

CIERRE





CIERRE

Objetivo: Finalizar el proceso de venta y asegurar el compromiso del prospecto para inscribirse en el programa.

Actividades:

- Resumen de Beneficios: Reiteró los beneficios clave del programa y cómo se alinean con las necesidades del prospecto
- Llamado a la Acción: Solicita al prospecto que tome una acción concreta, como completar una solicitud, firmar un contrato o realizar un depósito
- Facilitación del Proceso: Asegúrate de que el proceso de inscripción sea fácil y sin complicaciones para el prospecto

Herramientas:

- Formularios de inscripción
- Contratos de inscripción
- Plataforma de pago

Es importante conocer que el cierre se divide en diferentes fases.

1. **Presentación de producto**, es importante generar **preguntas pre cierre** esto irá preparando psicológicamente al estudiante para que en el momento del cierre esté preparado, además que te ayudaran a saber cual es su interés real, sus objeciones y conocer a detalle a tu cliente.

Algunos de sus beneficios son:

Confirmar el Interés del Cliente: Permiten asegurarse de que el cliente realmente está interesado en el producto y que entiende su valor.

Identificar Objecciones: Ayudan a descubrir cualquier preocupación o duda que el cliente pueda tener, lo que permite al vendedor abordarlas antes de intentar cerrar la venta.

Medir la Disposición del Cliente: Evalúan qué tan cerca está el cliente de tomar la decisión de compra, permitiendo al vendedor ajustar su enfoque.



Facilitar el Cierre: Al responder afirmativamente a estas preguntas, el cliente se va comprometiendo mentalmente, lo que facilita el proceso de cierre de la venta.

Ejemplos de preguntas pre cierre:

- ¿Crees que el programa te beneficiará en tu vida profesional?
- ¿Si pudieras invertir en un futuro en garantizarte una mejor calidad de vida lo harías?
- ¿Cuándo te gustaría viajar?
- ¿Si un programa como este tuviera facilidades de pago de hasta año y medio se te acomodaría?

2. **Presentación de precios**, cuando estemos exponiendo los precios hay que cambiar ciertos puntos, ya estamos negociando y viendo que programa es mejor para el cliente hay que mostrar mayor seguridad y seriedad.

Valorar qué tipo de vendedores somos y ver qué metodología de presentación de precios y tipo de venta va más acorde a nuestra personalidad.

Enfoques de ventas:

Venta Agresiva:

- **Características:** Se centra en la persuasión intensa y a veces en la presión al cliente para cerrar la venta rápidamente
- **Estrategia:** Utiliza técnicas de persuasión directa e insistencia

**Venta Pasiva:**

- **Características:** Se basa en esperar a que el cliente muestre interés o tome la iniciativa en el proceso de compra
- **Estrategia:** Proporciona información y soporte sin presionar al cliente, dejando que este decida el ritmo del proceso

Venta Consultiva:

- **Características:** Se enfoca en entender profundamente las necesidades y problemas del cliente para ofrecer soluciones personalizadas
- **Estrategia:** Actúa como un consultor, haciendo preguntas detalladas y brindando recomendaciones específicas que agreguen valor al cliente

Venta Relacional:

- **Características:** Prioriza la construcción y mantenimiento de relaciones a largo plazo con los clientes.
- **Estrategia:** Se basa en la confianza y el servicio continuo, con un enfoque en la satisfacción del cliente y la fidelización

TIPOS DE CIERRE

Cerrar una venta en un programa de "Estudia y Trabaja en el Extranjero" puede implicar diferentes estrategias y enfoques, según las necesidades y respuestas del prospecto. A continuación, se detallan los diferentes tipos de cierre posibles:

1. Cierre Directo

Descripción: El cierre directo implica pedirle al prospecto que tome una decisión final y confirme su inscripción en el programa de manera clara y directa.

Ejemplo: "Entonces, ¿podemos proceder con tu inscripción para el programa de estudio y trabajo en Irlanda? Solo necesitamos completar el formulario de inscripción y realizar el pago inicial."

2. Cierre por Alternativa

Descripción: Ofrecer al prospecto dos o más opciones para elegir, facilitando la toma de decisión.

Ejemplo: "Prefieres comenzar tu programa en septiembre o en enero? Ambas opciones tienen disponibilidad, así que podemos proceder con la que más te convenga."

Ejemplo 2: "¿Cómo prefieres realizar tu pago? ¿Con tarjeta de crédito o transferencia?"

3. Cierre por Presunción

Descripción: Asumir que el prospecto ya ha tomado la decisión de inscribirse y proceder con los siguientes pasos. Ejemplo: "Voy a preparar los documentos de inscripción y te enviaré los detalles del pago para que puedas finalizar tu inscripción."

4. Cierre de Resumen

Descripción: Recapitular los beneficios clave y cómo se alinean con las necesidades del prospecto antes de pedir la decisión final.

Ejemplo: "Hemos discutido cómo este programa te ayudará a mejorar tu inglés, ganar experiencia laboral internacional y abrir nuevas oportunidades profesionales. ¿Estás listo para inscribirte y dar el siguiente paso en tu carrera?"



