

El discurso del ascensor





El discurso del ascensor - actual

Los primeros 5 minutos marcarán el éxito o fracaso de una venta



DONDE ESTAMOS

En numerosas ocasiones nos enfrentamos a la indiferencia de nuestros clientes y ellos alegan objeciones no verdaderas y no muestran interés.



DONDE QUEREMOS LLEGAR

Elaborar un discurso altamente efectivo para llamar la atención, despertar el interés e incentivar la compra.



Paso 1: Despegamos

Introducción a los conceptos claves: QUIEN, QUE, COMO Y CUANDO

EL CLIENTE

Quien es nuestro cliente, que edad tiene, donde trabaja... debemos ser capaces de visualizar a la persona que nos vamos a solucionar el problema que tiene.

Como vamos a demostrarle en una entrevista de venta que nuestra solución mejora las alternativas existente en relación al problema a solucionar, quien es nuestra competencia, que necesitamos saber de ella precios, fortalezas y debilidades.

PROBLEMA

Que problema tiene , que le preocupa , porque estaría dispuesto a pagar por nuestro producto o servicio .

Cuando debemos tratar de cerrar una venta, cuando el cliente nos transmita objeciones reales, cuáles pueden ser y como debemos solventarlas.

SOLUCIÓN

OBJECIONES



Paso 2: Volamos

Una idea un pos-it. Una vez finalizado debatimos e identificamos lagunas, puntos de mejora, que argumentos deberían estar...



CLIENTE

Quien es nuestro cliente; Sexo, Edad, Estado civil, Localidad, Ocupación...



PROBLEMA

Que problema o problemas le pueden preocupar más relacionado con el producto o servicio.



SOLUCIÓN

Como vamos a demostrar que nuestra solución es la que les aporta mas valor.



OBJECIONES

Dudas que nos puedan plantear y como las podemos rebatir.



Paso 3: Aterrizamos

En grupos elaboramos el discurso del ascensor, una vez escuchado las aportaciones valoramos las partes del discurso que más y menos nos han gustado hasta conformar el discurso o discursos ideales.

	Problema	Solución	Objeción
Grupo 1			
Grupo 2			
Grupo 3			
Grupo 4			
Grupo 5			
Grupo 6			



El discurso del ascensor - ideal



PUESTA EN COMÚN

Con toda la información elaborada, consensuamos el discurso o discursos que para la próxima vez deberíamos plantearnos una vez que nos presentemos a los clientes.

PREGUNTA CLAVE

¿Qué ocurriría si el cliente no nos confirma que el problema no lo percibe como tal?

