

Sin el compromiso del cliente no se pueden cerrar el trato

Para ello es necesario escuchar cualquier objeción que pueda haber desde el principio

El cierre de un acuerdo de venta no es algo que debe hacer al final de un proceso lineal. Si espera y pide a su cliente que haga un compromiso de compra después de haber estado trabajando con ellos por un tiempo, es probable que nos dé una justificación socialmente aceptable, la más socorrida, la del precio, que puede no ser la barrera real a la compra.

Para evitarlo, es mejor escuchar cualquier objeción desde el principio, cuando todavía se puede hacer algo al respecto.

Es conveniente, durante el proceso de negociación, pedir a tus clientes que hagan pequeños compromisos incrementales en el camino. Periódicamente, conviene confirmar que las perspectivas están de acuerdo con los datos u objetivo que se ha establecido, y luego preguntarles si estarían dispuestos a actuar en ese acuerdo a través de una pequeña acción, tales como compartir la información con otros en su organización.

Si la persona se compromete, conviene seguir adelante, si no, debe identificar la objeción o barrera y tratar con ella. Como regla general, cuanto antes puedas identificar las objeciones, más probable es que ocurra la venta.

La noticia Sin el compromiso del cliente no se pueden cerrar ventas fue publicada originalmente en Pymes y Autonomos por Fosterwit .

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)