

Cómo Superar Las Objeciones De Ventas – Hoja de Referencias

Introducción

- ✓ La vacilación o la resistencia a tu discurso pueden convertirse en una verdadera objeción de ventas.
- ✓ Después de una objeción, necesitas las habilidades y la confianza para reorientar la conversación hacia la compra.
- ✓ Todos experimentan objeciones de ventas, desde los profesionales de ventas hasta las ventas 1 a 1.
- ✓ Necesitas una estrategia para manejar las objeciones y seguir adelante.

A continuación encontrarás la hoja de ruta que seguirás a lo largo del curso:



Objetivos de Aprendizaje:

Cuando completes este curso, podrás:

- ✓ Reconocer por qué tus clientes te compran y por qué las técnicas de construcción de relaciones y confianza pueden superar las objeciones.
- ✓ Identificar los cinco tipos de objeciones de ventas y cómo se relacionan con tu negocio.
- ✓ Establecer una mentalidad positiva del manejo de objeciones para que puedas modificar tus comportamientos provocados por las objeciones de ventas.
- ✓ Manejar hábilmente las objeciones de ventas mediante un proceso probado paso a paso, para que puedas abordar con rapidez y seguridad cualquier obstáculo en tiempo real.
- ✓ Integrar sin problemas respuestas a objeciones de ventas comunes en tu discurso de ventas.
- ✓ Aplicar estrategias de "Prevención de Objeciones" para evitar objeciones, reducir el estrés y acelerar el proceso de ventas.
- ✓ Reunir todo lo que has aprendido para desarrollar tu confianza en la superación de objeciones, de modo que puedas obtener más ventas.

Expectativas

Antes de comenzar el curso, tómate un minuto para pensar qué quieres obtener de él.

En el Cuaderno de Trabajo, escribe tres habilidades que esperas adquirir.

Módulo 1: La Psicología Detrás de las Objeciones de Ventas

Objetivo de Aprendizaje:

- ✓ Reconocer por qué tus clientes te compran y por qué las técnicas de construcción de relaciones y confianza pueden superar las objeciones.

- ✓ En primer lugar, debes comprender por qué las personas compran.
- ✓ Hay dos motivadores psicológicos básicos: obtener placer o evitar el dolor.
- ✓ A continuación encontrarás algunos ejemplos:
 - La gente compra entretenimiento para evitar el aburrimiento.
 - Las personas con problemas económicos buscan programas que les ayuden a ganar dinero.
 - Las personas con poco tiempo compran productos o servicios diseñados para ahorrarles tiempo.

Los Consumidores Quieren Valor

- ✓ Una decisión de compra se reduce a un cálculo basado en el valor percibido frente al precio.
- ✓ Tu desafío es demostrar que:
 - Tu producto o servicio resuelve el problema de tus clientes potenciales y les da lo que más desean.
 - Vale la pena comprarlo a su precio.

- ✓ Las personas que se encuentran del lado receptor de un argumento de ventas, naturalmente, pueden ser un poco cautelosas.

Objeciones Emocionales Contra Objeciones Racionales

- ✓ Generalmente, las objeciones se pueden calificar de dos maneras:
 - Objeciones Emocionales
 - Objeciones Racionales

Objeciones Emocionales

- ✓ Estas son reacciones viscerales a tu producto o servicio.
- ✓ Los prospectos pueden tener ideas preconcebidas sobre ti, tu empresa o tu producto/servicio.
- ✓ Es una reacción visceral basada en experiencias pasadas.
- ✓ Tu objetivo es lograr que interactúen con nuevos ojos.

Objeciones Racionales

- ✓ Son más medidas.
- ✓ Tienden a centrarse en el precio, el valor, las características y los beneficios.
- ✓ Tu objetivo es atraerlos desde una perspectiva lógica.
- ✓ Demuestra cómo tu producto o servicio puede funcionar para ellos.
- ✓ Utiliza estadísticas, hechos, cifras y testimonios para respaldar tus argumentos.