Son algunos ejemplos de los enfoques de ventas, **todos son buenos y podemos combinarlos** pero hay que analizar cuál o cuáles te funcionan individualmente para pulir tu proceso de venta.

También es necesario hacer ciertos cambios acorde al cliente, por ejemplo, hay clientes con personalidad fuerte que no funcionaría una venta agresiva, como hay clientes que son muy pasivos y si no somos agresivos nunca van a reservar.

3. Cierre de venta

Es el proceso por el cual se pasa de presentar los precios a que el cliente gestione un pago, nos podemos ayudar de muchos tipos de cierre para lograr el objetivo.



5. Cierre de Urgencia o Escasez

Descripción: Crear un sentido de urgencia al indicar que hay una disponibilidad limitada o una oferta temporal.

Ejemplo: "Tenemos un número limitado de plazas para este programa y están llenándose rápidamente. Si te inscribes esta semana, también puedes aprovechar nuestro descuento de inscripción anticipada."

Siempre generar sentido de urgencia para que la venta sea rápida, hacer teatro en frente de la persona como si fuera una ocasión especial.

Ejemplo: Hacer una supuesta llamada a admisiones en la escuela y mencionar algo como "Sé que ya no hay plazas o que esta promoción ya pasó, pero quería preguntar si se libera alguna porque tengo una persona muy interesada en aplicar" Emocionarte y decir que si te lo autorizaron e iniciar con el proceso.

Herramientas para generar urgencia

- Cambio de precios y descuentos
- Facilidad de pago
- Uso de Tarjeta de crédito
- Plazas limitadas
- Aumento en monto de reserva
- Descuento por pareja o referidos

6. Cierre por Concesión

Descripción: Ofrecer una pequeña concesión o beneficio adicional para motivar al prospecto a cerrar la venta.

Ejemplo: "Si te inscribes hoy, te podemos ofrecer una sesión de orientación gratuita para prepararte para tu viaje y estancia en el extranjero."

7. Cierre de Prueba

Descripción: Solicitar un compromiso menor para evaluar la disposición del prospecto a avanzar.

Ejemplo: "¿Te gustaría reservar tu plaza ahora con un depósito reembolsable? Esto te asegurará un lugar mientras terminas de revisar todos los detalles."

8. Cierre por Aceptación Condicional

Descripción: Acordar seguir adelante con la inscripción basada en la satisfacción de una condición específica.

Ejemplo: "Si te aseguramos que puedes trabajar hasta 20 horas por semana mientras estudias, ¿te gustaría proceder con la inscripción?"

"Si te aseguramos una plaza con este precio, ¿Te animarías a seguir con tu proceso?"

9. Cierre de Relación

Descripción: Aprovechar la relación y confianza construida durante el proceso de venta para pedir el cierre.

Ejemplo: "Cómo hemos trabajado juntos en este proceso y hemos aclarado todas tus dudas, creo que este programa es perfecto para ti. ¿Te parece bien que avancemos con la inscripción?"

10. Cierre de Consulta

Descripción: Preguntar directamente si hay algo más que el prospecto necesite saber o discutir antes de tomar la decisión.

Ejemplo: "¿Hay alguna otra pregunta o preocupación que debamos abordar antes de que completes tu inscripción?"

11. Cierre por Historia o Testimonio

Descripción: Utilizar una historia o testimonio de éxito de un estudiante anterior para motivar la decisión.

Ejemplo: "Uno de nuestros estudiantes, Juan, tuvo una experiencia increíble y consiguió un excelente trabajo después de completar el programa. ¿Te gustaría seguir sus pasos y comenzar tu propia historia de éxito?"

12. Cierre por Garantía

Descripción: Ofrecer una garantía que disminuya el riesgo percibido por el prospecto.

Ejemplo: "Te ofrecemos una garantía de satisfacción de 30 días. Si por alguna razón decides que el programa no es para ti, te reembolsaremos completamente tu inscripción inicial."



CONCLUSIÓN

Utilizar diferentes estrategias de cierre depende del tipo de prospecto, su nivel de interés y sus preocupaciones específicas. Un vendedor experto debe ser flexible y capaz de adaptar su enfoque de cierre según la situación y las señales del cliente. La clave está en escuchar activamente, construir confianza y ofrecer soluciones que resuelven con las necesidades y deseos del prospecto.



Es importante dominar los distintos enfoques y tipos de cierre para poder combinarlos, **emplearlos con el perfil de cliente adecuado y tener mayor efectividad en la venta.**

Las claves para una presentación efectiva del programa de "**Estudia y Trabaja en el Extranjero**" incluyen un conocimiento profundo del programa, personalización, uso de materiales visuales, claridad, interacción con el prospecto, énfasis en los beneficios clave, uso de casos de éxito, transparencia, una llamada a la acción clara y un seguimiento adecuado. Siguiendo estos principios, los expertos en ventas pueden maximizar el impacto de sus presentaciones y aumentar las probabilidades de convertir prospectos en estudiantes inscritos.

WEBSITE

www.elischools.com

