

1000 TENTACIONES

#TuEXPERTOenVIAJES



MANUAL VENTAS 1000TENTACIONES

1.- INTRODUCCIÓN A LA VENTA Y DEFINICIÓN DE #TUEXPERTOENVIAJES

Este manual nace de la necesidad de querer transmitir nuestros consejos a la hora de crear clientes satisfechos, bien asesorados por auténticos EXPERTOS en viajes.

¿Que buscamos en un **EXPERTO en viajes** de 1000 Tentaciones? Nuestra definición es la siguiente,

EXPERTO EN VIAJES es aquella persona que mediante sus consejos **profesionales**, consigue que los viajes de nuestros clientes se realicen totalmente con éxito, desde la **preparación** hasta la **finalización**, haciendo que la adquisición de sus viajes se convierta en una experiencia que culmine en la **realización** de un deseo.

Recordar siempre que, debemos ayudar al cliente **a detectar sus necesidades** para convertirlas en **deseo**, el cual respaldado por la **capacidad adquisitiva** del cliente se traducirá en **demanda (=RESERVA)**

2.- ALGUNA CLAVES PARA REALIZAR UNA VENTA CON ÉXITO

Antes de establecer un método de venta, como tal, recordamos cuales son las claves que nos llevarán al éxito en nuestras ventas:

- 1.- **Auto-motivación:** Ni más ni menos, tienes que creer que puedes hacerlo
- 2.- **Conocimiento del producto y del producto de la competencia:** Cuanta mayor sea nuestra formación en viajes, más seguridad a la hora de vender, pues tenemos la certeza de estar haciendo un buen asesoramiento a nuestros clientes.
- 3.- **Escucha activa:** Este punto merece una mención especial. Nos extenderemos más adelante
- 4.- **Generar confianza:** Están siendo atendidos y estableciendo un vínculo con SU EXPERTO en viajes. No con 1000 tentaciones
- 5.- **Detectar necesidad:** Hay que ser curioso. Hablar, preguntar, pero sobre todo, nuevamente ESCUCHAR
- 6.- Hay que utilizar una **argumentación personalizada**, de acuerdo con las circunstancias de cada persona.
- 7.- Realizar **seguimiento** desde la elaboración del presupuesto, antes de finalizar la venta y también una vez finalizada
- 8.- **Aprendizaje continuo.** Esto es algo común en todas las profesiones, pero realmente no es de recibo un agente de viajes desinformado.

3.-MODELO DE VENTA 1000 TENTACIONES

Fases:

- 0.- Prospección de mercado
- 1.- Concertación telefónica
- 2.- Preparación visita
- 3.- Venta
- 4.- Seguimiento

3.0.- PROSPECCION

Mira a tu alrededor, todo los días te **relacionas** y convives con gente.... y llevas haciéndolos años. Las personas vivimos en sociedad y nos interrelacionamos aunque nunca nos paremos a pensar en la cantidad de gente que conocemos o hemos conocido en nuestra vida.

Haz una prueba...Elige al azar 10 profesiones y ponte a pensar si conoces a 10 personas que se dediquen a estas profesiones. Lo ves?? Seguro que te salen.

Esto sólo es una prueba, pero la conclusión final es que tenemos una **ENTORNO social** en el que nos movemos constantemente, amigos, familia, compañeros de colegio, de carrera, vecinos, madres y padres del colegio, compañeros de gimnasio, el señor del bar donde nos tomamos el café todos los días, la dependienta de la farmacia donde solemos acudir, los amigos de tus padres que están ya jubilados, etc...

Todos ellos son tus **clientes potenciales... DATE A CONOCER!!** Hazle saber a la gente que te dedicas a vender viajes. Ellos no son adivinos, pero tu gran baza es que te **conocen** y **confían** en ti y saben que les vas a mirar sus vacaciones o viajes como si fueran para ti, ofrécete para ayudarles, sin acosarles y verás cómo se acordarán de ti cuando planeen irse de viaje.

Utiliza los medios que tienes a tu disposición para alcanzar visibilidad, date vida con las **redes sociales**, sácale el máximo partido a tu facebook, viraliza las ofertas que sacamos desde 1000 Tentaciones, no escatimes medios para que se fijen en ti y ya verás como esto es una carrera de fondo. Dales un trato excepcional, muy rápido, personalizado y profesional. El **cliente satisfecho**, se convertirá en TU cliente y además de tu labor de promoción pronto empezarán a llegar también los referidos a los cuales tus clientes satisfechos han recomendado que se pongan en contacto contigo.