Fomentar Relaciones y Crear Confianza

- ✓ Las objeciones de ventas se reducen a dos cosas:
 - O el cliente potencial no ve suficiente valor en tu oferta O
 - No cree completamente en tus argumentos.
- ✓ La mejor manera de reducir la incertidumbre es establecer una relación sólida.
- ✓ Las siguientes son algunas estrategias:
 - Demuestra tu destreza
 - Incluye testimonios en tu discurso
 - Desarrolla habilidades de ventas consultivas

Demuestra Tu Destreza

- ✓ Es más probable que los seres humanos sigan los consejos de las personas que consideran expertas.
- ✓ Establécete como un experto.
- ✓ Asegúrate de liderar aprovechando tus credenciales.

Incluye Testimonios en Tu Discurso

- ✓ Los prospectos se sienten tranquilos cuando otros están satisfechos con tu producto o servicio.
- ✓ Los testimonios en general funcionan bien.

Desarrolla Habilidades de Ventas Consultivas

- ✓ Pon la relación primero y el producto o servicio en segundo lugar.
- ✓ Esto promueve el diálogo abierto.
- ✓ Los beneficios de la venta consultiva incluyen:

- Establecer relaciones y confianza de forma natural a medida que guías a los clientes potenciales a través del proceso de ventas.
 - Demostrar a los compradores que estás allí para ayudar.
 - Permitir que te prepares y seas receptivo, cambiando un potencial “no” a un “sí” definitivo en tiempo real.
 - Ayudar a los clientes potenciales a llegar de forma independiente a concluir que tu producto es adecuado para ellos.
 - Hacer que el proceso de ventas sea más fácil para ti: no es de alta presión, argumentativo o deshonesto.
-
- ✓ La gente no solo está comprando tu producto o servicio; se están comprometiendo contigo y con tu marca.
 - ✓ Necesitas pasar su prueba.
 - ✓ No importa quién eres: vas a encontrar objeciones.
 - ✓ Cuanto más comprendas acerca de tus clientes, mejor podrás dirigirte a ellos.

Pasos de Acción:

1. Antes de manejar las objeciones de ventas, es útil comprender primero por qué los clientes compran tu producto/servicio. Reflexiona y escribe tus respuestas a las siguientes preguntas:
 - ¿Cuáles son algunos de los problemas más urgentes que tiene tu base de clientes? (por ejemplo: falta de tiempo, recursos, entretenimiento).
 - ¿Cómo resuelve tu producto/servicio sus problemas?
 - ¿Cómo proporciona tu producto/servicio a los clientes potenciales lo que más desean? ¿Cómo les ayuda a evitar el dolor?
2. Enlista las credenciales o la experiencia relevante que te establecerá como una autoridad y te ayudará a generar confianza para tus prospectos.
3. Nombra cinco personas a las que podrías pedirles que brinden un testimonio sobre tu producto o servicio. (Si tu producto o servicio es nuevo, solicita un testimonio basado en experiencias pasadas relevantes).
4. Si has tenido experiencia previa con objeciones de ventas, menciona una objeción emocional y una objeción racional que hayas encontrado. (Si aún no has probado suerte en las ventas, ¿cuáles crees que podrían ser estas objeciones?).

Módulo 2: Los 5 Tipos de Objeciones de Ventas

Objetivo de Aprendizaje:

- ✓ Identificar los cinco tipos de objeciones de ventas y cómo se relacionan con tu negocio.

- ✓ Es importante estar preparado para ciertos tipos específicos de objeciones que inevitablemente enfrentarás.
- ✓ Estos son tipos de objeciones generales.
- ✓ Personaliza las respuestas en función de tu producto o servicio específico.
- ✓ Escucha la retroalimentación para mejorar los argumentos de venta y aumentar las ventas.
- ✓ Tipos de objeciones de venta:
 - Objeción de precio
 - Objeción de carácter
 - Objeción de calidad
 - Indiferencia del consumidor
 - Falta de urgencia

Objeciones de Precio

- ✓ El tipo de objeción más común.
- ✓ Significan cosas diferentes en diferentes etapas del proceso de ventas.

Las Objeciones de Precio Son Objeciones de Valor

- ✓ Una objeción de valor es una objeción de precio racional en lugar de una reacción instintiva.
- ✓ Tu trabajo es mostrar el valor durante todo el proceso.

