

CURSO DE TÉCNICAS COMERCIALES



OTEC ELYON
BECAS CHILE



MÓDULO 4: TÉCNICAS DE CIERRE

TÉCNICAS DE CIERRE

El objetivo final de cualquier visita comercial es lograr la venta del producto o servicio que estamos ofertando. Para lograr que el cliente entre en acción, es decir compre nuestros productos o servicios, existen unas determinadas técnicas de cierre apoyadas en la utilización de la pregunta.

A continuación los diferentes tipos de cierre existentes.

4.1 Tipologías de cierre

Los diferentes tipos de cierre que existen son:

Objeción	Tipo de respuesta propuesta
De prueba	<ul style="list-style-type: none">- Nos permite comprobar si el cliente está haciendo caso a lo que le estamos comunicando.- Se utiliza para mantener la iniciativa en la entrevista y para realizar tentativas a lo largo de la misma.
Directo	<ul style="list-style-type: none">- Se utiliza cuando el cliente ya está convencido sobre los beneficios del producto/servicio y tiene deseos de adquirirlo.
Presuntivo	<ul style="list-style-type: none">- Se utiliza cuando el cliente duda sobre pequeños detalles del producto/servicio aunque está convencido sobre los beneficios del mismo.- Requiere una demostración o reafirmación.

Interpretativo	- Se utiliza para cerrar la venta de una forma directa pero transmitiendo la impresión de que el cliente quiere comprar.
Balance	- Se utiliza cuando se está frente a un cliente indeciso. El cierre consiste en enumerar las ventajas de nuestro producto/servicio y contar brevemente las desventajas del mismo.
Deseo	- Consiste en privar al cliente de la utilización del producto/servicio, desarrollando en él un sentimiento de frustración que aumenta el deseo de poseerlo.
Alternativo	- Se utiliza para ayudar a un cliente que duda en decidir sin estar convencido de las ventajas del producto/servicio. Se obliga al cliente a una respuesta positiva o negativa.
Por oferta	- Se utiliza para informar al cliente que determinados productos/servicios van a aumentar de precio en breve o que la oferta está limitada a un periodo de tiempo concreto.
Negativo	<ul style="list-style-type: none"> - Se utiliza cuando el cliente no quiere comprar. - Se realizan preguntas para conocer cuál es la verdadera objeción o ver que en realidad no hay motivo para no realizar el pedido.

4.2 Preguntas a utilizar en función de su tipología

A continuación le mostramos unas preguntas tipo en función de los tipos de cierre, para que elabore usted mismo su panel de preguntas de cierre a realizar con su cliente.

Tipo de cierre	Tipo de pregunta a utilizar
De prueba	<ul style="list-style-type: none">- Veo por su interés que el precio no es un problema, entonces ¿qué producto/servicio es el que tomamos pedido?- Al estar de acuerdo con los contenidos del presupuesto, ¿qué día le viene bien para que se lo traiga para firmar?- Como veo que ha entendido los beneficios de nuestros servicios, ¿cuándo cree que podemos comenzar?
Directo	<ul style="list-style-type: none">- Entonces, Sr. X, ¿realizamos el pedido?- Entiendo que acepta las condiciones de pago, luego ¿cuándo le servimos?- ¿Confirmamos sus datos para realizar la propuesta?
Presuntivo	<ul style="list-style-type: none">- ¿Me permite que le demuestre con unas muestras de producción lo que usted va a recibir?- ¿Quiere ver nuestra demo?- ¿Desea que le aclare algún concepto sobre los temas tratados? ¿Tomamos el pedido?
Interpretativo	<ul style="list-style-type: none">- Por las necesidades que usted me ha estado exponiendo, entiendo que nuestro producto/servicio es el que mejor se ajusta ¿necesita alguna aclaración más?- De acuerdo a su tipo de clientela, ¿verdad que nuestra gama encaja en su negocio?- ¿Qué cantidad de material publicitario necesita con el producto/servicio?

Balance	<ul style="list-style-type: none"> - Después de lo argumentado, parece que la balanza se nivela hacia nuestro producto/servicio, ¿qué opina? - Parece que hay muchas razones que aconsejan comprar nuestro producto/servicio, ¿cuál es su opinión? - Existen como puede comprobar, más ventajas que inconvenientes, ¿no es verdad?
Deseo	<ul style="list-style-type: none"> - Esta referencia está muy solicitada, ¿me deja consultar si hay en stock? - Esta es la gama más vendida, ¿me permite comprobar cuando es la fecha de servicio en la que se la puedo entregar? - Le voy a enseñar un nuevo diseño que está teniendo mucho éxito, ¿me permite consultar los precios?
Alternativo	<ul style="list-style-type: none"> - Entonces, ¿Cuándo se lo sirvo en marzo o en abril? - ¿Qué le anoto, la referencia x o la y? - ¿Seguimos con las mismas condiciones de entrega?
Por oferta	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Esperamos a la subida de precios para tomar el pedido? - Tenga en cuenta que no todos los productos van a estar en promoción, ¿realizamos ahora el pedido o esperamos? - ¿Le conviene, Sr. X, esperar a la oferta?
Negativo	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es lo que no le interesa de nuestros productos? - ¿Por qué no le interesa nuestra gama? - ¿Qué es lo que no encuentra satisfactorio de nuestra oferta?

El objetivo final de cualquier visita o entrevista comercial es la obtención de la venta, y para ello, siempre hay que aplicar las técnicas de cierre.