

Venta para despachos profesionales

Francisco J. Ruiz Torre

Índice

<i>Prefacio</i>	8
<i>Qué opinan los profesionales</i>	10
<i>La venta</i>	12
Tres clases de vendedor	13
El éxito en la venta	15
¿Qué es vender?.....	15
¿Cómo se logra la venta?.....	15
Mayores errores en la venta	18
<i>Quién soy</i>	19
Profesional y vendedor a la vez.	19
Actitud tras deseo y convicción.	20
Gestión del tiempo para la venta	21
Clientes rentables/no rentables y claves	22
Priorizar	22
Cualidades del buen vendedor de servicios	23
Autoestima.....	26
Empatía	28
Asesor	29
Perseverancia	31
Tecnología.....	32
Perfil relacional.....	33
El gran despacho y sus vendedores	34
Algunas notas para la selección	36
<i>Qué vendo</i>	41
Qué es lo que vendo	41
Cómo me diferencio	42

Mix de diferenciación	44
Venta personal.....	47
<i>A quién vendo.....</i>	49
 Análisis de clientes actuales.....	49
 Conseguir clientes nuevos.....	51
 Coger experiencia y confianza.....	60
<i>El profesional y las nuevas tecnologías.....</i>	65
 Redes Sociales	66
 Página web.....	71
 Portales web o directories online.....	75
<i>Técnicas de venta</i>	77
 Prospección.....	80
Estrategia para un ataque perfecto	83
Prospección – carta/email.....	85
Cómo hacer campañas de email.....	88
Cómo conseguir el nombre del contacto.....	90
 Previo a la entrevista personal	94
 La entrevista personal	97
 Venta Consultiva o de Asesor.....	99
El proceso del asesoramiento.....	99
Credibilidad del vendedor	104
Pasos en la venta consultiva.....	105
Tipos de preguntas del método SPIN	108
Precipitación	122
Características, ventajas y beneficios	124
 Objeciones.....	129
 Seguimiento tras la entrevista	138
 Cierre	139
 Análisis tras entrevista con clientes.....	148

<i>El arte de negociar</i>	150
Tipos de negociación.....	152
Principios de la negociación Harvard.....	155
Consejos para la negociación.....	161
Artimañas de negociación	162
Algunos obstáculos para la negociación.....	167
Cómo saltar los obstáculos	171
<i>Otras técnicas</i>	178
Análisis transaccional con clientes	178
Estado de PADRE.....	179
Estado de NIÑO.....	179
Estado de ADULTO.....	180
Tipos de vendedor.....	181
Cómo actuar.....	182
Tipos de transacciones.....	183
Rapport	191
Qué es el Rapport.....	191
Cómo se consigue la sintonía.....	191
El proceso del rapport	193
Técnica del rapport.....	193
Consejos para un buen rapport.....	195
Proxemia	197
<i>Procedimientos de trabajo</i>	200
Descripción del trabajo.....	201
Argumentario.....	202
Qué vendemos	203
Protocolo de acogida de clientes	204
Protocolo ante peticiones por Internet.....	205
<i>Objetivos de venta</i>	207
Para qué sirven los objetivos	209
Cómo deben ser los objetivos	209
<i>Notas sobre marketing</i>	214
Importancia de los clientes actuales	214
Necesidades de los clientes	215
Segmentación	218

Propuesta de valor.....	220
ANEXO I.....	224
Apuntes para dar un mejor servicio.....	224
ANEXO II.....	226
Auto-auditoría del vendedor.....	226
ANEXO III.....	235
Ejercicio “Un contacto en cualquier sitio”	235
ANEXO IV.....	236
Soluciones a ejercicios sobre venta consultiva	236
ANEXO V.....	240
Ejercicio: los 3 estados del A. Transaccional	240
ANEXO VI.....	241
El autor.....	241