

4.3. CIERRE DE LA VENTA.



Este es el momento crucial de la entrevista comercial, **es el instante en el que se llega a un acuerdo y se realiza la transacción**. Es el momento en el que el cliente da su aprobación y se decide a comprar.

Para llevar a cabo un cierre exitoso es necesario estudiar atentamente al cliente, su disposición a comprar en cada momento y su estado de ánimo.

Una vez que la argumentación de venta ha terminado, que se han detectado las necesidades y que las objeciones han sido resueltas se procederá al cierre. Si todos estos pasos previos se han ejecutado correctamente tenemos un cierre casi asegurado.

4.3.1. Decisión del momento adecuado.

Es **imprescindible saber determinar** qué **momento** es el **más adecuado** para intentar llevar a cabo el cierre.

El mejor momento será aquel en el que el cliente esté más contento o más entusiasmado con el producto que le estamos presentando.

Existen multitud de **señales** que nos pueden indicar que es el momento de llevar a cabo el cierre, pero estas señales pueden pasar inadvertidas ante nuestros ojos si no estamos atentos.

En la fase de detección de necesidades hicimos preguntas al interlocutor para determinar qué producto se ajustaría mejor a sus deseos, de estas preguntas se puede sacar mucha información acerca del comprador. Podemos ver, por ejemplo, cuáles son los gestos que hace cuando está alegre y cuáles cuando está preocupado, sus expresiones faciales...

Es en este momento cuando podemos utilizar toda esta información para saber si el comprador nos está enviando señales positivas de compra.

Tipos de señales.

1. Señales verbales.

Se producen cuando el cliente nos indica verbalmente que está decidido a comprar. Lo puede hacer de una forma clara y directa que no deje lugar a dudas.

Ejemplos

"No se hable más, me lo llevo",

O por el contrario lo puede hacer de una forma más sutil con preguntas del tipo:

"¿Cuándo se puede realizar el pedido?, ¿Cuándo lo tendría instalado en mi empresa?"

Es una buena señal cuando el cliente comienza a usar el posesivo al referirse al producto, esto indica que se ve ya como dueño del mismo, por lo tanto, la venta está casi asegurada.

Otra señal positiva es cuando el cliente pide consejo a su acompañante, esto demuestra que realmente siente interés por el producto y que por ello busca contrastar su opinión antes de lanzarse definitivamente a la compra.

2. Señales no verbales.

Son a las que hacíamos alusión anteriormente: expresiones faciales, gestos corporales o posición de las manos. Es decir son las propias del **lenguaje corporal**.

Existen señales no verbales **positivas y negativas**:

Positivas	Negativas
<ul style="list-style-type: none"> • Asentir con la cabeza. • Inclinarsse hacia delante con el cuerpo. • Sonreír. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener los brazos cruzados. • Negar con la cabeza. • Bostezar. • Tener las manos cerradas.

También existen **señales de indecisión**, como por ejemplo acariciarse la barbilla o rascarse la cabeza.

El vendedor ha de estar muy atento para saber en qué momento el cliente está enviando señales positivas de compra, es decir, en este momento del proceso de negociación la actividad más importante que ha de llevar a cabo el agente comercial es la **observación**.

Una vez que se han observado una o varias señales positivas se ha de proceder a enumerar de nuevo las características del producto, así se consigue refrescar la memoria del comprador y afianzar su disposición a la compra.

4.3.2. Tipos de cierre.

A continuación pasamos a enumerar y explicar los **distintos tipos de cierre**:

1. Cierre Directo.

Este tipo es el que hay que utilizar cuando la venta está clara, consiste en preguntarle directamente al consumidor si desea cerrar el pedido.

2. Hacer desear.

Cuando el cliente lanza señales positivas pero no son muy claras, podemos ayudar a decidirse si le hacemos desear el producto,

Ejemplo

“Voy a ver si queda...”

Esta técnica permite al cliente terminar de decidirse. Si el cliente siente crecer su deseo, muy probablemente cerrará la venta de inmediato ante el temor de quedarse si el producto si demora la decisión.

3. Anticipar la posesión.

Hacer sentir al cliente los beneficios de poseer el artículo.

Ejemplo

En las grandes superficies dedicadas a la venta de productos de electrónica suele haber un espacio decorado como un salón de una casa particular, en el cual está instalado y funcionando un televisor de última generación con un equipo de “home cinema”. Si el cliente está pensando en comprarse este “home cinema” pero no está seguro del todo, podemos invitarlo a sentarse en este decorado, de esta forma verá las cualidades del producto y se verá ya como propietario del mismo.

4. Cierre por oferta.

Se le ofrece al cliente un estímulo adicional para tomar la decisión de inmediato.

Ejemplo

“Si realiza hoy la compra de este modelo de coche le ampliamos la garantía un año más”.

5. Cierre de propuesta alternativa.

Con esta técnica no esperamos a que el cliente dé una respuesta firme. Cuando observamos señales de venta positivas, se le ofrece al comprador varias alternativas con determinados aspectos del producto. Si el cliente toma una decisión está aceptando implícitamente la venta y es el momento de darle a firmar el pedido.

Ejemplo

“¿Ha decidido ya si lo prefiere en verde o en azul?”, “¿Prefiere pago al contado o financiarlo?”

Autoevaluación 03. Cierre.**1. El cierre de la venta:**

- a. Es el instante en el que se llega a un acuerdo.
- b. Es el objetivo de todo proceso de venta.
- c. a y b son correctas.

2. El momento más adecuado para cerrar la venta:

- a. Será aquél en el que el cliente desea marcharse.
- b. Será aquél donde hayamos terminado la presentación.
- c. Será aquél donde detectemos señales positivas en el cliente.

3. Es una señal positiva:

- a. Observar que el cliente mueve el cuello.
- b. Observar que el cliente asiente con la cabeza.
- c. Observar que el cliente niega con la cabeza.

4. Es una señal negativa:

- a. Observar que el cliente mueve el cuello.
- b. Observar que el cliente asiente con la cabeza.
- c. Observar que el cliente niega con la cabeza.

5. En el cierre de la venta “por oferta”:

- a. Se pregunta al cliente directamente si desea cerrar el pedido.
- b. Se le ofrece un estímulo adicional.
- c. Se le hace desear el producto.