



TTI
SUCCESS
INSIGHTS®

Índice de Habilidades para Ventas

Sam Sample

Pasos al Exito

18/9/2018

TTI Success Insights

17785 N. Pacesetter Way

Scottsdale, AZ 85255

global@ttisuccessinsights.com



INTRODUCCIÓN

El Índice de Habilidades para Ventas es un análisis objetivo de la comprensión del individuo acerca de las estrategias requeridas para vender exitosamente en cualquier ambiente laboral. Esencialmente responde a la pregunta "¿Esta persona puede vender?". Como cualquier profesión, las ventas requieren de un conjunto de conocimientos para una ejecución exitosa. Son justo estos conocimientos los que mide esta herramienta.

Aunque esta herramienta ayuda a conocer si una persona domina o no determinadas habilidades para llevar a cabo un proceso de ventas, no es lo único que se debe considerar para determinar un desempeño óptimo en ventas. El comportamiento, las competencias, los valores e intereses personales son otras áreas que también deben ser tomadas en cuenta.

El entendimiento de la estrategia de ventas efectiva puede ayudar a llevarlo al éxito, siempre y cuando usted la pueda implementar y ponga en práctica sus conocimientos. El solo hecho de saber qué estrategia efectiva utilizar no es suficiente, lo importante es que la lleve a la práctica.

Este reporte le dará una retroalimentación sobre sus fortalezas y sus áreas de oportunidad. A partir de él se puede desarrollar un plan para superar sus debilidades. El conocimiento de las fortalezas y debilidades de sí mismo, aunado al deseo de ser lo mejor que puede ser, le permitirá orientar su crecimiento profesional en ventas.



ÍNDICE DE HABILIDADES DE VENTAS

ANÁLISIS POR CATEGORÍA

PROSPECCIÓN: Es el primer paso de cualquier proceso de ventas. Es la etapa en donde se identifican las perspectivas, se obtiene información básica, se coordina la actividad física de la prospección tradicional y se desarrolla una estrategia general para vender de persona a persona.

De acuerdo a sus respuestas: (8/13) 62% de veces usted eligió la estrategia más efectiva

De acuerdo a sus respuestas: (3/13) 23% de veces usted eligió la segunda estrategia más efectiva como su primera opción

PRIMERA IMPRESIÓN / SALUDO: Es la primera interacción cara a cara entre el prospecto y el vendedor. Este paso permite que el vendedor muestre un sincero interés por el prospecto... con el fin de ganar una aceptación positiva y desarrollar un sentido de respeto mutuo y una buena relación. Es la etapa en la que se desarrolla una confianza mutua y se establece cara a cara el proceso de venta en cuestión.

De acuerdo a sus respuestas: (4/9) 44% de veces usted eligió la estrategia más efectiva

De acuerdo a sus respuestas: (3/9) 33% de veces usted eligió la segunda estrategia más efectiva como su primera opción

EVALUACIÓN/CALIFICACIÓN DEL PROSPECTO: Se refiere a la etapa de análisis detallado de las necesidades sobre la venta personal. Este paso del proceso de venta permite al vendedor descubrir qué es lo que el prospecto va a comprar, cuándo va a comprar y bajo qué condiciones va a comprar. Permite que el prospecto identifique y comunique su nivel de interés y sus necesidades concretas y específicas en el producto o servicio que el vendedor está ofreciendo.

De acuerdo a sus respuestas: (2/7) 29% de veces usted eligió la estrategia más efectiva

De acuerdo a sus respuestas: (2/7) 29% de veces usted eligió la segunda estrategia más efectiva como su primera opción



ÍNDICE DE HABILIDADES DE VENTAS

ANÁLISIS POR CATEGORÍA

DEMOSTRACIÓN: Es la habilidad del vendedor para presentar su producto de tal manera que responda a las necesidades expresadas o a las intenciones del prospecto.

- De acuerdo a sus respuestas: (2/9)** 22% de veces usted eligió la estrategia más efectiva
- De acuerdo a sus respuestas: (2/9)** 22% de veces usted eligió la segunda estrategia más efectiva como su primera opción

INFLUENCIA: Esta es la etapa que permite generar y fortalecer la confianza que el prospecto tiene en el vendedor y en su producto o servicio. Recuerde que cuando la gente tiene una creencia muy arraigada, generalmente actúa en consecuencia. Este paso permite que el vendedor construya valor en su producto o servicio y supere a su competencia.

