



10 REGLAS PARA VENDER
EXITOSAMENTE
CUALQUIER SERVICIO, PRODUCTO O IDEA



1

CONOCE TU PRODUCTO A DETALLE

A la medida que conozcas tu producto, servicio o idea podrás proveer una solución más eficiente para tu cliente, y esto se debe al CONTROL sobre el ciclo de venta que te dará el saber los siguientes 3 factores:

- Características de tu producto/servicio/idea.
- Beneficios de tu producto/servicio/idea.
- Ventajas de tu producto/servicio/idea.

Una característica de tu producto es la información técnica y general del mismo.

Un beneficio es como esa característica apoya y ayuda a los objetivos del cliente.

Una ventaja es esa característica/beneficio que tu competencia no puede otorgar, solamente tu producto la tiene.

Las características, beneficios y ventajas se dividen en 4 categorías:

- Seguridad.
- Economía
- Apariencia.
- Desempeño.

Y se distribuyen en 3 etapas, la uno siendo la que tiene mayor prioridad de enfoque hacia el cliente, pero la última siendo fundamental e inevitable en la interacción:

1. Sentimiento de logro y gratificación. (Desempeño)
2. Búsqueda de pertenencia y prestigio. (Apariencia y Economía)
3. Factor de confianza. (Seguridad)

Al momento de analizar exhaustivamente tu producto podrás tener las armas necesarias para poder atender cualquier necesidad o problema que tenga el cliente y darle la solución que está buscando tu cliente potencial.

[Link a Carpeta - ISS \(Independencia, Seguridad, y Servicio\).](#)



VISUALIZA LA VENTA

2

En el momento que estás hablando por primera vez por teléfono o en persona con tu cliente potencial tienes que empezar a VISUALIZAR la venta.

Tienes que estar pensando y proyectando en tu mente la vivida IMAGEN de cuando estas entregándole al cliente el producto en cuestión cerrando la venta.

Los primeros segundos de la interacción puedes crear las siguientes imágenes mentales:

- Un apretón de manos entre tú y el cliente como señal de trato.
- El cliente firmando el contrato de adquisición de tus servicios.
- Tú entregándole al cliente su producto.
- El cliente realizando un depósito o una transferencia bancaria.

Esto con el fin de tratar a TODOS los clientes como COMPRADORES, recuerda que si los tratas como si pudieran- PODRÁN. Trátalos como si no pudieran... y bueno, el resto es historia.

La visualización te permite tratar con mayor entusiasmo a tu cliente, estarás más motivado y serás más servicial. Esto se reduce a 3 simples claves con las cuales debes tratar a todo contacto:

1. Empatía.
2. Acuerdos.
3. Comunicación clara.

Aquí los 3 son igualmente de importantes, si uno no es correctamente atendido los otros 2 se verán afectados; así mismo si mejoras en un punto, los otros 2 se verán beneficiados. Están correlacionados, e impactarán a gran escala tu ciclo de venta.



3

EL QUE SONRIE PRIMERO: GANA

En esta primera interacción, ya sea vía telefónica o en la interacción cara a cara el primero que sonría GANA.

Es un juego de CONTROL en el ciclo de venta, una persona es más receptiva con un individuo con expresiones positivas que con uno con expresiones negativas.

Ten en cuenta que una sonrisa vale más que mil palabras, y si es una genuina el cliente percibirá ello- con la finalidad de inspirar CONFIANZA en lo siguiente:

- Tu Persona.
- Tu Producto.
- Tu Empresa.

Cumple esta regla, y verás cómo tus interacciones son más fluidas, naturales y positivas.

¿Qué no hacer?

1. Masticar chicle.
2. Tener mal aliento.
3. No decir tu nombre al inicio de la interacción.
4. No recibir el nombre del cliente al preguntárselo.
5. No sonreír genuinamente.

Recuerda que los PEQUEÑOS detalles son los que hacen las GRANDES diferencias.

[Link a carpeta - Sacando la primera cita](#)



4

VENDE VALOR Y NO PRECIO

Con apoyo de las características, beneficios y ventajas de tu producto, y con base a las necesidades o problemáticas que presente tu cliente potencial, tu próximo objetivo es:

¡Generar valor percibido en tu solución!