Objeciones de Carácter

- ✓ Las ventas también se tratan de ti, no solo de tu producto o servicio.
- ✓ Las objeciones de carácter suelen ser respuestas emocionales.
- ✓ No has establecido una buena relación.
- ✓ Las objeciones de carácter suelen parecer inofensivas, pero revelan una falta de confianza.

Objeciones de Calidad

- ✓ Aparecen como una objeción racional en torno a la calidad de tu producto o servicio.
- ✓ Similar a una objeción de carácter, necesitas generar confianza en torno a tu experiencia.

Indiferencia del Consumidor

- ✓ Hay dos influencias en juego:
 - O el consumidor no necesita realmente tu producto o servicio, O
 - No percibe el valor
- ✓ A veces, es solo indiferencia.
- ✓ El prospecto no es el objetivo adecuado.

Falta de Urgencia

- ✓ Las objeciones por falta de urgencia se dividen en dos campos:
 - Las personas no se sienten cómodas diciendo “no”, O
 - Realmente no están seguras.
- ✓ Si están realmente inseguras, intenta apelar a sus motivaciones para comprar.
- ✓ Si se trata de un rechazo, continúa, pero deja la puerta abierta para futuros diálogos.

Pasos de Acción:

1. Para cada uno de los cinco tipos de objeciones, escribe una objeción específica que hayas encontrado (o puedas encontrar) relacionada con tu producto o servicio.
2. Escribe cinco formas en las que puedes demostrar el valor de tu producto a lo largo del proceso de ventas.
3. Haz una lluvia de ideas y anota cinco formas en las que puedes establecer una buena relación con tus prospectos a lo largo del proceso de ventas.
 - ¿Tienes una historia convincente relacionada con tu producto o servicio?
 - ¿Qué preguntas puedes hacerles a los posibles clientes para que entablen una conversación?
4. Cita tres argumentos que hagas sobre tu producto o servicio y brinda apoyo para cada una.

Módulo 3: Cómo Establecer una Mentalidad Positiva para Manejar las Objeciones

Objetivo de Aprendizaje:

- ✓ Establecer una mentalidad positiva del manejo de objeciones para que puedas modificar tus comportamientos provocados por las objeciones de ventas.
- ✓ Es natural sentirse perturbado por las objeciones de ventas.
- ✓ Los vendedores experimentan barreras e influencias psicológicas.
- ✓ La clave es aprender estrategias para superar estos obstáculos.

El Miedo al Rechazo

- ✓ La aversión a las objeciones de ventas puede tener sus raíces en el miedo al rechazo.
- ✓ Las ventas pueden hacerte especialmente vulnerable.
- ✓ Un excesivo miedo al rechazo puede volverse debilitante:
 - Puedes parecer falto de sinceridad o poco auténtico.
 - Puedes participar en comportamientos de autosabotaje.
 - Puedes retroceder ante el primer indicio de una objeción.
- ✓ Las objeciones pueden provocar frustración, desmotivación, aumento de la emoción y ansiedad.

- ✓ Recuerda que una objeción no es un rechazo.

Evita Estar a la Defensiva

- ✓ La actitud defensiva durante las ventas es esencialmente miedo exteriorizado.
- ✓ Los vendedores que han invertido en su producto o servicio pueden tener dificultades para controlar el ego.
- ✓ Si no puedes abordar las objeciones con calma, no realizarás la venta.
- ✓ Si realmente crees en lo que estás vendiendo, las objeciones de ventas específicas no te inquietarán.
- ✓ Algunos consejos para combatir la actitud defensiva o el miedo cuando se presenta una objeción de ventas:
 - Respira y haz una pausa antes de responder.
 - No te identifiques con el producto o servicio.
 - No sucumbas al pensamiento de "todo o nada"
 - Mantén una mentalidad "centrada en soluciones".
 - Recuerda lo que te encanta de tu producto o servicio.

La Salida "Fácil"

- ✓ Es natural querer una salida fácil, sería una forma de eliminar las objeciones por completo.
- ✓ Los "expertos en ventas" intentan vender atajos, trucos y secretos.
- ✓ No existe una fórmula mágica que te lleve a un "sí" sin ningún rechazo u objeción.

