

**Introducción:**

# **Cierres Básicos para WhatsApp (Video LLamada, texto o Audio)**

---

Estos cierres son bastante conocidos y han sido utilizados durante décadas. Ahora verás el modo de utilizarlos en tan sólo un “copia y pega” con tus clientes para vender y captar más en la red social que más vende de mundo!

Algunos son muy útiles, pero otros se utilizan como atajos y pueden ser contraproducentes si se sobre utilizan.

## **▪ Las 3 Razones Para que tomen una decisión:**

Normalmente son tres las razones por las que alguien no puede tomar una decisión.

- La primera es porque no entienden cómo funciona y cómo le puede beneficiar.
- La segunda razón tal vez tenga que ver con que no he creado suficiente credibilidad sobre mi 3X... (confíe en mi, en mi servicio y en mi empresa)
- Y la tercera razón es porque simplemente no se pueden permitir mi producto o los servicios de mi empresa.

## **¿Encaja con alguna de las 3 categorías?**

*Aclara cuál de estas razones son las que hacen que el cierre quede colgado y cierra el trato. Esto te ayudará a detectar el interés del que tienes al otro lado.*

*Nunca se trata de todas estas razones y si escuchas que sí lo es, la razón siempre será que no están completamente convencidos de tu producto como su posible solución.*

*Este cliente tal vez sólo esté desparramando excusas con el fin de no tomar una decisión por lo que **tu trabajo consta en no permitirle y encontrar la razón real del problema.***

*Esta es una forma muy poderosa de resumir su trato o propuesta y cerrar. Cuando te encuentren en el punto de la negociación que se mencionan cambios o se añaden aspectos o modificaciones, utilízalos como razones para resumir y entonces dirígete hacia delante asumiendo un acuerdo comercial y cierra.*

## ▪▪ Suposición

**Bien, esto es lo que debemos hacer. Mis “servicios” incluye (detalla los beneficios)... ¿Es eso todo, cierto? ...**

**Silencio...**

**¿Es esto lo que usted quiere?. Estupendo. “Mi empresa” va a seguir hacia delante y enviarle por “x” nuestro “contrato” que necesita su aprobación. ¿Lo recibiré de vuelta antes de finalizar el día?**

*Este es un cierre clásico y consideraría oportuno utilizarlo varias veces a lo largo de cada venta, donde tu asumes titularidad y acuerdo. Este cierre requiere potencia y dinamismo para cualquiera que vende algún producto o servicio.*

## ■ Clarificar – Perspectiva Correcta

**¿Qué necesitarías tener claro para acceder a la “vivienda, cita...” hoy?**

Pongamos esta decisión en su perspectiva correcta, no es una decisión que va a cambiar el mundo y de ninguna forma va a impactar negativamente tu estilo de vida o tu situación financiera, ¡hagámoslo!

Necesito tu aprobación “aquí y aquí” (cuando tengas delante al cliente o al enviar tu contrato por WhatsApp para su firma digital).

*\*De nuevo, el precio es el culpable pero nunca la razón. Respalda el precio que presentaste. Bajar el precio, un poco, nunca va a hacer tu producto o servicio más valioso a los ojos del cliente.*

## ■ Números y Condiciones

**¿Qué números y condiciones son necesarios para que tu digas “sí” ahora mismo a esta “casa, exclusiva”?**

*Úsalo cuando un acuerdo parece inviable. Si se utiliza que sea siempre como último recurso, bastante avanzada la negociación pero con cuidado de no sobre utilizarlo. Este cierre es frecuentemente usado por los que buscan atajos y no tienen entrenamiento en cierres.*

## ■ Sentir-Sentirse-Encontrar (empatizo, comprendo y cierro)

**"Aprecio el hecho que me digas cómo te sientes al respecto. Yo me he sentido así hasta que encontré que no había otra opción mejor, el precio no va a reducirse y en pocas palabras ¡esto es lo que necesitas!. Hagámoslo ahora."**

*Este cierre se basa en la empatía y la comprensión. Sentir-Sentirse-Encontrar y entonces vuelve hacia atrás para mencionarles el por qué deberían hacerlo de todas formas. Un buen cierre y fácil de recordar. Este cierre proviene de un entrenador de ventas llamado Jackie Cooper.*

## ■ ■ Cierre del “apretón de manos”

**Tú sabes que suple tus necesidades y sabes que puedes permitírtelo. Sólo es cuestión de tiempo hasta que lo hagas, por tanto dejemos esto zanjado ahora...** (envía un emoticono de la mano o alarga la mano abierta asumiendo que va a haber un apretón de acuerdo y mantén la boca cerrada)

