

PROSPECCIÓN





¿Cuánto tiempo dedicas a buscar clientes nuevos?,
¿cómo lo haces?, ¿dónde buscas?, ¿a quién buscas?.
Estas son algunas de las preguntas que debemos
responder para realizar una adecuada prospección.



El Objetivo es ahorrar tiempo y esfuerzo para lograr ser más productivo.

La prospección es una parte necesaria del proceso de la venta. Al mismo tiempo, es una actividad a la que muchas veces no damos la debida importancia.

Antes de ocuparnos de la venta debemos preocuparnos por conseguir a los mejores clientes potenciales

La prospección requiere acción física y mental.

Desde el punto de vista físico, tenemos que movernos y desplazarnos para localizar al cliente ideal

Además, supone un esfuerzo mental porque es algo sobre lo que es necesario pensar continuamente.





El proceso de ventas comienza con la prospección, como un proceso permanente.

Para disponer de una lista actualizada de clientes.

La labor de prospección consiste en la identificación y localización sistemática de clientes potenciales, ya sean actuales o futuros.

CONCEJOS PARA LA PROSPECCIÓN

- Defina qué prospecto puede necesitar lo que usted ofrece;
- Haga una lista de prospectos que se ajusten a esa definición;
- Divida su lista según tamaño y potencial:

Categoría A = grandes,
Categoría B = medianos,
Categoría C = pequeños.

- Establezca objetivos diarios de nuevos contactos.
- Primero trabaje en la Categoría A. Siempre son mejores los elefantes que las hormigas.



- Minimice las distracciones y maximice el tiempo para hacer contacto.
- Use el teléfono el máximo posible en el proceso de venta.
- Cuando llame tenga delante suyo escritas algunas buenas frases que establezcan valor para el prospecto.
- Trabaje con sus colegas sobre las objeciones telefónicas más comunes.
- Desarrolle respuestas efectivas contra las objeciones.



- Grabe sus llamadas y revíselas (al menos su parte de la conversación).
 - Deje siempre mensajes valiosos en el contestador.
 - Haga constantemente llamadas de prospección.
 - La buena prospección requiere habilidades, persistencia y apoyo.
- Si se hace consistentemente, la buena prospección puede ser el camino para un aumento significativo de las ventas.

TENGA EN CUENTA ESTOS ASPECTOS , CON RELACIÓN A SUS PROSPECTOS, QUE TENGAN:

- ▶ Necesidad del producto o servicio.
- ▶ Autoridad para comprarlo.
- ▶ Capacidad de pago.



TAMBIÉN ES IMPORTANTE:

- Identificar el mercado objetivo.
- Establecer criterios de calificación de los clientes potenciales.
- Investigar el mercado para mejorar el conocimiento de clientes actuales y futuros.

PREPARACIÓN DEL PLAN DE PROSPECCIÓN.



Cada forma de prospección es adecuada en función de lo que se vende y del número de contactos potenciales que existen en un determinado territorio.

- Fíjese objetivos de prospección (cuotas).
- Prepare una lista de clientes potenciales.
- Evalúe los clientes potenciales.
- Organícelos por zonas geográficas y establezca un recorrido.
- Evaluación, seguimiento y rectificación.

TRES SITUACIONES CON LOS PROSPECTOS



```
graph LR; A((TRES SITUACIONES CON LOS PROSPECTOS)) --> B((1.- Las personas que no necesitan realmente nuestros productos y servicios.)); A --> C((2.- Personas que los necesitan pero que, en este momento no pueden comprarnos.)); A --> D((3.- Personas que necesitan nuestros productos y disponen de los medios económicos y circunstancias adecuadas para adquirirlos));
```

1.- Las personas que no necesitan realmente nuestros productos y servicios.

2.- Personas que los necesitan pero que, en este momento no pueden comprarnos.

3.- Personas que necesitan nuestros productos y disponen de los medios económicos y circunstancias adecuadas para adquirirlos

EL PRIMER CONTACTO CON EL CLIENTE

ANÁLISIS DE NECESIDADES

El principal objetivo que se persigue es obtener información, averiguar sobre sus necesidades.

En esta etapa hay que vender la entrevista, **NO EL PRODUCTO**

Tienes que “Venderte como un Profesional de las Ventas”.



FORMAS PARA PONERNOS EN CONTACTO POR PRIMERA VEZ

LA VISITA PERSONAL

Ponerse cara a cara con el Cliente ,
sin ningún contacto previo.
Entrevista en frio.

PRESENTACION MEDIANTE REFERENCIAS

una de las formas más efectivas para
conseguir un buen inicio en las relaciones
con el Cliente potencial.

TELEFONO, CORREO, REDES SOCIALES

LA TOMA DE CONTACTO: TENER EN CUENTA

Demostrar seguridad.

No dudar al hablar.

Acercarse con aplomo.

Expresarse en forma agradable.

FASES

1. El saludo.

2. Identificación de la persona válida.

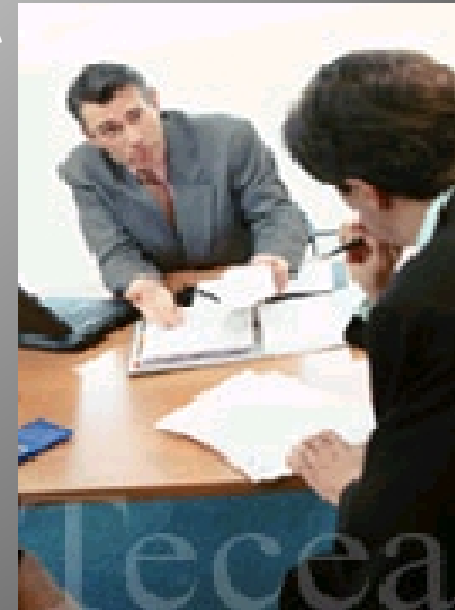
3. Presentación propia.

4. Presentación de la Empresa propia.

5. Exteriorización de alegría.

6. Frase de introducción.

Aquí debemos crear el interés del Cliente justificando nuestra visita.





Preparación personal para el contacto telefónico

- Cálmesese y relájese antes de telefonear.
- Respirar bien, inspirar y expirar antes de llamar.
- Sonría, la sonrisa se transmite
- Siéntese confortablemente.
- Entusiasmo y convicción

- **CONSEJOS.**



- 1) Sea Breve, 3 minutos máximo.
- 2) Prepare una guía para su conversación.
- 3) Tenga a la mano información del cliente potencial.
- 4) Tenga su agenda de citas delante.
- 5) Tenga alternativas de citas.
- 6) Tenga un bloc de notas y un lápiz
- 7) Anote información relevante .
- 8) Que no lo molesten.