Más eficiencia en el trabajo.

Se puede mejorar en diversos aspectos, adoptándose procedimientos simples.

Para obtener resultados mejores no hace falta adoptar soluciones complejas. Pequeños cambios, medidas fáciles de implantar y atención a detalles pueden generar ganancias significativas. Un ejemplo está en la prospección, o sea, en las formas de encontrar nuevos clientes. Ese es un trabajo fundamental para aumentar las ventas, identificando más gente dispuesta a comprar los productos y servicios que Ud. ofrece. Sin embargo, antes de salir a buscar clientes, es necesario organizar el proceso: la planificación es fundamental. La consultoría Endeavor, especializada en el apoyo a emprendedores, relacionó diez medidas básicas que ayudan a quienes desean obtener más éxito en las ventas.

 Vea a continuación:

1. Ofrezca su producto a quienes lo necesitan.

Entienda el mercado y el público (empresas y profesionales) que Ud. pretende prospectar. Verifique si lo que ofrece atiende a los intereses de ese público. Buscar quienes no necesitan de sus productos y servicios es pérdida de tiempo y dinero.

1. No confunda las tareas.

Prospectar no es vender: si Ud. visita a una empresa con el objetivo de conocerla, no intente transformar ese encuentro en una reunión de ventas. El cliente no está esperando por eso y probablemente no estará preparado para negociar en aquel momento. El objetivo de la prospección es construir una primera parte de su relación comercial con su futuro cliente.

1. Pida indicaciones a los clientes.

Clientes actuales conducen a futuros clientes. Las indicaciones pueden ocurrir de forma espontánea, pero Ud. puede tener una estrategia, ofreciendo descuentos, bonificaciones, regalos y otras ventajas para que sus clientes trabajen a su favor.

1. Tenga más atención a su base de clientes .

La posibilidad de ventas puede estar más cerca de lo que Ud. imagina. Haga la prospección de clientes en su propia cartera, verificando cuanto tiempo hace que no compran.

Retome contactos, programe nuevas visitas, entienda los motivos por los cuales algunos clientes están alejados. Atender a los clientes que Ud. ya posee es tan importante cuanto conquistar nuevos clientes, y en general sale más barato.

1. Tenga presencia online.

 Hoy día, es esencial estar en el mundo digital: tener un sitio web, una página en Facebook, una buena relación de contactos de Whatsapp. Ud. puede preparar informaciones exclusivas para enviarles a sus contactos, estimulándolos a comprar.

1. Conozca a su cliente potencial.

 Con información, se consiguen mejores resultados. Busque ente der a su potencial cliente: cuáles son sus necesidades, cómo se comporta, cuáles beneficios le agradan. Todo eso es importante en los contactos con él.

1. Visite ferias.

Eventos de su sector son óptimos para tener contacto con profesionales y para entender cómo está se comportando el mercado. Un consejo es participar de charlas y cursos, pues allí estarán personas dispuestas a aprender y que se interesan por cosas nuevas. La prospección de clientes en eses ambientes abre puertas prometedoras.

1. Ajuste el enfoque.

Planificación e información son esenciales para la prospección eficiente y para el éxito del negocio. Prepare contenidos relevantes en los materiales de divulgación. Sepa con quienes Ud. está conversando por teléfono y si esas personas tienen autonomía para tomar decisiones. En el momento de prospectar, certifíquese de que el cliente tiene el perfil adecuado para lo que Ud. ofrecerá.

1. Prepárese para los contactos.

Evite improvisaciones al conversar con el cliente. Prepare un listado de temas que desea abordar. Preséntese, diga el nombre de la empresa e informe los productos/ servicios que vende. Acuérdese que oír también es parte de la prospección. Deje su contacto hablar, exponer las dudas. Transforme la prospección en un diálogo.

10. Defina los próximos pasos.

 Al final del primero encuentro con un potencial cliente, defina con él, de manera clara, cuál será el próximo paso: una nueva conversación, una propuesta formal, una reunión con otras personas, etc. Siga lo que se acordó, aunque el negocio demore a ser cerrado.

Es ese contacto frecuente que genera confianza y seguridad. Junto con la prospección, hace falta dedicar tiempo y energía para mejorar otros aspectos. Una buena manera de empezar es usar las mejores técnicas de atención al cliente. El cuadro abajo muestra algunas de ellas, que son muy fáciles de adoptar y exigen inversiones. ¡Inclúyalas en su cotidiano!

Atender bien trae ganancia.

Una atención de calidad al cliente ayuda a mantener su satisfacción y fidelidad, lo que se refleja en resultados mejores. Vea abajo consejos del Sebrae (Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas) sobre ese tema:

Sea consciente y cortés: atienda bien a cualquier persona. No

forme impresiones anticipadas y distorsionadas de los clientes.

Se debe usar el tratamiento “Ud.” incluso para jóvenes, salvo si el

cliente le autorice a llamarlo por “tú”.

Dedique máxima atención al cliente: haga con que él se sienta

bienvenido y trátelo como alguien importante para la empresa.

Atienda inmediatamente: nunca deje una persona esperando. Si

Ud. está ocupado, demuestre interés e informe que luego la atenderá.

Actúe con rapidez: en general, el cliente desea satisfacer su necesidad

lo más rápido posible. Pero tenga cuidado para no trasmitir la

impresión de que Ud. desea librarse de él rápidamente.

Muestre voluntad de ayudar: empiece el contacto diciendo algo

como “¿cómo le ayudo?”, pero deje que el cliente se sienta cómodo.

Sea claro: hable de manera simple, para que el cliente le entienda.

Es importante tener paciencia cuando es necesario explicar algo.

No se enoje: si el cliente es autoritario y se cree el dueño de la

verdad, intente atenderlo de la mejor manera y evitar cualquier situación

de conflicto. Si Ud. percibe que no consigue lidiar con ese

cliente, busque ayuda de otro profesional de su equipo.

Diga la verdad: es preferible decir que no sabe o admitir un error

que trasmitir al cliente la impresión de que Ud. está mintiendo u

omitiendo problemas.

Oiga las quejas: quédese atento a cualquier queja o sugerencia y

busque formas de solucionarla o dar una respuesta.

 Fuente:Club de la refrigeración.