

04

**CONTRATO
PRELIMINAR**





Cuando Usted comienza el proceso
de venta con un nuevo prospecto,
tiene que elegir:
¿Quién dirigirá el baile?





CONTRATO PRELIMINAR

Es un mecanismo a través del cual de **manera previa** a la reunión, el vendedor y el prospecto se **ponen de acuerdo, sobre lo que se llevará** a cabo de manera **precisa** durante la reunión.



El Contrato Preliminar nos permite:

- Establecer Agendas
- Eliminar confusiones
- Nivelamos el campo de juego entre el prospecto y Ud.

El Contrato Preliminar

- En lugar de una venta en la que el prospecto tiene una posición dominante sobre un vendedor sumiso, se crea una situación en la que se interactúa igualmente y en la que las dos partes se adhieren, en una agenda ya preestablecida.

Explicar por qué se va a llevar a cabo la reunión. El propósito debe movilizar el proceso de ventas.

1

PROPÓSITO

Explicar el prospecto lo que usted va hacer durante la reunión
Incluyendo qué clase de información necesitará de él.

3

**EXPECTATIVA
DEL
VENDEDOR**

El resultado deberá ser la decisión a proceder o detener el proceso de venta, o la decisión final del proceso de comprar o no comprar

5

RESULTADO

2

**EXPECTATIVA
DEL CLIENTE**

Descubrir cuales son la expectativas que tiene el prospecto sobre usted.

4

TIEMPO

Programe el tiempo de la reunión
Dele suficiente tiempo para cubrir todos los puntos necesarios.

Tarjeta DC principal	
Propósito: repasar el propósito de la reunión/conversación	Perfecto, le agradezco mucho por su visita, le voy a explicar cómo procederemos con el tramite xxxx.
Tiempo: confirmar el tiempo disponible para la reunión	Duraremos xx minutos, cuenta con este tiempo?
Agenda del prospecto: definir los puntos que el prospecto querrá revisar	Usted seguro tendrá unas dudas por aclarar.
Agenda del vendedor: definir los puntos que el vendedor quiere conocer	Yo le haré algunas preguntas personales y sobre su xxx para entender mejor la situación.
Resultado: establecer dos resultados posibles, ya sea el continuar con la venta o descalificar al prospecto	Para al final lograr resolver el asunto o ver que se necesitaría para eso. Le parece?

05

ENCONTRANDO
NECESIDADES
“DOLOR”



ETAPA 3: IDENTIFICANDO EL DOLOR



DEFINICIÓN

Es el espacio que hay entre lo que el prospecto tiene y lo quisiera tener.

Esto significa que “dolor”, “placer” e “interés, son “dolor” en el Método Sandler.

REGLAS

1 DEFENDERSE DE LAS CONSULTAS GRATIS

No conteste preguntas prematuramente

Demasiada información, podría terminar la venta, antes de que comience.

REGLAS

2 REUNIR INFORMACIÓN

Usted necesita saber **lo que el prospecto quiere**, antes de decirle lo que usted tiene.

Usted quiere saber **porque lo quiere**; antes de decirle lo que usted tiene.

REGLAS

3 MANEJAR LOS TEMAS CONCRETOS

Deje de vender **características y beneficios**.

Enfóquese en los **asuntos del prospecto**, en vez de enfocarse en el **conocimiento del producto**, para lograr la venta.

Venda hoy, eduque mañana.

ETAPA 4: RETROACCIONANDO REQUERIMIENTOS Y DESCUBRIENDO NECESIDADES

Detalles

Tiempo

Opciones

Costo

Sentir

Hábleme
más
acerca
de...

¿Cuánto
tiempo ha
sido eso un
problema?

¿Qué ha
intentado
hacer para
resolverlo?

¿Cuánto
cree
usted
que le ha
costado?

¿Cómo se
siente en
relación a
eso?

EMBUDO
VENTAS

DOLOR