*Hay un punto en cada negociación que sólo se reduce a esto: moverse en dirección del acuerdo asumiendo que se va a cerrar el trato. Mira al comprador a los ojos, dirígete hacia delante con la mano abierta, para de hablar y consigue que el comprador te de la mano. ¡Mantén la mano el tiempo que haga falta y no digas ni una palabra!*

## ■ ■ Si pudiera, harías...

**Si pudiera manejar cualquier objeción que tengas, ¿tomarías una decisión para comprar “esta casa”? ¿Firmarías esta exclusiva?**

*Siempre mantén este cierre en mente para el final del juego, nunca de forma temprana. Tu intento es ver si puedes conseguir que el comprador vea una posibilidad de tomar una decisión positiva. Una vez que consigas el Sí, entonces recoge la lista de objeciones y maneja la situación. El paso más importante en cada cierre es que el que toma la decisión pueda decir que Sí. Hasta que esto no ocurra, un cierre no va a ser posible. Ten cuidado de no sobre utilizarlo.*

## ■ ■ Última Vez

**¿No crees que, ya que estamos una vez en la vida, merecemos crecer y vivir la vida que deseamos? ¿Cuándo fue la última vez que te hiciste algo bueno y agradable para ti?.**

*De nuevo, estamos confrontando lo irracional. Este cierre combina miedo y la idea que el comprador no ha hecho cosas suficientemente buenas las cuales se merece.*

## ■ ■ Cierre del cachorro

**“Déjeme sugerirle que lo acepte ahora y se lo lleve a casa esta noche y cuando amanezca mañana decida si es lo que debería hacer o no. Si decides que no, tráigalo de vuelta y no hay problema.”**

*Este cierre puede sobre utilizarse fácilmente como una razón para no cerrar por lo que utilízalo al final de todo, como último recurso. El poder de este cierre es particularmente útil con artículos que no tienen una relación directa con los sentimientos. Y de nuevo, un vendedor flojo tendrá la tendencia de sobre utilizarlo como una forma de no cerrar una venta.*

## ■ ■ Calidad

**Sé que es más dinero del que consideraste y yo supongo que lo mismo te ocurre cuando compras otros productos o servicios. Es obvio que eres una persona que personifica la calidad: compra artículos buenos, vive en calidad, viste de calidad y sabe que los productos de calidad cuestan más que otros productos. Dejemos esto zanjado para que puedas empezar a disfrutarlo.**

*Aquí es cuando continuas vendiendo el precio de producto como la razón para comprar, y no como una objeción. ¡Utilizas la objeción como razón para cerrar!*

## ■ ■ Escasez

**Como ya tienes seguramente presente, hay un límite de personas con las que podemos “trabajar” y existe una gran demanda, y quiero estar seguro de que podemos ofrecerte lo que quieres, por lo que dejemos zanjado lo burocrático y hagámoslo.**

*Este cierre utiliza la escasez o exclusividad y la esperanza de ser el primero e incluso el miedo de perder una oportunidad. Sé cuidadoso con este tipo de cierre, no obstante, los clientes buscan la tangente rápidamente.*

## ■ ■ Los tres Sí's

**¿He contestado todas tus preguntas?**

**¿He sido accesible y abordable?**

**¿Soy el tipo de persona con la que te sientes cómodo? ... Entonces necesito tu OK aquí.**

*Sí es la palabra más poderosa de nuestro idioma. Consigue que el cliente diga que sí. Sólo haz preguntas donde consigas un “sí” y entonces cierra. Podrías preguntarle otra pregunta para conseguir el cuarto sí, pero no lo recomiendo. No preguntes al intentar conseguir una venta con opción de “sí” o “no”. Asume el cierre y solicita su firma. Los sí's ponen a punto la firma del contrato. Consigue ímpetu al cerrar.*

## ■ ■ No será más fácil

**“No será más fácil de poder permitírselo más tarde. Ahora es el mejor momento para hacer algo rentable para tu “empresa, vida, familia...”**

*Costearse algo no es más fácil a posteriori y cuanto más se tarda menos probabilidades se tiene de obtenerlo. Utiliza el tiempo para conseguir el cierre.*



■ ■ Te lo mereces

**Sé que es mucho dinero, y te lo mereces. Y si no te lo mereces, no conozco a ninguna “familia, persona” que sí se lo merezca. Necesito que vengas, sí o sí.**

*Este cierre juega con la necesidad humana de creer que se necesitan recompensar o remunerar personalmente. Este pensamiento es utilizado por gente que quieren darse un capricho o gusto a ellos mismos con cosas que no necesitan. Sólo se utilizaría con alguien a quien se le ofrece un servicio de medio-bajo coste.*

**Esto es un 1% parte de nuestro curso de WhatsApp para inmobiliarios:**

