



LESSON CONTENT TEMPLATE



Erasmus+

Proyecto financiado por: **Erasmus+ / Key Action 2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices, Knowledge Alliances.**

1. Documento de aprendizaje

Tema 3. Lección 2: conocer la audiencia

Cientes

Introducción

En la lección anterior aprendimos que antes de solicitar financiamiento, teníamos que tener nuestra cartera de clientes (aunque fuera pequeña), como una forma de demostrar que la hemos podido obtener con nuestros recursos. Pero, ¿a qué tipo de clientes tenemos que atender? ¿Cómo hago para que elijan mi producto o servicio sobre mis competidores? ¿Qué tengo que mostrarles para que mi producto les convenza?

Una vez que se complete y apruebe esta lección, los alumnos podrán:

1. Reconocer los perfiles de los clientes
2. Adaptar el pitch a la audiencia de clientes

A través de esta lección, aprenderemos qué tipos de clientes existen y qué pautas debemos seguir al trabajar con clientes potenciales.

1. Tipos de clientes

En la siguiente infografía encontraremos diferentes tipos de clientes, nos parece que es importante conocerlos aunque a lo largo de esta lección nos centraremos en el “cliente potencial”.



2. Pautas para llegar a los clientes cuando se desarrolla el negocio

Crear una conexión entre el producto y el cliente:

Si estudiamos el perfil de nuestro cliente, sabremos cuáles son sus objetivos y necesidades, esto nos permitirá presentarle la solución que brinda el producto. Es decir, se trata de explicar las características del producto que se ajustan a sus necesidades.

Recuerda revisar el esquema problema-solución que desarrollamos en la Lección 3, Tema 2.

Muestra por qué elegir tu producto o servicio sobre los competidores:

No basta con poder satisfacer las necesidades del cliente, tenemos que demostrar que podemos hacerlo mejor que nuestros competidores.

En la presentación del pitch o en la conversación que se tenga con el cliente, hay que discutir cuál es tu diferenciación, cuáles son tus puntos fuertes.

Usa storytelling o narración de historias:

Se ha demostrado científicamente que la técnica de storytelling impulsa las ventas, por ejemplo, utilizando testimonios de clientes que cuentan su experiencia.

Las historias contadas en el contexto de las ventas permiten al cliente visualizar cómo aplicamos los productos o servicios.

Intentar convertir la presentación en un diálogo, no en un monólogo:

Cuando hacemos una presentación de negocios, se trata fundamentalmente de crear una conversación, porque las presentaciones interactivas mantienen a los clientes más comprometidos. Para facilitar la conversación podemos hacer preguntas abiertas. Por ejemplo, después de explicar un beneficio, podemos preguntarnos ¿cómo ayudaría esto? ¿Cómo podría esta idea mejorar las cosas?

No terminar sin realizar alguna acción.

Con nuestra presentación tenemos un objetivo claro (conseguir un contrato, darnos el visto bueno...), si al final de la presentación o de la conversación con el cliente no consigues lo que estabas buscando, encuentra una excusa para volver a ponerte en contacto.

Tu llamado a la acción puede consistir en ofrecer algo gratis, un presupuesto, una reunión con el equipo o las instalaciones ... No te vayas sin haber hecho tu propuesta o solicitud.

Pensar en las posibles objeciones de los clientes y cómo responder a ellas.

Puedes incorporar las objeciones en tu discurso, acompañadas de los argumentos correspondientes para refutarlas, haciendo que parezca que tienen menos peso que los beneficios.



Source: www.startupnation.com

Conclusión

Para tener una buena lista de clientes es importante dedicar tiempo a conocer los potenciales clientes y saber adaptar el mensaje a sus necesidades, sin embargo, no se trata solo de aumentar el número de clientes, sino de fidelizarlos. tratar de superar sus expectativas y atenderlos de forma personalizada, ambas cosas beneficiarán tu proyecto o negocio y te traerán nuevos clientes.

Bibliografía

Seis claves para construir tu presentación o pitch comercial

<https://www.comunicacionenforma.com/como-construir-tu-pitch-comercial/>