

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

<b>Interpretativo</b>	- Se utiliza para cerrar la venta de una forma directa pero transmitiendo la impresión de que el cliente quiere comprar.
<b>Balance</b>	- 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.
<b>Deseo</b>	- Consiste en privar al cliente de la utilización del producto/servicio, desarrollando en él un sentimiento de frustración que aumenta el deseo de poseerlo.
<b>Alternativo</b>	- 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.
<b>Por oferta</b>	- 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.
<b>Negativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se utiliza cuando el cliente no quiere comprar.</li> <li>- Se realizan preguntas para conocer cuál es la verdadera objeción o ver que en realidad no hay motivo para no realizar el pedido.</li> </ul>

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

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

**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.**