

Habilidades para la organización y la mejora del rendimiento.

JUNIO 2024

Vender tiene como objetivos: aprender de los clientes, elaborar una estrategia de preguntas, interpretar el significado de las respuestas, cumplir las necesidades del cliente, proponer soluciones, convertir las quejas en oportunidades de negocio, evitar fórmulas de cierre y crear diálogos eficaces.

Hoy en día, para vender se debe añadir valor, ofrecer perspectiva y mostrar a los clientes cómo un determinado producto puede satisfacer de forma rápida y sistemática sus necesidades concretas. La actividad de ventas nunca ha sido tan difícil como lo es hoy en día, porque los consumidores son cada vez más expertos y exigentes. Este libro te enseñará cómo vender hasta a los clientes más difíciles confiando en tu capacidad de escuchar y persuadir.

¿Qué es la comunicación de ventas? Es algo más que un discurso dirigido al cliente. Para que exista comunicación de ventas hacen falta dos partes. No es un monólogo sino un diálogo. Se trata de un intercambio de información focalizado en el cliente que comienza y termina con el cliente, cuyas necesidades son las que deben dirigir la conversación.

Tienes un enfoque de ventas propio que utilizas cada día ya sea de forma consciente o inconsciente. ¿Hasta qué punto estás abierto a examinar de cerca tu estrategia de comunicación de ventas? En caso de que así sea, las lecciones que se describen en este libro pueden ser de utilidad para evaluarte a ti mismo, detectar tus puntos fuertes y tus puntos débiles y modificar tu comunicación de ventas. A través de unos diálogos convincentes con tus clientes, aprovecharás mejor tus cualidades naturales, mejorarás tus conocimientos y venderás más.

«Mejora el diálogo de ventas para mejorar los resultados de ventas».

«Cuando lles a cabo la preparación, empieza por el principio: tu objetivo».

«Los vendedores no nacen, se hacen. La mayor parte de vendedores no llegan a la excelencia de forma espontánea».

NOVEDAD HABILIDADES DIRECTIVAS COL. SOFT SKILLS

ISBN: 9788410235137

Encuadernación: Rústica

Formato: 12,5 x 19 cm

Págs: 128

Papel: FSC

Categoría: B

Derechos: M

PVP: 9.57 € | 9.95 €

IBIC: KJS

Palabras clave: cliente, persuasión, ventas, confianza, ideas



Autora:

Linda Richardson es la fundadora y presidenta de *Richardson*, consultores de formación y entrenamiento para empresas y bancos de todo el mundo, con más de 15 oficinas en Estados Unidos y con presencia en Londres, Australia, Singapur, Latinoamérica y Asia. Linda fue la introductora de los conceptos de venta consultiva y planes de formación integrados y personalizados en el sector de la formación y el desarrollo profesional. Es profesora de la Wharton School, donde dirige el curso de ventas basadas en la relación con los clientes para graduados y es profesora de los programas de coaching/gestión del Wharton Executive Development Center. Es autora de numerosos libros, entre los que destacan *Selling by Phone*; *Stop Telling*, *Start Selling*, y *Sales Coaching*.

Redes sociales:

www.richardson.com

Argumentos de venta y Plan de medios:

- Nueva colección «Soft Skills» de habilidades personales para mejorar en el trabajo y la vida personal.
- Una guía en 24 pasos para organizarse eficazmente. Una colección muy práctica especialmente pensada para potenciar las «Soft Skills».
- Este libro te enseñará cómo vender hasta a los clientes más difíciles confiando en tu capacidad de escuchar y persuadir.
- Nota de prensa y promoción en redes sociales.

Otros libros relacionados:

