



ESTRATEGIA DE VENTAS Y SERVICIO AL CLIENTE

A hand holding a pen over a document, with a blurred background of a person in a suit. The image is split into a white geometric shape on the left and a dark blue background on the right.

03

CONOCER LA
IMPORTANCIA DEL
COMERCIAL DE 30
SEGUNDOS



COMERCIAL DE TREINTA SEGUNDOS

El también conocido como speech, nos entrega la facilidad de llegar a un prospecto de una manera diferente.

Cada persona que desee ser un gestor comercial debería desarrollar un comercial hecho y que en 30 segundos sea capaz de causar el interés de su prospecto.

Debe ser entregado en un tono conversacional, como si estuviera hablando con un amigo o colega.

No debería sonar como un anunciante de infomerciales

Ni sonar como un desapasionado profesor, enseñando sobre los beneficios del producto y las ventajas que traerá a sus usuarios.

En su lugar, debe mantener el mensaje simple y breve.

Enfocarse en los aspectos del **producto o servicio** que la investigación y experiencia indican que probablemente sean los de mayor interés para el prospecto.

Finalmente **resumir en un pensamiento** que se pueda articular de manera conversacional, una idea que el prospecto pueda entender y absorber rápidamente

La introducción es una forma específica de presentar a la empresa y lo que hace por los clientes.



En Banco del Austro brindamos asesoría financiera a nuestros clientes tanto en la parte crediticia como a nivel de inversiones.

Luego se identifica uno de los principales “dolores” de los clientes. Y se lo presenta como algo común



Normalmente nuestros clientes buscan diversificar sus inversiones, aumentar rendimientos u obtener un monto específico por un proyecto futuro.

Finalmente se realiza una pregunta que despierte el interés del cliente por saber algo más



¿Considera importante cualquiera de estos puntos?

COMERCIAL DE TREINTA SEGUNDOS

EJEMPLO

2

INDICADORES
DE DOLOR

2

INDICADORES
DE DOLOR

Como sabe, en Banco del Austro
acompañamos financieramente a
nuestros socios a lo largo de su vida.

Trabajamos generalmente
con personas que le gusta
viajar, disfrutar de su
tiempo o con objetivos
futuros muy definidos.