- De acuerdo a sus respuestas: (4/6)** 67% de veces usted eligió la estrategia más efectiva
- De acuerdo a sus respuestas: (1/6)** 17% de veces usted eligió la segunda estrategia más efectiva como su primera opción

CIERRE: Es la fase final de cualquier proceso de ventas. Es el paso donde se le sugiere al prospecto comprar, el momento de responder las dudas, de manejar cualquier negociación necesaria y de completar la transacción con el fin de llegar a un resultado de satisfacción mutua.

- De acuerdo a sus respuestas: (5/10)** 50% de veces usted eligió la estrategia más efectiva
- De acuerdo a sus respuestas: (2/10)** 20% de veces usted eligió la segunda estrategia más efectiva como su primera opción

GENERAL: Este punto representa una comprensión global del proceso de venta. El conocimiento de este proceso puede llevarnos a una actitud positiva hacia las ventas y hacia el compromiso en los pasos de ventas anteriormente mencionados.

- De acuerdo a sus respuestas: (3/13)** 23% de veces usted eligió la estrategia más efectiva
- De acuerdo a sus respuestas: (5/13)** 39% de veces usted eligió la segunda estrategia más efectiva como su primera opción



Índice de Habilidades de Ventas

Análisis de las situaciones de venta planteadas

Análisis de preguntas

- 28 veces que se elige la estrategia MÁS efectiva
- 18 veces que se elige la SEGUNDA estrategia más efectiva como la #1
- 12 veces que se elige la TERCERA estrategia más efectiva como la #1
- 9 veces que se elige la ÚLTIMA estrategia más efectiva como la #1

ANÁLISIS DE LA ÚLTIMA ESTRATEGIA MÁS EFECTIVA

Por favor revise las siguientes preguntas. En estas situaciones usted seleccionó la última estrategia como la estrategia más efectiva. Para cada caso planteado, se muestra la estrategia más efectiva para su revisión.

4. Durante la presentación, el cliente potencial hace una observación sobre su producto o servicio que no es correcto ni exacto. Usted debería:
 - C. Manifestar que el planteamiento del cliente o su percepción es incorrecta y comúnmente genera ese tipo de malentendidos. Procede después a aclararlos.
5. Al inicio de la presentación, su cliente potencial le pregunta directamente: "¿Cuánto cuesta tu producto?" Usted debería:
 - D. Decirle al cliente potencial que discutirán el precio una vez que usted haya expuesto todos los beneficios que él recibirá
6. Durante su presentación, usted se da cuenta de que su cliente potencial se encuentra utilizando el producto de la competencia y usted sabe que la competencia no puede cumplir con los estándares de los productos que usted le está ofreciendo. Usted debería:
 - B. Preguntarle qué le cambiaría al producto que está usando
8. Usted se acerca a su cliente potencial y se da cuenta de que la persona con la que está tratando no se encuentra en un puesto que le permita tomar una decisión. Usted debería:
 - A. Continuar con el proceso de venta hasta desarrollar en esa persona a alguien de confianza con quien pueda contar dentro de la compañía