Tu Manera de Responder es Importante

- ✓ Utiliza tu comprensión de las influencias psicológicas para ayudar a gestionar tus respuestas a los clientes potenciales.

Sé Consciente del Lenguaje Corporal y del Tono

- ✓ Durante todo el proceso de ventas, ten en cuenta tu tono, tu expresión y tu lenguaje corporal
- ✓ Cuando encuentres una objeción de ventas:
 - Tu expresión facial nunca debe comunicar desilusión, inseguridad o frustración.
 - Mantén tu voz tranquila y tu respuesta mesurada.
 - Sé consciente de lo que tu cuerpo está comunicando.
 - Tu tono debe ser directo, seguro y positivo.
 - Mantén una mentalidad que cultive y fomente una experiencia de crecimiento mutuo.
- ✓ Recuerda que las objeciones de ventas no solo son una parte positiva, sino necesaria del proceso.

Ve las Objeciones de Ventas Como Un Regalo

- ✓ Recuerda que cada objeción de ventas es una oportunidad.
- ✓ Las objeciones de ventas racionales son obsequios de tus prospectos:
 - Son atractivas y se toman el tiempo para considerar realmente tu oferta.
 - Te están dando la oportunidad de abordar sus inquietudes y de cambiar su opinión.
 - Te están ofreciendo una visión de su forma de pensar y de lo

que los motiva.

- Te están brindando las herramientas para mejorar tus futuros argumentos de venta.
- ✓ Las preguntas que conducen a la venta muestran que el cliente es serio.

Pasos de Acción:

1. Nombra cinco emociones que hayas sentido al enfrentarte a una objeción de venta (si aún no has presentado tu producto/servicio, imagina cómo te sentirías).
2. Haz una lluvia de ideas y anota cinco ocasiones en que el miedo excesivo al rechazo o la actitud defensiva puso en peligro una venta o causó problemas en tu vida.
3. Escribe cinco formas en las que puedes combatir el miedo o la actitud defensiva inmediatamente después de una objeción de ventas. Recuerda tener en cuenta las cosas que te gustan de tu producto o servicio.
4. Escribe algunas de las cosas que puedes aprender de las objeciones de tu audiencia.

Módulo 4: Cómo Manejar las Objeciones En Tiempo Real

Objetivo de Aprendizaje:

- ✓ Manejar hábilmente las objeciones de ventas mediante un proceso probado paso a paso, para que puedas abordar con rapidez y seguridad cualquier obstáculo en tiempo real.
- ✓ En el pasado, se pensaba que para ser bueno en las ventas, era necesario utilizar tácticas escurridizas y prestidigitación.
- ✓ Las ventas se veían como una batalla de voluntades.
- ✓ Este enfoque en realidad hace poco para generar confianza.
- ✓ Necesitas cambiar el enfoque hacia el cliente.

Centrarse en el Panorama General

- ✓ Tu estrategia siempre será dirigir la atención de tu cliente potencial hacia el panorama general.
- ✓ Debes recordarle a tu cliente que estás enfocado en sus deseos y necesidades.

Cómo Replantear las Objeciones

- ✓ Replantear es un proceso crítico de 4 pasos para manejar las objeciones en tiempo real:

1. Expresar la objeción en forma de pregunta.
 2. Reafirmar y reenfocar.
 3. Reforzar y brindar más información.
 4. Llegar a un consenso y asegurar la compra.
- ✓ La mejor manera de practicar el replanteamiento es tomar un ejemplo y recorrer el proceso.

Expresar la Objeción en Forma de Pregunta

- ✓ Hacer una pregunta te permite ganar tiempo y medir el estado emocional del cliente potencial.
 - Por ejemplo: "¿Por qué crees que es demasiado cara?"
- ✓ Escucha las señales que te ayudarán a encontrar la raíz de la objeción.

