



CÁMARA DE  
COMERCIO  
E INDUSTRIA  
DE EL SALVADOR

---

## MODULO XIII – TELEMERCADEREO

---

Programa incrementando la competitividad para la venta



Usted tiene solamente unos pocos segundos para dar una buena impresión inicial al teléfono. Su preparación cuidadosa para las llamadas puede aumentar sus probabilidades de tener una conversación con un prospecto.

Termine las llamadas rápidamente, pero de forma amable, cuando resulte evidente que el prospecto no califica para su producto o que el prospecto no va a comprar.

Su tiempo al teléfono vale oro. Úselo para vender. Sea breve y vaya al grano. Su llamada telefónica es vista como una interrupción indeseada, más que como una visita bien recibida.

En la comunicación telefónica no tenemos el apoyo visual por lo que nuestra vocalización debe ser sumamente clara.

Sea sincero en todo momento. La gente puede percibir la falta de sinceridad, incluso en el teléfono, a pesar de que no pueden ver sus expresiones, gestos, movimientos de la cabeza o la postura del cuerpo.

No practique con los clientes con algunas llamadas de precalentamiento al comienzo del día. Practique con alguien conocido si usted lo necesita, o solamente imagine una conversación en voz baja para entrar en calor.

Debemos tener a disponibilidad inmediata todos los instrumentos a utilizar: Papel para tomar notas, pluma ó lápiz, guión de llamadas, etc. Si en algún momento dejamos caer nuestro lápiz o el papel ...es preferible no tratar de recuperarlos al momento que estamos hablando pues cualquier movimiento corporal que realicemos incidirá en el cambio del tono de voz, que puede hacer que nuestro interlocutor considere que no se le está prestando la atención necesaria

Es muy importante que estemos en una posición cómoda porque de lo contrario se reflejara en nuestro tono de voz.

Si nos encontramos de mal humor es preferible tomarnos unos minutos para cambiar nuestro temperamento antes de realizar las llamadas respectivas.

Debemos concentrarnos totalmente en la persona con la que estamos hablando, para poder responder de una manera efectiva a las inquietudes que pudiera tener.

Es sumamente importante repetir cuantas veces nos sea posible el nombre de nuestro interlocutor, ya que eso le demuestra el interés que ponemos en la conversación.

El vocabulario a utilizar debe ser formal pero a la vez entendible y claro.

Es importante sonreír cuando se habla por teléfono porque aunque la sonrisa no se pueda ver se puede percibir en la tonalidad de las palabras, sin embargo debe ser discreta, de aprobación, reflejar que estamos complacidos con lo que nos dicen de lo contrario nuestro cliente lo puede percibir como una burla.

Debemos ser cordiales pero sin rebasar el límite al exceso de confianza....pues esto puede incomodar en menor o mayor grado a las personas

Debemos procurar tratar de usted a todas las personas con las que nos comunicamos comercialmente, a pesar de hablarles por el nombre; esto hará que nuestra conversación sea más profesional.

Es preponderante saber escuchar...nos ayudará a establecer las necesidades de nuestro cliente que se pueden convertir en una arma de ayuda para la venta de nuestros productos.

Si estamos convencidos de que nuestros productos son buenos podemos transmitir esa seguridad a nuestros interlocutores.

Es importante saber refutar educadamente ciertas objeciones que pudieran tener acerca de nuestros servicios, establecerlas y darles solución en el momento....si no nos fuera posible porque no depende de nosotros...cumplir con el tiempo ofrecido para dar la repuesta correspondiente.

Para conseguir los objetivos anuales establezca objetivos diarios, y alcáncelos. Registre diariamente su progreso.

Mantenga registros de los contactos realizados para trabajar en el futuro. Tome nota de las fechas para el seguimiento de sus llamadas.

Registre sus tasas de éxito en conseguir el acuerdo del comprador. Esto le ayudara a identificar y corregir cualquier debilidad en su estrategia o enfoque.

Use las mejores horas para vender (las horas en las que sus prospectos están disponibles y más receptivos) solamente para vender. La experiencia rápidamente le va a enseñar en qué momento sus prospectos son más receptivos. Realice todas sus otras actividades en otro momento.

Use las experiencias anteriores para prepararse y reaccionar a las situaciones más comunes. Por ejemplo, si usted continuamente se encuentra con la misma objeción cuando ofrece un producto, piense junto con sus compañeros en todas las diferentes maneras para enfrentar esa objeción, así usted estará preparado la próxima vez que aparezca.

Use otras herramientas de comunicación para apoyar sus ventas telefónicas, incluyendo teléfonos celulares, máquinas de fax, email, etc. Por ejemplo, parte de su estrategia de ventas puede ser ofrecer a sus prospectos el envío de información adicional por email o por fax.

La parte más importante de una presentación de ventas por teléfono es el cierre.

Dedíquele el tiempo necesario.