Índice de Habilidades de Ventas

Análisis de las situaciones de venta planteadas

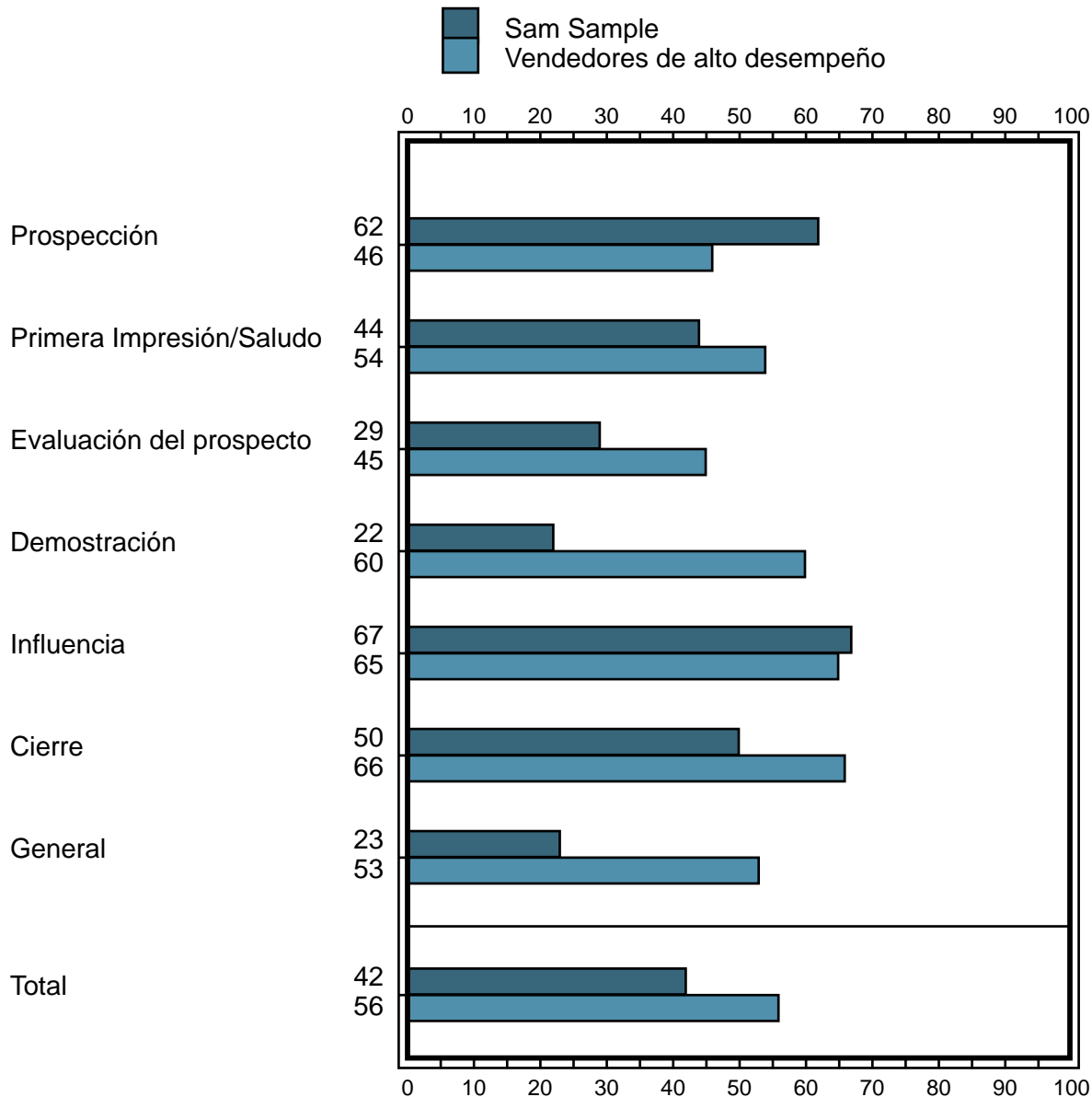
12. Después de haber estado con un cliente potencial por 45 minutos, y él dice, "Ya estamos listos, tengo que irme." Usted debería:
- D. Preguntarle a su cliente potencial qué más información necesita además de la que ya le ha proporcionado
28. El tiempo del que dispone se agota, ha intentado cerrar la venta pero el posible cliente dice, "Déjame pensarlo." Usted debería:
- A. Preguntar qué es lo que quiere pensar
37. Mantener registros exactos de ventas:
- B. Ofrece una base de ventas a la que dar seguimiento y hacer ventas continuas
40. La primera impresión es importante para el proceso de ventas porque:
- A. La confianza debe anticiparse a la toma de decisión
55. ¿Cuál es el orden adecuado para catalogar los motivos de compra que puede tener un cliente?
- C. Lo que el cliente quiere



ÍNDICE DE HABILIDADES PARA VENTAS

EVALUACIÓN DE EFECTIVIDAD PRIMARIA

El siguiente gráfico ilustra SU comprensión de la estrategia de venta más eficaz dentro de una serie de situaciones de ventas. La investigación confirma que la comprensión y la aplicación de una efectiva estrategia está directamente relacionada con el éxito en ventas. Cuanto más alto sea el puntaje en cualquier área en particular más fuerte será su comprensión específica de lo que se requiere para tener éxito en el proceso de venta.

