



1^{er}
**CONGRESO
NACIONAL
DESPACHOS BK
ETL GLOBAL**

RIOJA FORUM
9 Y 10 DE SEPTIEMBRE

“Vender sin vender”
Idoia Guevara Hernáez

Vender sin vender



Introducción

Está claro que todos los despachos tienen un objetivo claro: conseguir nuevos clientes. Un buen decálogo de venta permitirá que todos los integrantes del despacho unifiquen criterios al presentar servicios a los clientes. No se trata de memorizar unos argumentos y soltar el discurso en las reuniones, sino en interiorizar todos los servicios y ver el momento de ofertarlos sin que el cliente perciba que le estamos intentando vender. El objetivo es que el cliente nos solicite el servicio

Los despachos, aún a día de hoy, esperan a que los clientes les entren por las puertas atraídos por el imán de la placa identificativa de las fachadas. La realidad es que hay que ser conscientes de los cambios que está sufriendo el sector de la asesoría y del aumento de competencia, hay que adaptarse a las exigencias del mercado aplicando técnicas que nos ayuden a diferenciarse de nuestra competencia y atraer nuevos clientes.

En ambos casos, suponiendo que ambos perfiles cuenten con un nuevo contacto susceptible de convertirse en cliente, hay que **desplegar nuestros mejores argumentos de venta, en fondo y forma**, para conseguir generar la suficiente confianza e intentar que ese contacto contrate nuestros servicios.

Como vender **DESPACHOS BK**

- **¿Qué somos?** ¿Cuál es la misión de mi despacho? ¿qué áreas llevamos? ¿cuál es nuestra especialidad?, ámbito territorial, etc.
- **¿Qué se caracteriza mi despacho frente a la competencia?** ¿cuáles son mis rasgos diferenciadores? ¿mis valores?.
- **¿De dónde viene mi despacho?** ¿cuál es su historia? ¿cómo empezó? ¿quién o quiénes lo fundaron?.
- ¿Contamos con referencias a nivel **reconocimientos**? ¿sellos de calidad, directorios,...
- **Clientes y expertise.** ¿Cuál es nuestro target? ¿con qué clientes representativos cuenta el despacho? ¿en qué sectores nos movemos?.
- **Equipo.** Es muy importante hablar bien de nuestros compañeros y “vender” bien su experiencia y profesionalidad. Perfil de los socios, últimas incorporaciones y refuerzos, etc.
- Colaboraciones y participación activa en asociaciones de empresarios, escuelas de negocio, universidades, etc. **La vertiente docente** es algo que denota actualización, y puede empacar mucho nuestro discurso de venta.
- **Herramientas tecnológicas y sistemas de trabajo** que se utilizan en el despacho. Siempre desde la perspectiva del cliente y garantizando la transparencia en nuestras comunicaciones con él.
- ¿Cuál es nuestra visión? es decir, **¿hacia dónde va el despacho?**. Hagamos partícipe de nuestro proyecto a ese posible cliente.
- **Método de trabajo.** Estoy hablando de un **método personal que haga de nuestro asesoramiento algo exclusivo**, propio. Un estilo que caracterice el trabajo que sale del despacho.

Quien vende en DESPACHOS BK

ESTRATEGIA COMERCIAL

DEFINICION TÉCNICA: Una estrategia comercial es el conjunto de acciones que pone en práctica una empresa para dar a conocer un nuevo producto, para aumentar su cuota de venta o para aumentar su cuota de participación de mercado.

¿Quién vende en DESPACHOS BK? **TODOS LOS PROFESIONALES,**

- Desde la Atención al cliente recibiendo al cliente presencial o telefónicamente.
- En la comunicación con el cliente, mails, wasap, redes sociales,...
- Mostrando empatía con el cliente, en los expedientes y en su vida privada.
- Teniendo honestidad, transparencia, creando lazos en la vida personal y profesional.
- La imagen del despacho y los profesionales del mismo.

Preguntas



¿Quién es el equipo comercial dentro de tu despacho?.



¿Quién gestiona las incidencias/disconformidades dentro del despacho?



¿Por qué vuelven o prescriben los servicios del despacho?



¿Qué es más fácil; cliente nuevo o escalada en el cliente?



¿Confían los clientes en vosotros?



Bilbao – Burgos – Logroño – Miranda de Ebro
Oviedo – Salamanca - Vitoria-Gasteiz - Zamora

www.bketl.es