3.1.- CONCERTACIÓN TELEFÓNICA

Bien, sea un potencial cliente facilitado por la empresa, bien sea una persona conocida por vosotros que reclama vuestros servicios, es importante **intentar quedar en persona** con el cliente por varios motivos.

Cuando realizas una venta presencial al cliente le transmites **confianza**, ve la cara de la persona que está ocupándose de una de las partes más “sagradas” de su vida para él, como pueden ser sus vacaciones.

A ti, presencialmente, también te será **más fácil explicar** el destino y las características del viaje que le estás vendiendo.

Además si efectúas una visita a domicilio es mucho más fácil **cerrar la reserva**, ya que el cliente dispondrá de los documentos necesarios (Tarjeta, DNI, etc..) y posiblemente se encontrarán allí las personas que pueden intervenir en la decisión final de compra (su mujer, hijos, etc)

Recuerda que estamos “vendiendo” sobre todo flexibilidad en horarios y ahorro de tiempo y dinero para el cliente final. A la hora de concertar una visita, intenta cerrarla en un sitio en el que el cliente se sienta **cómodo** y confortable, “en su terreno” (domicilio, trabajo) pero **NO lo acorrales**, estarás dando la imagen contraria a la que desde 1000 Tentaciones queremos transmitir.

Puedes conseguir quedar con el cliente de manera presencial sutilmente,...

Si llamas tú

- * **Preséntate** con nombre y apellido y dile que llamas de 1000 Tentaciones.
- * Explícale el **motivo** de la llamada
- * Confirma que es la persona **interesada** y que dispone de **tiempo** para hablar contigo
- * Pregúntale que es **exactamente** lo que quiere
- * **Escúchale** con atención
- * Hazle saber que lo llamas para **ayudarle**
- * Pregúntale **dónde** le vendría bien que lo visitases y cuando te de la dirección dile que **precisamente estarás cerca** asesorando a otros clientes por la zona
- * **Cierra** día, fecha y hora dándole a elegir entre **dos** alternativas
- * **Despídete y reconfirma**

Ejemplo de concertación:

- *Hola, buenas tardes, soy Antonieta Pérez de 1000 Tentaciones #Tuexpertoenviajes*
- *Quería hablar con Félix Glez. ¿Es usted?*
- *Le llamo en referencia a la solicitud de información de un hotel en la Costa Dorada, a través del teléfono de nuestra agencia*
- *¿Es usted la persona interesada? ¿Tiene 5 minutos para atenderme?*
- *Coménteme Félix ¿qué tipo de hotel estaba buscando en concreto? ¿Para qué fechas?*
- *Entiendo perfectamente que busque algo que este bien pero que sea barato, como para no mirar el precio en estos tiempos!!!!*
- *Pues precisamente para ayudarle a buscar esto le llamaba yo*
- *Vamos a repasar exactamente lo que está buscando*
- *Con estos datos tengo suficiente para prepararle un presupuesto inicial y cuando nos veamos personalmente trabajamos sobre él*
- *¿Dónde le viene bien que nos veamos? ¿En su domicilio?*
- *Calle Bizcocho,8. Pues precisamente por esa zona tengo yo mañana una visita y estaré cerca de allí.*
- *Cuando le viene mejor que le entregue el presupuesto a las 7 o a las 8.30 hrs?*
- *Muchas gracias, nos vemos mañana a las 8,30 hrs*

Si eres telefonado por el cliente, pues tanto mejor, **escúchale y concierta** con él la cita.

Y recuerda que cada petición de información es una posibilidad de RESERVA CONFIRMADA. **No desaproveches** ninguna oportunidad.

3.2.-PREPARACION DE LA VISITA

Antes de acudir a la visita, **prepárala**. Comprueba que conoces el destino y el producto que el cliente te ha demandado.

Prepara ya algún **presupuesto** con los datos que te ha facilitado por teléfono, siempre dejándole claro que son los datos del momento en el que preparaste el presupuesto e informándole de las fluctuaciones de internet. Consulta la **disponibilidad** en la plataforma y asegúrate de llevar algún **folleto** de otros mayoristas si crees que la venta no va a poder realizarse por medio de la plataforma.

Lleva preparado un “plan b”, para **ofrecerle alternativas** si no está disponible lo que el cliente busca.

Ve bien informado y consúltanos las dudas que te pudieran surgir

3.3- LA VISITA

Recuerda que **no existe una segunda oportunidad para crear una buena primera impresión** y que dependiendo de la imagen que des los primeros minutos, conseguirás un clima cordial y de confianza

Se puntual, cuida tu imagen, controla tus gestos y palabras (Transmitiéndole seguridad, confianza, positivismo) y sobre todo se **empático**.

