

Si desean lo que tienes,  
**comprarán** lo que vendes.

**Técnicas y métodos**

para que te compren

## EVOLUCIÓN

Nosotros somos “de ventas”, y desde el principio de los tiempos hemos sido testigos de cómo en las artes y prácticas de nuestra profesión, se han ido sucediendo variadas extinciones y muy poca evolución.

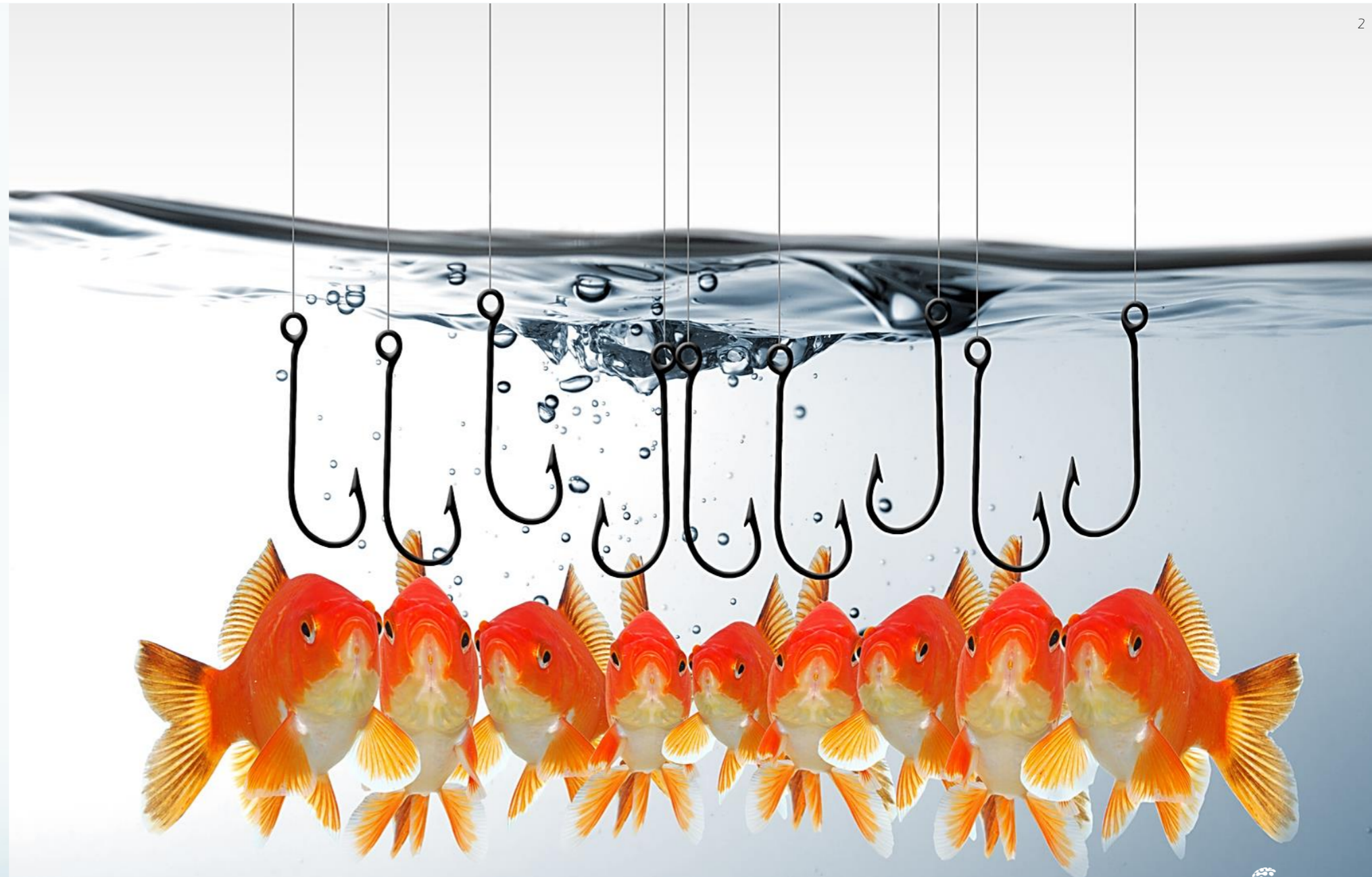
En momentos de bonanza pecamos al creer que sólo nuestras habilidades fueron causa del éxito, olvidando que bajo dichas circunstancias, siempre existirá una predisposición positiva en consumir.

Sin embargo, el abuso cometido durante tiempo por los “usos y costumbres” de los VENDEDORES, más que las empresas han tenido que modificar sus hábitos de compra, ponen de manifiesto la **extinguida eficacia** de actuar como hasta ahora.

