventas todo cuenta. La impresión que das es importante. Los vendedores exitosos proyectan una imagen profesional relajada y confiada. Para lograr esta apariencia y actitud:

“Nunca hagas una presentación de ventas en la sala de estar. La gente nunca toma decisiones importantes de negocios o familiares allí; las toman en la cocina o sentados a la mesa del comedor”.

- Viste profesionalmente.
- Asegúrate de estar bien arreglado.
- Mantén una buena postura y sé consciente de tu lenguaje corporal.
- Asegúrate de que tu voz sea fuerte y clara.
- Ten un punto de vista positivo y optimista y una actitud alegre.
- Cerciórate de que tu vestimenta y aspecto reflejen la apariencia de tu cliente.
- Mantén tu material de ventas limpio, organizado, colorido y atractivo.
- Mantén tu escritorio organizado.
- Desarrolla un apretón de manos firme.

“Si haces lo que hacen otras personas exitosas, finalmente obtendrás los mismos resultados que ellos”.

Presentaciones privilegiadas

Después de calificar a un posible cliente, muéstrale las características de tu producto una por una, para descubrir qué beneficio le resulta más interesante. Una vez descubierto su punto de mayor interés, enfoca en este tu presentación. Describe los posibles resultados medibles, como un aumento del 10% en ventas. De ser posible, garantiza los resultados con ofertas de reembolsos o devoluciones. Curiosamente, la discusión del precio a menudo ocurre después de que el cliente accede a comprar. Como regla general, pospón cualquier discusión sobre precio hasta finalizar tu presentación.

Cómo cerrar

Los vendedores destacados a menudo utilizan el “cierre de propuesta” o el “cierre de demostración”. En el primero, le pides al cliente que tome una decisión después de tu presentación. Di algo así: “Por favor, al final de nuestra conversación dígame si para usted este producto tiene sentido o no”. Estás pidiendo al cliente potencial que oiga con la mente abierta y que te dé una respuesta después de haber conocido tu producto o servicio.

“Todos están ocupados. Por esa razón, siempre debes esperar una resistencia inicial a las ventas, aunque estés ofreciendo el mejor producto al mejor precio al posible cliente más calificado del mundo”.

Con el cierre de demostración, comienza la reunión preguntando a los clientes si comprarán en caso de que puedas demostrar el beneficio principal de tu producto. Por ejemplo, una posible pregunta de apertura: “Señor cliente, si pudiera mostrarle la mejor inversión disponible en el mercado actual, ¿estaría en condiciones de invertir cinco mil dólares de inmediato?” Otra alternativa es el cierre de poder sugestivo, el cual consiste en guiar tu conversación bajo la suposición de que el cliente ya hizo la compra. Solo di: “Le encantará el servicio que recibirá”.

“Nunca esperes que la gente te devuelva la llamada, no importa cuán honestos o inteligentes suenen”.

Diez claves para lograr el éxito en las ventas

Los profesionales de ventas que logran llegar al 20% de los mejores, ponen en práctica estas ideas:

- **Haz lo que te encanta hacer** – Por ejemplo, haz tu trabajo y destaca.
- **Decide exactamente qué quieres** – Trabaja a partir de objetivos concretos.
- **Respalda tu meta con persistencia y determinación** – Sé resistente.
- **Comprométete a aprender toda la vida** – El conocimiento tiene un valor real.
- **Utiliza bien tu tiempo** – Trabaja a partir de un plan de prioridades.
- **Sigue a los líderes** – Pide consejo a los mejores vendedores que conozcas.
- **El carácter lo es todo** – Confía en tu criterio; sé auténtico.
- **Libera tu creatividad innata** – Descubre y utiliza tu talento natural.
- **Practica la regla de oro** – Trata a tus compañeros y clientes como corresponde.
- **Paga el precio del éxito** – Trabaja diligentemente hasta alcanzar tu meta.