Una vez que **has roto el hielo**, recuérdale cual es el motivo de tu visita, y cuéntale que estás allí para ayudarle.

Realízale preguntas termómetro que son las que sirven para **recabar el máximo de información** sobre sus motivaciones y necesidades, así tu trabajo será más sencillo de realizar. Preguntas abiertas que nos ayuden a entablar una conversación fluida con el cliente pero sin que parezca que le estamos haciendo un cuestionario.

Ve tomando nota, para adecuar los presupuestos preparados para él.

Sobre todo practica una **ESCUCHA ACTIVA**

Con esta conversación has trazado ya un perfil del cliente y sus necesidades, resume toda la información que te ha proporcionado anteriormente y ponle un espejo y **provocándole la reflexión** con preguntas abiertas

Ejemplo.- Félix entonces por lo que me has comentado estas buscando un hotel en la Costa Dorada, ya que tus hijos se marean con facilidad en el coche y no quieres que el trayecto sea largo. Me comentabas que lo que deseas para tus vacaciones es un hotel cerca de la playa, con programa de animación para los pequeños que estén entretenidos un ratito y a la vez que ellos lo pasan bien, poder descansar en la tumbona, que te lo tienes bien merecido después de este año tan complicado ¿No es así?

Motívale, háblale de los beneficios, ajusta tu argumentación al perfil que detectaste en la conversación.

Para comprar, los clientes quieren

- Que se centren en sus necesidades en vez de “colocar” el producto
- Que resuelvan su problema inicial antes de hablar de productos o servicios adicionales,
- Que describan como esos productos van a beneficiarle

Lo que los clientes no pueden soportar es:

- Que se insista pese a que el cliente dijo “No, gracias”
- Que se siga un guión preparado
- Que se intente colocar productos o servicios no beneficiosos para el cliente

Sigue una **estrategia...**

Has ayudado al cliente a detectar sus propias motivaciones para preparar el viaje, hazle saber que **hay más personas** en este momento reservando a la vez que él y que ese viaje que le gusta no le va a estar esperando a él indefinidamente. Posiblemente mañana ya no tenga **disponibilidad**.

Infórmale de que las **tarifas cambian** rápidamente en internet. Si el presupuesto le encaja no debe pensárselo o cuando vaya a reservar puede llevarse una sorpresa.

Hazle saber que no debe esperar a las ofertas Last Minute, porque puede que no se produzcan y ¿está dispuesto a sacrificar su viaje igual después de estar 1 año esperando las vacaciones?

Empieza a utilizar ya preguntas cerradas de influencia

- Esto es lo que buscas ¿No?
- No me negarás que es justo lo que buscas
- Etc...

Vamos a **precerrar**, recordándole los beneficios de 1000 Tentaciones (Comodidad a la hora de reservar, confianza del agente, seguimiento y soporte durante todo el viaje,...) y del producto que le estamos ofreciendo, repasando los presupuestos elaborados para él.

Culmina la venta cuando el cliente de señales de que está **preparado** para **reservar**. Entonces muestra total seguridad y **cierra**. Reserve o no con nosotros, **agradece** siempre la confianza depositada en 1000 Tentaciones

Durante todo este proceso pueden aparecer **objeciones**, que no son ni más ni menos que trabas, dudas o inquietudes que pueden impedir al cliente a tomar la decisión final de reserva.

Para tratar bien las objeciones (realmente son una demanda de información) hay que estar tranquilo, identificar las verdaderas objeciones y diferenciarlas de las excusas, empatizar con el cliente con frases como “Entiendo, que en principio, le parezca caro, pero...”

Ejemplo

Objeción: Me lo tengo que pensar

-Entiendo tu duda Félix, pero creía que lo tenías claro según me habías dicho, querías ir de vacaciones, tu familia está encantada pensando en el viaje, habías elegido hasta el destino y tenías claro que este verano era el momento ¿De verdad quieres pensártelo más? ¿Vas a volver a esperar todo un año para intentar disfrutar de esas mercedas vacaciones?

Objeción: No puedo pagarlo

-Claro, Félix, yo tampoco podría pagarlo al contado, pero verás como encontramos una forma de pago que te vaya bien ¿Te parece que la busquemos?

3.4- EL SEGUIMIENTO

Hazle entrega de toda su documentación, bonos, los teléfonos donde debe acudir si tuviera algún incidente durante el viaje, etc...y toda la información que se te ocurra que le pueda ser de utilidad.

No está más, que le pegues un toque de teléfono a la vuelta para interesarte sobre cómo le ha ido, el cliente lo agradecerá y verá que no sólo querías hablar con él cuando estaba pendiente de hacer una reserva