El ratón ya sabe lo que quiere el gato.

Al mismo tiempo sabemos que con dinero todo se hace más fácil y por tanto, solemos pensar como ley escrita en piedra, que sólo bajo corpulentos talonarios se tiene acceso a **la mejor percepción**.

Pero hay OTRAS MANERAS.  
Siempre las hubo.



¿ Qué significa QUE TE COMPREN ?



## PISANDO SUELO

Con excepción de los productos que son propios de adquirir a través de internet, las empresas no “salen de compras”.

Somos los profesionales de ventas quienes antes o después **hemos de acudir a ellas** tras “ganarnos” una cita o en respuesta a una acción anterior.

Y es en ese primer encuentro cuando la empresa tiene que sentir si desea o no aquello que vendes y una vez sepa más al respecto, decidirá si será a ti a quien se lo compre.

Por tanto, el resto de movimientos hasta la firma sólo son una secuencia de procesos racionales y si **ya conquistaste su decisión**, te sería suficiente con no estropearlo.

Sin embargo y sin olvidar que aun siendo diversos los parámetros que intervienen en la **percepción** del cliente: el producto, la empresa, las garantías, tu grado de ansiedad, la competencia, el momento, el necesario retorno, la forma de pago, el precio, ... es responsabilidad de quienes integramos la fuerza de ventas, dominar cómo mejor engarzar estos elementos y cuál es en verdad, la manera idónea de **presentarlos**.



Pero si lo seguimos haciendo como siempre se ha hecho, fracasaremos.

Como nunca antes.

Hoy en día la empresa sabe bien lo que quiere y lo que ya no soporta.

De hecho lo vemos cada día.

Cuando nos dirigimos a un cliente o a una empresa que cortejamos para que lo sea, llevamos con nosotros llamativas señales que **alertan** de a qué venimos y en la mayoría de los casos, utilizando discursos que otros ya vaciaron.

Si al aproximarte a un cliente te comportas de la misma manera de como lo haría **otro vendedor**, eso y no otra cosa serás para él.

Las empresas se lo saben y desde hace ya tiempo son ellas quienes determinan a quién recibir, qué comprar y cuál es el momento de hacerlo.

Y así va a seguir siendo.

Ahora bien, está en nuestra mano convertir en **objeto de deseo** aquello que comercializamos y sin importar “eso” que algunos llaman obstáculos.

Demasiadas cosas solemos dar por sentadas.

Cierto es que las relaciones proveedor - cliente se fundamentan en estructuras de comportamiento conocidas, sin embargo, tableros, fichas y normas **no son roca**.

Todo se puede modelar.

## QUE TE COMPREN

Con técnicas y métodos DENEEO no tendrás que perseguir a nadie ni serán necesarias actuaciones de hostigamiento.

Todos los productos, todos los servicios y todas las propuestas, se construyen para dar respuesta a algún tipo de necesidad y de no ser así, han de reconfigurarse, pero en todos los casos podemos influir sobre **cómo se perciben**.

En la aproximación, la primera cita, lo primero que de ti escuchan, lo que propones, cómo lo cuentas, qué dejas al marchar, la secuencia de acontecimientos que tú mismo has establecido y por supuesto, lo que tú **no dices**, lo que a diferencia de otros tú no pides.

Si en verdad lo que quieres es que los demás **TE COMPREN**, tendrás que **dejar de vender**.



Nadie te lo va a impedir, nada se va a romper.

El deseo es una pócima contra la que no se hizo antídoto.

**Aprende** cómo gestionarlo y harás rendir tu mundo.

“... Apple no vende productos, son los consumidores quienes se agolpan a sus puertas.”

## DISTRIBUCIÓN

Especial relevancia adquieren nuestras técnicas y métodos al utilizarse para captar Distribuidores.

Sin duda es uno de los objetivos más ambiciosos, pues son muchos los que sueñan con hacerse de una red de ventas.