Reafirmar y Reenfocar

- ✓ Asegúrate de escuchar y sentir empatía en lugar de contradecir o discutir
 - Por ejemplo: "Entonces dices que no esperabas gastar tanto hoy. Pero, ¿has calculado cuánto gastas en un año y cuánto te ahorraría esto a largo plazo?"
- ✓ Usa una pregunta cerrada (sí o no) para volver a encauzar la conversación.

Reforzar y Brindar Más Información

- ✓ Refuerza los beneficios declarados anteriormente de proporcionar mayor información.
 - Por ejemplo: *"iCon la cantidad de compras que calculamos*

que realizas en un año, la membresía se amortizará en menos de un mes!"

Llegar a un Consenso y Asegurar la Compra

- ✓ Usa una pregunta de sí o no para que el cliente vuelva al proceso
 - Por ejemplo: "*¿Crees que ahorrarás dinero a largo plazo con una membresía?*"
- ✓ Lleguen juntos a la conclusión de que la objeción ha sido manejada.

Consejos para Replantear las Objeciones

- ✓ Tu papel es el de asesor.
- ✓ Estás tratando de servir a tu prospecto, no de venderle.
- ✓ Tranquiliza a tu prospecto y vuelve a encauzarlo.
- ✓ Esto no es una negociación, estás ahí para ayudar al prospecto a aceptar tu propuesta de valor.
- ✓ El proceso de replanteamiento hace que tu cliente sea parte del proceso de ventas.
- ✓ Úsalo para aprender más sobre los deseos y necesidades de tu cliente.

Pasos de Acción:

1. Practica el replanteamiento: elige una objeción de ventas común que recibas (o una que puedas recibir en el futuro) y gestiónala a través del Proceso de Replanteamiento Paso a Paso. Recuerda concentrarte en el panorama general. Practica con un socio o colega de confianza y obtén su retroalimentación.
2. ¿Cómo te sientes después de replantear una objeción de ventas específica sobre tu producto o servicio? ¿Tienes más confianza en tu capacidad para manejar las objeciones de ventas? Escribe tus respuestas.

Módulo 5: Objeciones de Ventas Comunes y Cómo Responder

Objetivo de Aprendizaje:

- ✓ Integrar sin problemas respuestas a objeciones de ventas comunes en tu discurso de ventas.

- ✓ Debes aceptar las objeciones comunes, organizarlas a través del proceso de replanteamiento y personalizarlas según tu producto o servicio.
- ✓ Estas son algunas de las objeciones de ventas más comunes que enfrentarás:
 - "Esto es demasiado caro"
 - "Simplemente no tengo el dinero"
 - "No tengo tiempo"
 - "Realmente no lo necesito"
 - "Necesito hablar con mi pareja"
 - "Ya lo tengo"
 - "Tuve una mala experiencia en el pasado "
 - "Te llamaré más tarde"
 - "Todavía no puedo decidir"

"¡Esto Es Demasiado Caro!"

- ✓ Aquí hay algunas cosas que debes considerar al responder:

- A veces, la gente regatea los precios como respuesta predeterminada.
- Utiliza la objeción de precio como una oportunidad para mostrar tu valor.
- No olvides el poder de los testimonios.
- Muestra cómo tu producto o servicio encaja en el estilo de vida o negocio del prospecto.
- Recuérdale al cliente potencial por qué el precio no lo es todo.

"Simplemente no Tengo Dinero"

- ✓ Conoce a tu cliente potencial e identifica lo que necesita.
- ✓ Para tener una idea clara de tu situación financiera, considera personalizar tu oferta.

"No Tengo Tiempo Para Atender Otra Llamada De Ventas"

- ✓ Los prospectos a menudo difieren porque están abrumados u ocupados.
- ✓ Demuestra que respetas su tiempo.
- ✓ Considera ofrecer una versión abreviada de tu típico discurso de ventas.
- ✓ Crea un sentido de urgencia

"¡Suenan Genial! ... Pero Realmente No Lo Necesito"

- ✓ Las variaciones en esta objeción de ventas son comunes en todas las industrias.
- ✓ Ayúdales a darse cuenta de que tu producto o servicio es algo que necesitan:
 - Cuéntales acerca de los clientes que, como ellos, no sabían que necesitaban tu producto/servicio y ahora están felices de tenerlo.
 - Infórmales de los cambios o avances de la industria relacionados con tu producto o servicio.
 - Créales la sensación de no querer quedarse atrás.
 - Ilustra con ejemplos el costo de estar complacidos.

