

VENTA CONSULTIVA

Introducción a la Venta Consultiva



Sergio Klecker
Consultor Senior

La **Venta Tradicional** (transaccional) se centra en el producto y en sus funcionalidades, características, precio, etc., donde la competencia le resulta fácil comparar.

... sin embargo la **Venta Consultiva** se centra en el Cliente,
dando respuesta a sus problemas, necesidades, tareas...
y enfocado a los Beneficios que se pueda conseguir
con la utilización del mismo.

Supone vender no porque el producto pueda ser mejor, ni porque el precio sea menor, sino porque el **conocimiento** que tenemos del **negocio del cliente** y de su ecosistema nos permite enfocar el producto o servicio de manera **diferenciada**. Además adaptarlo a sus **problemas y necesidades**, logrando crear una **relación consultiva** contribuyendo a sus **objetivos y resultados**.

Nuestra posición es la de **Consultor / Asesor de Negocio** centrados en el cliente y no en el producto como tal.



Introducción Venta Consultiva

Un cliente **transaccional**

Confía básicamente
y casi en exclusiva en
el **PRODUCTO**.

Unidireccional



Un cliente **relacional**

Confía en la **PERSONA** que le asesora,
con experiencia, que recomienda de acuerdo
a sus necesidades y planteamientos reales.

Bidireccional



Introducción Venta Consultiva

Los **Cientes** de hoy tienen unos **objetivos y necesidades únicas** y demandan que sus Partners con los que trabajan conozcan, participen y se **involucren** con los **retos del Negocio** e **intereses de los individuos** de la organización (Cliente)

Introducción Venta Consultiva

¿Qué buscan los clientes?



**Tenemos que REFORZAR estos valores,
para REDUCIR la importancia de las condiciones económicas**

Introducción Venta Consultiva

¿A qué nos enfrentamos?

A la presión del entorno...

Sectores en continuo cambio y necesidad de adaptación

- *Productos, Punto de Venta, Vendedores, Clientes, Proveedores de Servicios, Fabricantes ...*

Los estándares son una oportunidad, pero "complican" la diferenciación:

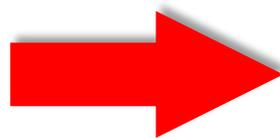
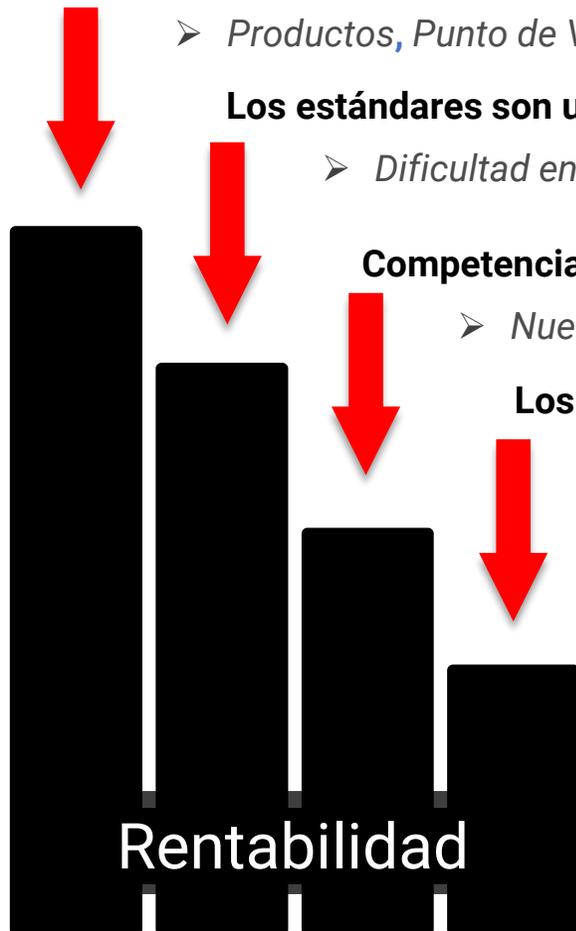
- *Dificultad en la búsqueda por la ventaja competitiva.*

Competencia creciente, agresiva, rápida, difusa y ... convergente:

- *Nuevos actores/industrias.*

Los ciclos de producto/servicio se acortan: en muchos sectores

- *Contracción de la fase 1 del ciclo de venta y rápida obsolescencia.*
- *Nuevos modelos de negocio*



**Factores de preocupación
que afectan al negocio
y la rentabilidad**

Introducción Venta Consultiva

¿A qué nos enfrentamos?