Las personas compran un producto o servicio cuando perciben que están GANANDO, ósea que están RECIBIENDO más en comparación a lo que están DANDO. En este escenario: DINERO.

Entonces, tienes que estar constantemente generando y aportando valor al producto que estas ofreciendo con la finalidad que el cliente se DE CUENTA que va a RECIBIR más valor en la solución comprada en comparación al valor actual que representa la cantidad monetaria a otorgar en INTERCAMBIO.

No vendas con:

- Descuentos
- Promociones de Rebaja.
- Remates.

Esto afecta la percepción psicológica de tu cliente hacia tu producto, relacionando lo barato con un producto defectuoso o de baja calidad.

En lugar, vende con:

- Valor.
- Extras en tu servicio.
- Servicio y Unicidad.

Es por ello que nunca debes mencionar el precio de tu producto al PRINCIPIO, hasta que hayas generado una conexión emocional y de valor entre cliente-producto.

¿Qué es más caro que NADA?

TODO.

Construye valor, y evita objeciones de precio con esta regla fundamental en ventas.

[Link a carpeta - Crea el producto ideal de tu cliente](#)



5

CONOCE LOS OBJETIVOS DE TU CLIENTE

Todos COMPRAN un producto o servicio cuando presentan uno de estos dos factores:

- Necesidad
- Problema

Tu trabajo como vendedor es IDENTIFICAR cual y el ¿por qué del mismo?

Puede que tu cliente requiera, por ejemplo, un automóvil, porque requiere movilidad entonces es una necesidad a satisfacer. La clave reside en EMPATAR el automóvil que vendes con el NECESITA.

Debes ser muy sutil y calculador para detectar el OBJETIVO principal del cliente- ósea ¿qué desea LOGRAR al comprar un automóvil?

Requiere un automóvil para moverse pero eso no es suficiente para vender... porque no conoces su

MOTIVO DOMINANTE de COMPRA. Podría ser que desea este nuevo automóvil (o seminuevo) porque él y su esposa están por tener un bebé, y requieren espacio; pero tienen un tema de presupuesto, entonces debes ofrecer un financiamiento, pero ¿qué tipo de financiamiento? ¿cambian de automóvil cada 2 años, o cada 6 años?

Tu trabajo como vendedor en esta pequeña parte de la venta es ser un INVESTIGADOR, y un ASESOR de confianza.

Encuentra que mueve tu cliente, y que esto sea tu guía en el ciclo de venta.

[Link a carpeta - Calculo de fondos de retiro y fondos educativos](#)



6

CONOCE A TU COMPRADOR

¿Cómo le gusta que le expliques a tu cliente tu producto? ¿Cómo le gusta que lo traten? ¿Cómo le gusta que le hablan? ¿Cómo le gusta que lo atiendan? ¿Con cuánto tiempo dispone?

Existen 4 tipos de clientes:

- El Directo
- El Calculador
- El Altruista
- El Ególatra

Para cada uno de ellos hay UNA forma de vender ESPECÍFICA. Aunque es un tema muy extenso, en el identificar y en el cómo venderles; lo que te tienes que llevar para empezar a vender más y mejor sería lo siguiente:

- Al directo no le gusta perder el tiempo, y tienes que ir directo al grano.
- Al calculador le tienes que decir cómo funciona tu producto paso a paso.
- Al altruista le tienes que decir a quién beneficia la toma de decisión.
- Al ególatra le tienes que dar cumplidos constantemente.

Conoce a tu comprador, y obtén la atención y el respeto de tu cliente.

[Link a carpeta - Identificar el perfil de tu cliente como inversionista](#)



7

HAZ MÁS PREGUNTAS QUE TU CLIENTE

El que realiza más preguntas es el que controla la COMUNICACIÓN. Si llegarás a encontrarte con un cliente que te realiza más preguntas que las preguntas que tu le haces- significa: TIEMPO PERDIDO y FALTA de CONTROL.

Esto se le atribuye a 2 factores:

- No estas siendo de valor ni de servicio.
- Es tiempo que deberías estar destinando para conocerlo.

Cuando alguien pregunta, se encuentra apuntando hacia múltiples respuestas pero sabe hacia DONDE va la conversación- tu debiste tiempo antes haber proveído toda información inicial pertinente para evitar dudas al principio de la interacción. Tu trabajo como profesional en ventas debe ser:

- Aprovechar el valioso tiempo que está invirtiendo el cliente.
- Ser de valor y servicio al proveer información.
- Preguntar para detectar motivantes de compra.

