PROSPECCIÓN + VENTAS
=
MÁS INGRESOS

Las mejores técnicas
para aumentar su prospección de clientes
multiplicando las ventas.

Introducción

La prospección es la búsqueda y calificación de clientes potenciales.
Nos permite enfocarnos en nuestro público objetivo, identificando quiénes de ellos pueden llegar a comprar nuestro servicio/ producto.
En este EBook preparado por nosotros especialmente para usted, queremos mostrar algunas técnicas básicas para aumentar las ventas en su gimnasio.

Esperamos que le sea de utilidad!

Técnicas de prospección

Prospectar implica entender la importancia de preguntarnos "¿quiénes pueden ser nuestros futuros clientes?", este es el punto de partida si queremos lograr Ventas para nuestro Gimnasio o Club.

A continuación desarrollaremos tres técnicas que le permitirán prospectar y generar potenciales nuevos clientes.

Técnica 1 - PROSPECCIÓN por REFERIDOS

Esta manera de prospectar es considerada la más efectiva por los vendedores, ya que parte de un referente, el cual brinda los nombres de otras personas para contactar, y a su vez, cada una de esas personas le brinda más nombres.

¿Cuándo deben pedirse los datos de referidos?

Técnicas de prospección

El momento indicado es **cuando el cliente potencial ha concretado su primera compra y se transforma en cliente.**

Inmediatamente después del cierre, es el momento donde más aceptación y confianza tiene el cliente con el vendedor y estará más propenso a dar nombres de sus conocidos ya que querrá que otros compren la solución que él ha adquirido.

¿Cómo pedir los referidos?

Pasos básicos.

1. Proponer una invitación: "¿Crees que sería bueno compartir con algún amigo/s una semana de entrenamiento juntos?".
2. Solicitar los datos del invitado para contactarlo.
3. Agradecer y mantenerlo informado.

Técnicas de prospección

Técnica 2 - PROSPECCIÓN por BASE de DATOS Existente

A la base de datos no se le suele dar la importancia que tiene. En ella abunda información de visitantes o ex clientes de nuestro negocio (clientes inactivos). Suele ser información inactiva y obsoleta ya que no suele ser actualizada. Y seguramente al trabajarla nos encontremos con la sorpresa que existían potenciales clientes que esperaban a que nosotros los contactáramos.

No es momento de perder tiempo, pongámonos manos a la obra con el listado!!!

Técnicas de prospección

Cómo hacerlo?

Vamos a analizar el manejo de la base de datos en dos etapas:

Etapa 1: Análisis de los datos.

Debemos analizar la información obtenida de cada ex cliente o visitante, generando con esto dos perfiles de personas, para así poder comenzar a relevar datos sensibles y secundarios.

En el caso de los Ex Clientes, datos sensibles pueden ser, cuánto tiempo fue usuario, qué tipo de plan compraba, mail y datos secundarios como edad, sexo, etc.

En el segundo segmento, el de las visitas, monitorear la existencia de datos básicos como mail y teléfono de contacto.

Técnicas de prospección

Etapa 2: ¿Cómo utilizar estos datos?

Ex clientes:

1- Llamar utilizando la información recabada.
2- Consultar los motivos por los cuales dejó de entrenar en el gimnasio
3- Realizar una propuesta para captarlo nuevamente.
4- Si está de acuerdo, pautar una entrevista en el gimnasio.
5- Agradecer la atención.

Visitas:

1- Contactar para saber si asiste a algún gimnasio. Y si es así, consultar a cuál, y su nivel de satisfacción.
2- Realizar una propuesta o invitación para acercarlos a nuestro gimnasio.
3- SI está de acuerdo, pautar una cita en el gimnasio.
4- Agradecer la atención.

Técnicas de prospección

Técnica 3 - Prospectar a través de alianzas estratégicas

Prospectar de manera colaborativa suele ser una técnica para llegar a un grupo de personas que se nuclean en un mismo espacio. Por ejemplo, al establecer un convenio con los comercios cercanos al gimnasio estaremos llegando a un grupo de potenciales usuarios que sin un estímulo realizado por un referente que garantice la confiabilidad del gimnasio, no entrarían en contacto con nosotros.

Los acuerdos suelen representar un beneficio para quienes promocionan nuestro negocio. El mismo puede ir desde descuentos en abonos, pases libres para sus clientes, o alguna acción en conjunto que le retribuya al comercio en imagen positiva.

¿Cómo realizarlo?

Pasos básicos.

1-Establecer la potencialidad de captación de potenciales clientes derivados por el comercio.

2-Pautar un beneficio para el mismo y documentarlo.

3- Monitorear que se cumpla con el acuerdo.

4-Evaluar en un plazo determinado el impacto de la alianza.