"Necesito Hablar Con Mi Esposo/Esposa/Socio Comercial"

- ✓ Es posible que te encuentres hablando con alguien que no es el principal responsable de la toma de decisiones.
- ✓ O esta objeción se puede utilizar como una técnica de evasión.
- ✓ Determina si esta es una objeción válida.
- ✓ Pregunta: *"¿Estarían ambos disponibles para escuchar más sobre este producto/servicio?"*

"Ya lo tengo"

- ✓ Esto no significa que toda esperanza esté perdida.
- ✓ Bríndales una razón para cambiar a tu producto/servicio
 - Juega al detective: si es posible, pregunta más sobre su

disposición actual.

- Haz preguntas sobre su nivel de satisfacción, lo que les gusta y lo que no les gusta.
- Luego puedes empatizar con ellos y presentar tu producto/servicio, tu propuesta de valor y en qué se diferencia.

"Tuve Una Mala Experiencia Con Algo Similar"

- ✓ Los clientes pueden guardar rencores y prejuicios contra productos específicos o incluso industrias.
- ✓ Esta es una respuesta emocional instintiva.
- ✓ Depende de ti generar confianza.
 - Hazles saber que entiendes las experiencias que han tenido.
 - Pregúntales qué salió mal para que puedas sentir empatía.
 - Demuestra cómo tu producto/servicio es diferente.

"Luego Te Llamo"

- ✓ Si el prospecto te dice esto inmediatamente, lo más probable es que se trate de un rechazo.
- ✓ Pregúntale a tu prospecto si puede darte solo dos minutos de su tiempo para compartir información.
- ✓ Si continúa diciéndote que no, respeta sus límites.

"Todavía No Puedo Decidirme"

- ✓ Incluso si tu prospecto ama tu producto o servicio, a veces necesita un poco de ayuda.
- ✓ Dale una razón para cerrar el trato.

- ✓ Puede necesitar algún incentivo adicional.
 - Por ejemplo: Una garantía extendida, un periodo de prueba, etc.
- ✓ Proporciona a tu prospecto una fuerte llamada a la acción, expresada con un sentido de urgencia.

Déjalo Ir

- ✓ La última forma de responder a una objeción es simplemente dejar ir al prospecto.
- ✓ Presionar demasiado puede generar malas críticas.
- ✓ Tampoco deseas vender una solución a alguien que no encaja bien.

Pasos de Acción:

1. En el Cuaderno de Trabajo, completa la hoja de trabajo sobre cómo vas a responder a las objeciones de ventas comunes. Practica con un compañero o colega de confianza y obtén su retroalimentación sobre cómo suena tu respuesta.
2. Anota los cambios que harás en tu propuesta para manejar las objeciones. Por ejemplo: ¿personalizarás tu oferta? ¿Acortarás tu discurso? ¿Qué incentivos ofrecerás?

Módulo 6: Prevención de Objeciones

Objetivo de Aprendizaje:

- ✓ Aplicar estrategias de "Prevención de Objeciones" para evitar objeciones, reducir el estrés y acelerar el proceso de ventas.
- ✓ Puedes evitar la mayor parte del estrés de las ventas y acelerar tu proceso de ventas manejando las objeciones antes de que surjan.

Por Qué Es Importante La Prevención De las Objeciones

- ✓ Te permite guiar la conversación sin preocuparte de que las objeciones entorpezcan el proceso de ventas.
- ✓ Los beneficios de la prevención de objeciones incluyen:
 - Generar confianza
 - Ahorrar tiempo explicando
 - Mantener el ímpetu de la conversación
 - Demostrar que comprendes las preocupaciones de tu prospecto
 - Impulsar las ventas

Cómo Anticipar Las Objeciones De Ventas

- ✓ Ponte en el lugar de tu cliente

Nuevos Negocios

- ✓ Si estás comenzando desde cero, debes comprender:
 - La demografía y la psicografía de tu mercado.
 - Tu propuesta de valor: Deja en claro los beneficios de tu producto o servicio desde el principio.