... y a los Clientes

Clientes con mayor acceso a la información y con estrategias de compra más eficaces:

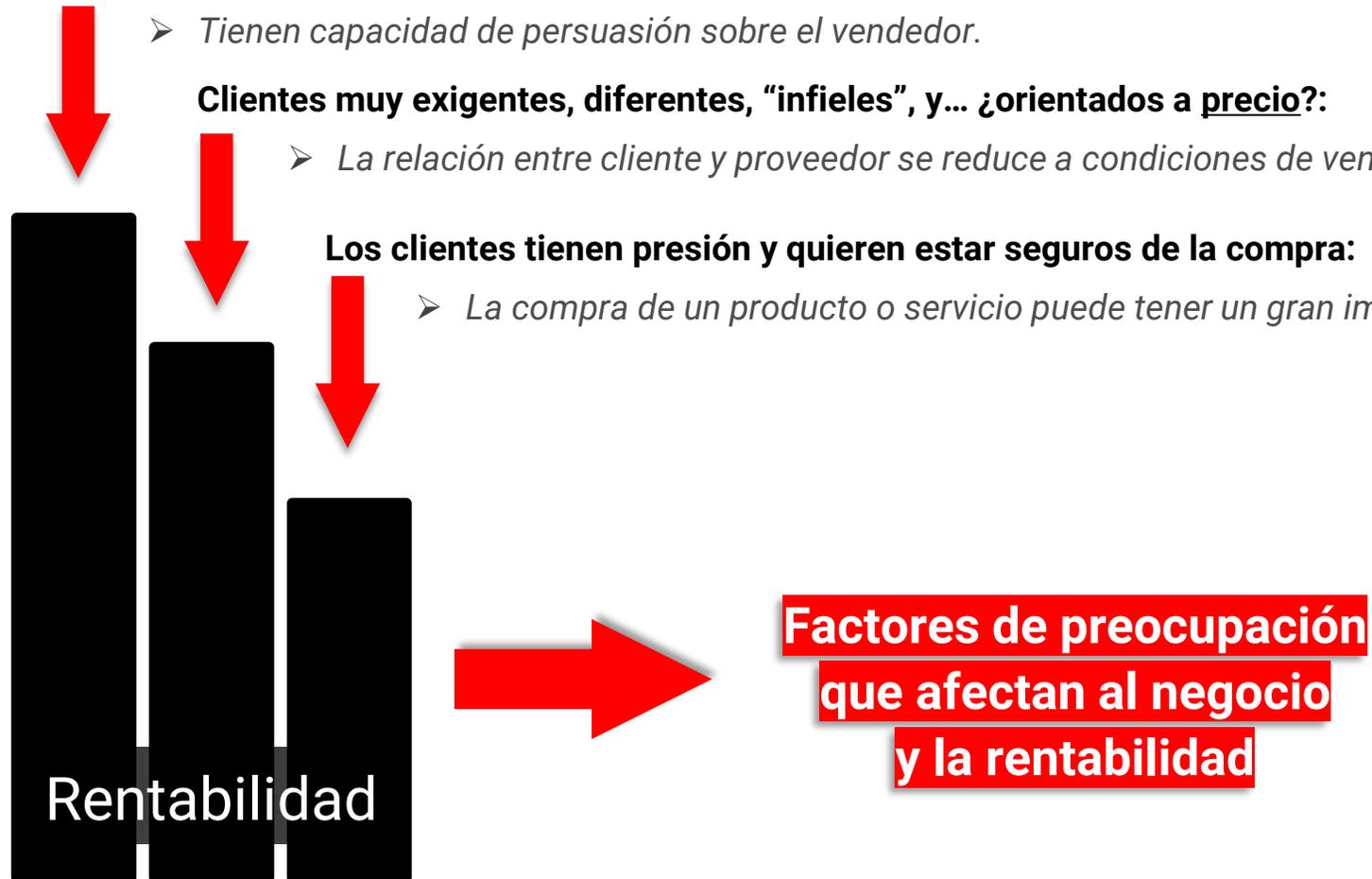
- *Tienen capacidad de persuasión sobre el vendedor.*

Clientes muy exigentes, diferentes, "infieles", y... ¿orientados a precio?:

- *La relación entre cliente y proveedor se reduce a condiciones de venta.*

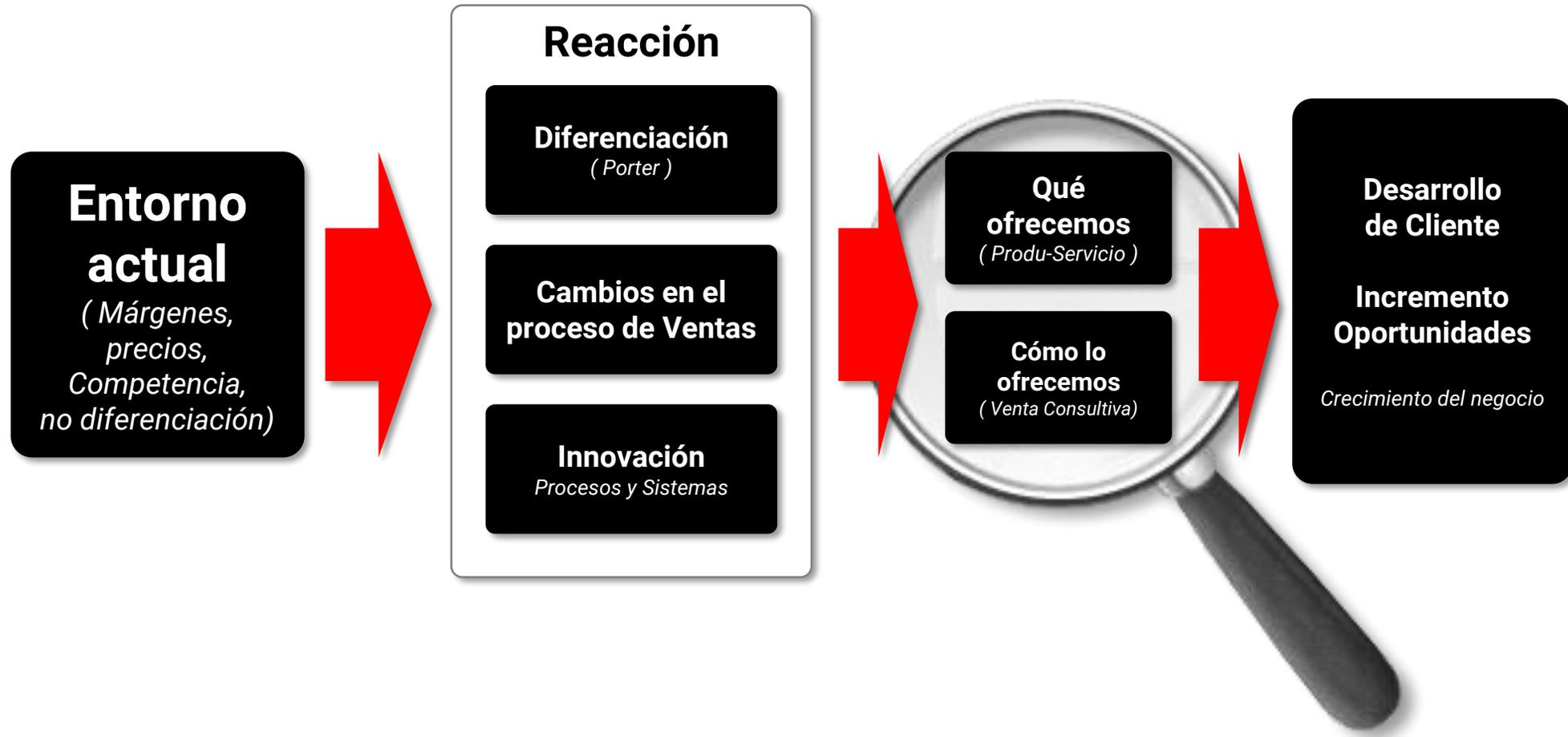
Los clientes tienen presión y quieren estar seguros de la compra:

- *La compra de un producto o servicio puede tener un gran impacto*



Introducción Venta Consultiva

¿Por qué tenemos que cambiar la forma de vender?



Introducción Venta Consultiva

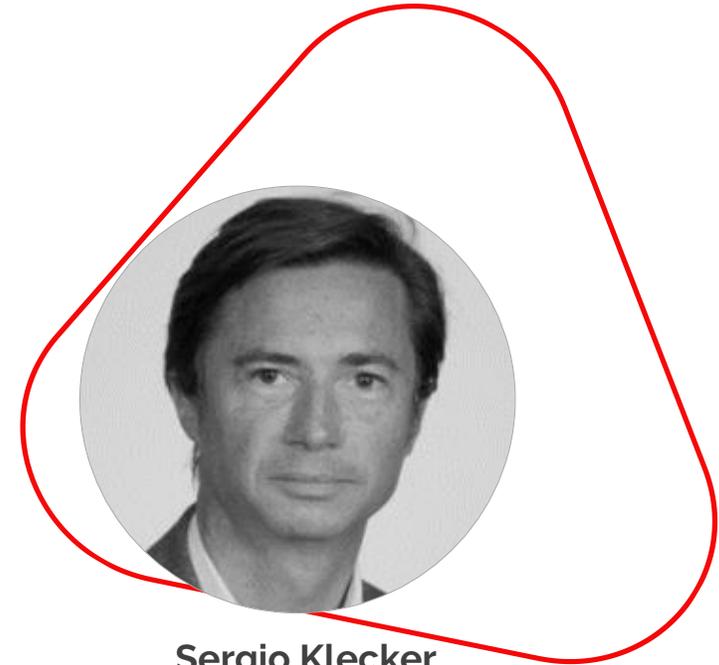
Qué tipos de relaciones existen con los Clientes



A lo largo del proceso de **Venta Consultiva**, las barreras de **quién compra y quién vende** se difuminan.

¡ Se “co-crea” !

¡Muchas Gracias!



Sergio Klecker
Consultor Senior