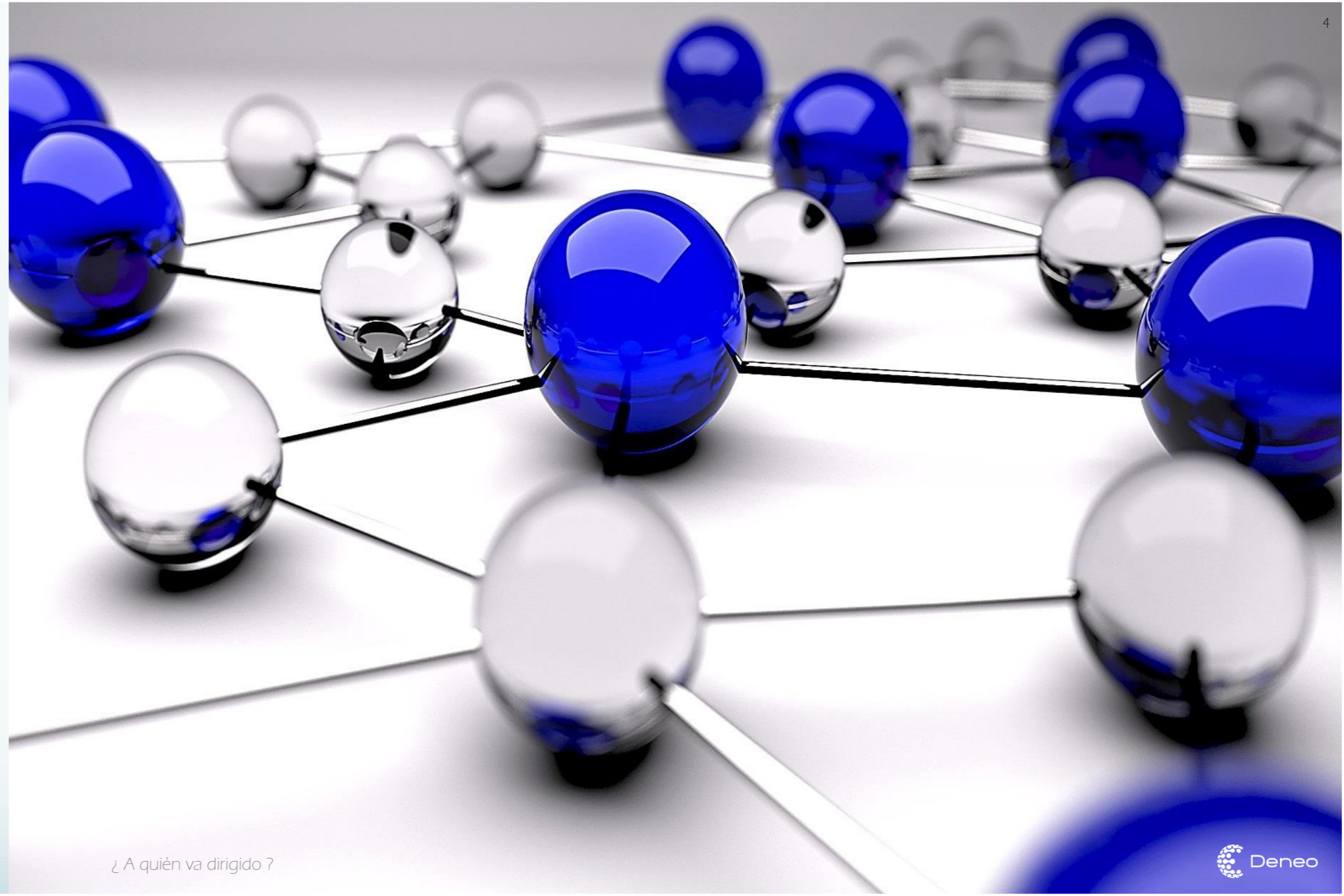
En este caso lo que se pretende vender no es un producto o un servicio al uso, se trata de hacer QUE TE COMPREN **una expectativa** de negocio que a ojos del futuro Distribuidor está por ver.

Con técnicas y métodos DENEEO podrás construir redes comerciales **con fluidez** con independencia de cuál sea el perfil pactado como eje de relación: Distribuidores neutros, Distribuidores bajo cuota, Cadenas de tiendas especializadas, Franquicias de explotación, Grandes Superficies .....

Dado que los candidatos disponibles para poder participar de una RED son limitados, acostumbran a recibir muchas propuestas comerciales.

Si al acercarnos a ellos pretendemos que no nos traten como a "uno más", basta con no serlo.

Fácil.



¿ A quién va dirigido ?





## Y EN ESPECIAL para ellos.

Quienes se encargan de EXPANDIR sus entornos de actuación en los clientes “ya ganados” dando salida a otros productos o por la necesidad de establecerse en otras zonas, también para seducir nuevos mercados.

Quienes pretenden introducirse en Grandes Cuentas y así con ello formar parte de las **primeras ligas** o para muchos otros, seguir jugando en ellas.

Quienes están al frente de una RED de Distribución o se están planteando crearla.

Quienes como compradores son objeto de cortejo de un proveedor o desearían serlo.

Quienes sin ser parte de su profesión y en la mayoría de los casos defendiendo sus propios colores, rivalizan por convencer a quien creen será el cliente del año.

Y especialmente, para los que están en **primera línea**, rebuscando cada mañana en el cajón de las sonrisas cómo mejor acompañar esa corbata, esforzándose en recordar, qué fue de aquellos sueños que les animó a levantarse una y otra vez tras promesas vacías.

No son pocos. Tampoco son todos.