



INSTITUTO SUPERIOR
AGENTES DE PROPAGANDA MÉDICA
CÓRDOBA



EL CIERRE EN EL PROCESO DE VENTAS

Segundo año

EL CIERRE EN EL PROCESO DE VENTAS



*Cuando se han **resuelto las preocupaciones** y **cubierto las necesidades** del cliente y el producto ha sido posicionado con respecto a esas preocupaciones*

ES EL MOMENTO DEL CIERRE

EL CIERREES UNA **CONSECUENCIA NATURAL DE LA ENTREVISTA DE VENTAS ESPECIALMENTE CUANDO EL VENDEDOR SE HA GANADO ESE DERECHO.**

ES LA CULMINACIÓN DE TODAS **NUESTRAS HABILIDADES !!**

- Las **habilidades** de ventas como la **APERTURA** (escuchar, indagar), la **FORMULACIÓN de las preguntas** (abiertas, cerradas etc.), nos ayudarán a comunicar información sobre el producto y aprender sobre las actitudes y necesidades del cliente.
- Todas nuestras **habilidades** como vendedores , se desperdician si en la entrevista con el médico no se llega a una conclusión productiva. Sería como invertir todo el tiempo y la energía para ir al supermercado y regresar a casa sin comprar lo que fuimos a buscar.

EL PROPÓSITO DEL CIERRE

Podríamos convenir que en el proceso de ventas existen **dos propósitos distintos para el **CIERRE** :**

1) FACULTAR AL CLIENTE PARA QUE TOME UNA DECISIÓN

1) PEDIRLE AL CLIENTE QUE SE COMPROMETA A UNA ACCIÓN

RECORDAR QUE:



- **Cuando el cliente está tratando de hacer un *cambio arriesgado*, necesita saber que a nosotros nos preocupan sus *necesidades*.**
- **Cuando el nivel de *comodidad* del cliente es alto la decisión de hacer cambios es menos traumática.**



1) FACULTAR AL CLIENTE PARA QUE TOME UNA DECISIÓN

Para tomar una decisión sustancial, el **cliente necesita**:

- 1) Una imagen clara del resultado deseado (la necesidad de prescribir el producto para un paciente en particular)
- 1) Una imagen clara de las opciones y consecuencias (el reconocimiento y la comprensión de los costos y riesgos)
- 1) La motivación para actuar (voluntad para actuar con base en las circunstancias presentes)
- 1) La información y conocimiento para actuar

Quando estemos a punto de hacer el **CIERRE**, el cliente (médico) ya debe tener la **información** que lo **“faculta para tomar una decisión”**



2) PEDIRLE AL CLIENTE QUE SE COMPROMETA A UNA ACCIÓN

- ***Pedirle al cliente que tome una decisión es importante porque al cliente le gusta **sentir que tiene el control.*****
- ***Quieren información basada en sus necesidades y en la de sus pacientes.***
- ***Por eso la clave del CIERRE es preguntarles si la decisión, a la que hemos tratado de llevarlo, es la que quiere tomar.***

*Debemos pedirle que tome una **decisión** y asegurarnos que esa decisión incluya una acción directamente relacionada con el **cambio de prescripción hacia nuestro producto**, que deseamos lograr en la visita.*



LAS BUENAS PREGUNTAS DEL CIERRE

- Las buenas **preguntas** del CIERRE incluyen **acciones** y evitan expresiones pasivas y no orientadas al compromiso.
- Palabras que indican acción: **pida–recomiende-prescriba**.
- Palabras no orientadas al compromiso: **piense–considere -examine**.

SEÑALES DEL CIERRE



- **La clave para saber cuando comenzar el CIERRE es cuando indica que *acepta la solución que le presentamos.***
- **Una vez que el cliente habla de los problemas, reconoce las opciones y las consecuencias y *expresa estar de acuerdo con los puntos discutidos,* es el momento del CIERRE.**

LOS COMPONENTES DEL CIERRE

- **Un resumen breve de las *ventajas* y *beneficios* en las que hubo consenso.**
- **Completa y detallada *información para prescribir***
- **Una solicitud de compromiso orientada a acciones, es decir *introducir nuestro producto en su vademécum personal*.**

- **Debemos tener en cuenta que la *prescripción* surge de un *proceso interno* del médico; en el que participa su *educación*, el *grupo social* de pertenencia, la *cultura*, el *medio externo* que lo rodea, siendo la consecuencia final la receta de un fármaco cuyo objetivo es la salud del paciente.**
- **Ahí confluyen todas nuestras capacidades y nuestras estrategias para lograr que el “otro”, en este caso el médico cambie de *actitud* y de *conducta*.**



ESTA SERÁ UNA TAREA PARA LOS QUE ENTIENDAN QUE LA **VENTA ES UN **ARTE** QUE TIENE TANTAS **ARISTAS** Y TANTOS **MISTERIOS** , COMO LA VIDA MISMA Y QUE SOLO AQUELLOS QUE PUEDAN DESENTRAÑARLO ALCANZARÁN LA **META** !!!**

VENDIDO