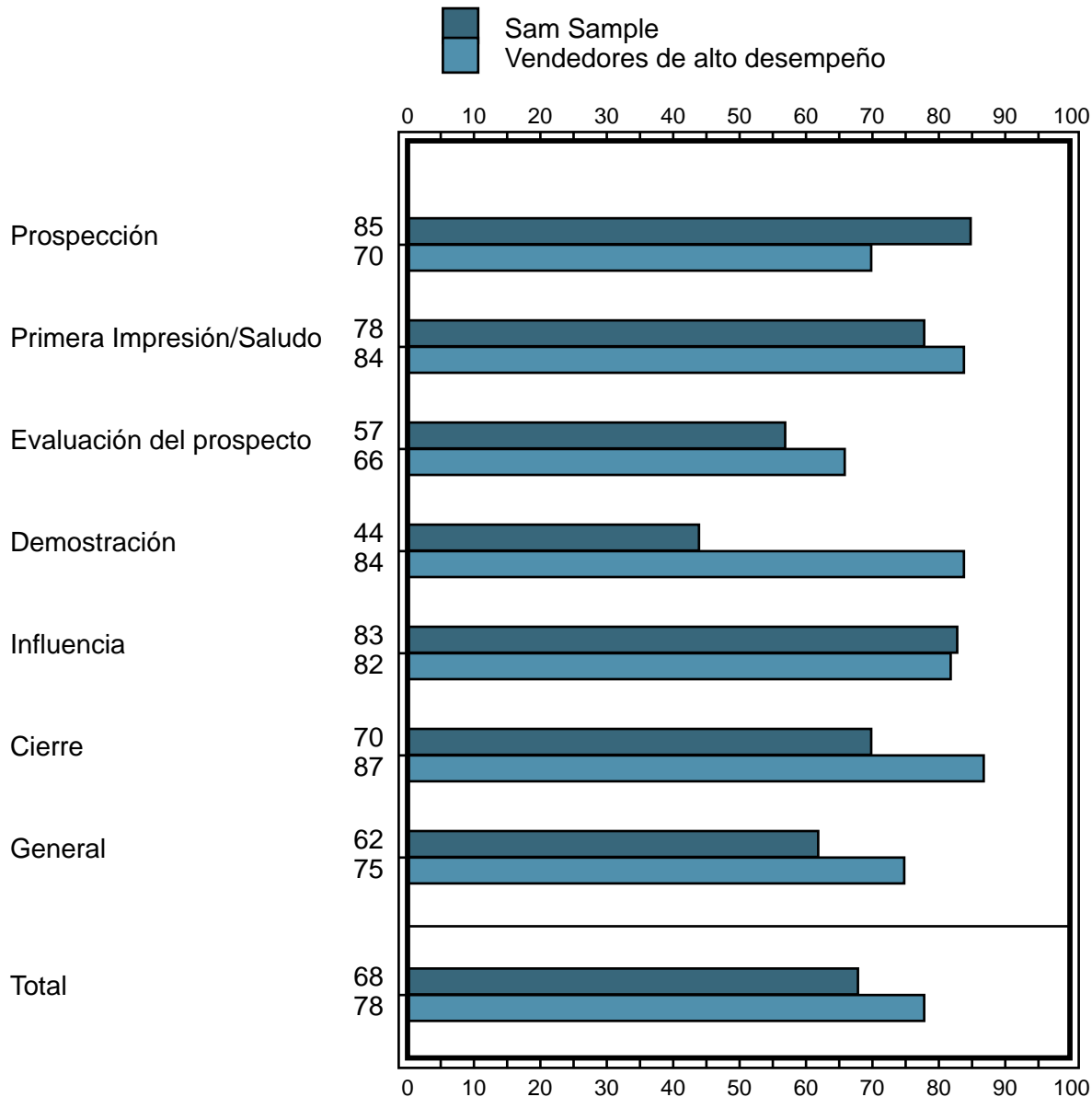




ÍNDICE DE HABILIDADES PARA VENTAS

EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD PRIMARIA Y SECUNDARIA

Esta gráfica ilustra el conocimiento general que usted posee sobre la estrategia más efectiva y la segunda más efectiva. Mientras más alto sea el resultado en cualquier segmento, mejor será la comprensión que tiene usted acerca de la estrategia general de ventas que se requiere en esa etapa en concreto para una venta exitosa.





ÍNDICE DE HABILIDADES DE VENTAS

COMPRENSIÓN DE QUÉ HACER O NO HACER

Saber lo que NO hay que hacer en una determinada situación de ventas puede ser tan importante como el hecho de saber qué hacer. Tu comprensión de lo que NO hay que hacer lo salvaguardará a usted de que se bloquee y, por lo tanto, lo llevará a una presentación exitosa. UNA PUNTUACIÓN ALTA indica que tiene una sólida comprensión de cuáles son las estrategias que usted tiene que evitar a la hora de vender.