SIEMPRE pregunta más, y maximiza el aprovechamiento de tiempo invertido por parte del cliente.

[Link a carpeta - Realizar FACTFIND](#)



SÉ UN PROFESIONAL

8

Ser un profesional, implica NO ser un aficionado. Al profesional le pagan por jugar, y el aficionado paga por ver.

Tú no quieres PAGAR por ver, TÚ quieres que te paguen por JUGAR.

Aquí una lista de 10 puntos a seguir para SER un PROFESIONAL:

- Sé impecable con tu vestimenta.
- Siempre utiliza reloj.
- Siempre utiliza cinturón.
- Siempre ten tus zapatos boleados.
- Habla con seguridad.
- No seas permisivo ni cuestionable.

- Sé considerado un experto en tu rubro.
- Compórtate como una autoridad.
- Conoce hasta al más mínimo detalle de tu producto.
- Siempre ten respuestas lógicas a cualquier objeción o duda.

Ser un Vendedor, es igual de profesional que ser un Doctor, empieza a darle a esta profesión el respeto que merece. Nosotros movemos la economía, sin nosotros no hay salarios ni utilidades- recuerda eso cuando alguien te pregunte ¿a qué te dedicas? Y quieras contestar: Soy solo un vendedor...

Si quiere ser asesor KNG le entregaremos su correo personal de KNG y tarjetas de presentación de KNG. Solo debe enviarnos la siguiente información:
-Nombres y apellidos.
-Numero de celular (incluir el código de su país).
-Usuario de Facebook (opcional).
-Usuario de LinkedIn (opcional).
 Toda esta información debe enviarla al email info@kngadvisors.co.uk



9

UTILIZA LENGUAJE POSITIVO

NADIE quiere hacer negocios con un vendedor NEGATIVO. Empieza a reemplazar el "NO" por un "Con gusto haré todo lo posible por obtenerlo/ buscarlo/conseguírtelo" en el momento en el cual a SIMPLE vista aparentes no tener el inventario o la solución que el cliente está buscando.

Al final del día el cliente va a comprar, que mejor que seas TÚ.

"Estoy contigo"

"Estoy de tu lado"

"Voy a pelear por ti"

Son unas cuantas frases, de las MUCHAS que puedes utilizar en lugar de negativas o respuestas opuestas al fin de tu cliente.

También incluye un lenguaje corporal positivo, y lenguaje verbal- palabras como:

- Fantástico.
- Excelente.
- Considéralo hecho.
- Cuenta con ello.
- Estoy a tus órdenes.
- Por supuesto.

Proyecta lo que vendes, resultados POSITIVOS.



10

ENTRENA PROACTIVAMENTE

Sin práctica, entrenamiento y repetición **NO ES POSIBLE** obtener resultados **EXTRAORDINARIOS**.

Es por eso que son **EXTRAordinarios**, porque requieren un **EXTRA** de tu parte para estar fuera y por encima de lo ordinario.

Prepararte proactivamente hace referencia a prepararte para **CUANDO** algo suceda- de tal manera que **SEPAS** que hacer, de una manera cómoda, eficiente y práctica.

Imagina que vas manejando y hay un bache del tamaño de un carril- ¿Qué haces? Harías lo que muchos: lo que se les ocurra. Sin saber que va a pasar, y sin poder predecir el resultado de la acción.

Ahora imagina, que **YA SABES** que hay un bache gigantesco en tu carril 10 km antes de llegar a él- ¿Qué harías? Bueno, cómoda y tranquilamente te cambiarías de carril, pudiendo seguir el camino hacia tu destino sin ninguna complicación.

Eso es lo que hacemos en **KNG**, te preparamos proactivamente ante cualquier situación comercial para que siempre tengas una respuesta lógica, inteligente y funcional con la finalidad de vender lo vendible, cerrar lo cerrable y capitalizar cualquier oportunidad posible. Te decimos que decir, cuando y cómo para poder llevar a un prospecto paso a paso de contacto a cierre.

No dudes en contactarnos y recibir un diagnóstico completamente gratuito para prepararte un plan a la medida e INCREMENTAR tus VENTAS.



www.kngadvisors.co.uk