

# PÍLDORA: TU EQUIPO DE VENTAS



**sano**<sup>®</sup>

A C A D E M Y



## Tu equipo de ventas

La venta es el arte de satisfacer las necesidades de un cliente mediante la oferta de un producto o servicio, a cambio de una compensación económica. El proceso de ventas abarca desde la captación del cliente, pasando por el cierre de la venta, hasta el seguimiento post-venta, donde evaluamos la satisfacción del cliente. La satisfacción genera lealtad, lo que fomenta la recompra y convierte a un cliente en un embajador de nuestra marca, quien compartirá su experiencia y atraerá a nuevos usuarios.

Vender es algo que hacemos en muchos aspectos de nuestra vida, desde presentar nuestro perfil para un empleo hasta proponer ideas o compartir puntos de vista. Aunque muchas veces no le prestamos atención, todas estas acciones siguen un proceso y requieren ciertas habilidades para que el otro se sienta atraído y decida dar un "sí".

Cuando vendes tus servicios de entrenamiento, no solo estás mostrando lo que ofreces, sino destacando los beneficios reales que te diferencian de la competencia. El proceso culmina en dos pasos clave: el cierre de la venta y la creación de lealtad, logrando que el cliente regrese y mantenga su relación contigo.



## 1.1. Perfil del vendedor

Es un error pensar que un buen vendedor es aquel que convence a cualquiera en cualquier momento. Las ventas no ocurren por casualidad, sino que siguen un proceso estructurado. Un buen vendedor es quien ha trabajado en desarrollar habilidades específicas y entiende las etapas del proceso de ventas.

Establecer una conexión emocional con el cliente desde el primer momento es fundamental. Queremos que nuestros clientes vean nuestro centro como un lugar donde pueden relajarse, divertirse y alcanzar objetivos. Para lograr esto, es necesario ser organizado y cumplir con una serie de tareas diarias:

- Seguir las ventas pendientes.
- Confirmar citas y agendar nuevas con potenciales clientes.
- Ofrecer pruebas de servicio y hacer seguimiento.
- Proponer mejoras al equipo y fidelizar a los clientes existentes.

Algunas cualidades esenciales del vendedor incluyen:

1. **Organización:** Debes estar preparado para gestionar varias demandas a la vez y hacer un seguimiento efectivo tanto de las ventas realizadas como de las oportunidades perdidas.
2. **Humildad:** No dudes en usar herramientas que te hagan más eficiente y en aprender de vendedores más experimentados.
3. **Enfoque en el valor agregado:** No vendas por precio. Aporta valor al cliente resaltando cómo tu servicio mejora su bienestar, salud y vida social.
4. **Escucha activa:** Entender las verdaderas necesidades del cliente te permitirá ofrecerle una solución adecuada sin objeciones.



**5. Comunicación verbal y corporal:** Un buen vendedor maneja tanto las palabras como el lenguaje corporal, transmitiendo confianza y empatía para evitar malentendidos y conectar de manera genuina con el cliente.

## 1.2. Crear tu equipo

Antes de formar tu equipo de ventas, define claramente tus objetivos y necesidades. No todos los empleados serán expertos tanto en ventas como en la ejecución técnica del servicio, por lo que debes tener perfiles complementarios. Un error común en la gestión de centros deportivos es no dar prioridad a la formación de un equipo formado en ventas sólido. Recuerda, todos tus empleados forman parte de tu equipo de ventas, incluido tú.

Relación con tu equipo de ventas.

Para convertir a tu equipo en uno orientado a las ventas, toma en cuenta los siguientes aspectos:

- 1. Formación continua:** Tus empleados deben tener un conocimiento profundo del servicio y de la empresa. Esto les permitirá destacar en las conversaciones con los clientes.
- 2. Organización:** Establecer un protocolo de ventas y seguimiento es clave para controlar el trabajo del equipo, su efectividad y mejorar la gestión de clientes.
- 3. Recompensa:** Establecer metas claras y ofrecer recompensas por alcanzarlas es esencial para mantener motivado al equipo.



## Conclusiones

El cliente, ya sea interno o externo, es la pieza clave de cualquier negocio. Sin un equipo orientado a la venta, no habrá clientes, y sin clientes, no hay negocio. Invierte tiempo y recursos en formar un equipo que se enfoque en captar y fidelizar clientes, optimizando así las probabilidades de alcanzar tus objetivos comerciales.