- ✓ Realiza una investigación adicional para comprender qué objeciones pueden surgir.

- ✓ Descubre de qué se quejan los clientes de tu competencia.

Empresas Establecidas

- ✓ Plantéate las siguientes preguntas:
 - ¿Cuáles son las objeciones de ventas que escucho constantemente durante mi presentación?
 - ¿Cómo resolví el problema y realicé la venta?
 - Si no cerré el trato, ¿qué aprendí de la interacción?
 - ¿Hay algo que pueda mejorar en mi discurso de ventas o puedo hacer ajustes a mi oferta?

Integra Las Objeciones a Tu Discurso De Ventas

- ✓ A algunas personas les preocupa que las objeciones de ventas que se manejen demasiado pronto en el discurso de venta puedan generar señales de alerta.

- ✓ La clave es darle un giro positivo.

- ✓ Concéntrate en el panorama general y en el resultado final:
 - No enfatices demasiado la objeción.
 - En cambio, concéntrate en la parte positiva.

- ✓ Ten preparadas historias de éxito para cuando comiences a abordar una objeción.

Maneja las Objeciones en Línea

- ✓ Es posible que los prospectos te hayan examinado previamente en línea o hayan verificado tu presencia en línea.
- ✓ A continuación, se muestran algunas formas de manejar las objeciones de ventas en línea:
 - Incorpora objeciones de ventas a tus preguntas frecuentes.
 - Incluye testimonios en tu sitio web.
 - Sé proactivo en las redes sociales.

Incorpora Objeciones de Ventas a Tus Preguntas Frecuentes

- ✓ Las preguntas frecuentes te permiten ser un poco más abierto de lo que serías normalmente durante una llamada de ventas.
- ✓ Aborda sus inquietudes por adelantado.
- ✓ Proporciona estadísticas, hechos y resultados claros para respaldar tus argumentos.

Incluye Testimonios en Tu Sitio Web

- ✓ Muestra testimonios de clientes que inicialmente tuvieron dudas.
- ✓ Detalla el proceso de toma de decisiones de un cliente feliz.

Sé Proactivo en las Redes Sociales

- ✓ No ignores los comentarios.
- ✓ Invita a los clientes a que te envíen mensajes directamente a ti o

a tu empresa para obtener más información.

Pasos de Acción:

1. ¿Cuáles son algunas de las objeciones comunes en tu industria? Revisa a tu competencia y haz una lista de las quejas comunes que enfrentan.
2. Utilizando tu lista de quejas comunes, escribe las quejas más específicas que puedas considerar con antelación. Describe tu enfoque general.

Módulo 7: Conclusión y Pasos Siguientes

Objetivo de Aprendizaje:

- ✓ Reunir todo lo que has aprendido para desarrollar tu confianza en la superación de objeciones, de modo que puedas realizar más ventas.

- ✓ La capacidad de manejar hábilmente las objeciones crea resultados positivos en las ventas y en la vida.
- ✓ Comprende la psicología de las compras, mantén una mentalidad positiva y céntrate en el panorama general.
- ✓ Reduce tu estrés de ventas y acelera el proceso preparándote con anticipación.

Qué Aprendiste

- ✓ Este es un curso que puedes consultar una y otra vez.
 - ¿Qué has aprendido sobre las objeciones de ventas?
 - ¿Qué dificultades has encontrado?
 - ¿Cómo piensas abordarlas?
 - ¿Qué pasos adicionales puedes tomar para sentirte totalmente cómodo con el proceso?

Aborda con Confianza Tus Argumentos de Ventas

- ✓ Cree en tu producto.
- ✓ Cree en tu precio.
- ✓ Cree en ti mismo como un experto.
- ✓ Las objeciones de ventas no son el final de la historia.

Pasos de Acción:

1. Revisa el curso a fondo y responde las preguntas sobre lo que has aprendido en tu Cuaderno de Trabajo.
2. Utiliza el plan de acción en el Cuaderno de Trabajo para registrar tus próximos pasos y las fechas límite.