Mejorar la performance de ventas

Es obvio que los resultados y la "Gestión" de ventas son determinantes para la vida, desarrollo y futuro de su Gimnasio, por eso, la pregunta del millón es:
Cómo podemos potenciar, desarrollar, motivar y elevarel desempeño de la fuerza de ventas?
Bien, la respuesta es simple, por eso le ofrecemos 3 Claves que seguramente harán detonar el desempeño de su Equipo de Ventas.

Mejorar la performance de ventas

1 – Apoye a sus Vendedores para alcanzar grandes metas

La confianza mejora y la autoestima se eleva cuando el vendedor y en consecuencia el equipo toma conciencia de que en Acciones y no solamente en el Discurso, son capaces de concretar un buen nivel de ventas. Esto les da la pauta de que pueden alcanzar Grandes Resultados, consiguiendo así que su Gimnasio pueda trascender el mercado, que pueda competir y GANAR!

Recuerde que "Escalar el pico más alto" pudiendo colocar su bandera encima es como generar un caso de Éxito, esto le brindará un mejor ambiente de trabajo y competitividad, transfiriendo Seguridad y Confianza.

Como?

1 - Plantee objetivos diarios

2 - Comuníquelos en reuniones individuales o grupales

3 - Realice un seguimiento, motívelos a ir por mas.

4 - De no poder hacerlo personalmente, cualquier herramienta de comunicación es viable ej: Sms, textos y Audios de Whatsapp.

5 - Realice regalos inesperados, por ejemplo un chocolate.

Mejorar la performance de ventas

2 – Conozca y Rodéese de Talento.

La confianza se gana en el "Campo de batalla", realizando un profundo trabajo de Prospección y trabajando las estrategias junto al vendedor.

Esto es fundamental para mantener un conocimiento del comportamiento de su potencial Cliente y conocer mejor a su Equipo de Ventas (fortalezas, debilidades y necesidades) lo mejor es no dirigir desde el "escritorio"

Contrate gente talentosa, si esto implica una remuneración mayor, o por encima de la media, piense en esto como una Inversión a corto o mediano plazo!
La política de contratar personas de baja remuneración o desempeño regular solo fomenta "acciones mediocres" y limita los resultados.

Recuerde: "La magnitud de nuestro resultado, es el resultado del equipo"

Mejorar la performance de ventas

3 – Capacite a su Equipo de ventas

El "Entrenamiento" es fundamental para desarrollar y retroalimentar a tu equipo, es muy importante que al menos una vez al año su personal tenga la oportunidad de recibir Entrenamiento/Capacitación profesional.

En la mayoría de las ocasiones un Asesor de Ventas fracasa más por falta de Entrenamiento que por la actitud.

A nadie le gusta perder, el entrenamiento marca la diferencia!

Analice los resultados que tiene hoy

El proceso Administrativo en esencia no ha cambiado, un líder eficazdebe ser competente en 5 puntos básicos!

Planificar

Establezca objetivos cualitativos y cuantitativos.

Organizar

Optimice los recursos disponibles desde los financiero hasta los humanos.

Dirigir

Asigne las tareas y responsabilidades por cada área del negocio.

Evaluar

Medir resultados logrados comparándolos con los proyectados.

Supervisar

En función de la gestión evaluada, paute nuevos objetivos y tareas.

Si bien, algunas actividades se pueden delegar o contratar personal calificado, el conocer cómo se realizan estas tareas y dominarlas le darán "poder" y "control" a su GESTIÓN. Llamamos a este PODER como AUTORIDAD CONQUISTADA.

Analice los resultados que tiene hoy

Identificar su papel como líder inspirador

Qué tipo de LIDER es usted?

Seguramente se habrá hecho esta pregunta en un millón de oportunidades, descubrir sus fortalezas y debilidades en este ROL dependerá de cuanto esté involucrado en la tarea, le aseguramos que cada día se aprende algo nuevo y apasionante en el mundo de las ventas. lo mejor de todo esto es que si se hizo la pregunta, tiene una MARAVILLOSA POSIBILIDAD de conquistar en sus manos, le dejamos 3 puntos Importantes a tener en cuenta:

Analice los resultados que tiene hoy

Punto 1- Feedback

Celebre los Logros públicamente, pero realice los Retos en privado El LIDER deja "marcas" en su Equipo de trabajo, Usted qué huellasdeja? Motiva o Lastima? Esta regla en la Conducción de Equipos es un principio fundamental.

Hacer de alguien del personal un "ejemplo para todos" tiene mayor impacto e influencia en el aspecto positivo que negativo.

Si un integrante de su equipo renuncia,
que sea a la función y no a usted!

Analice los resultados que tiene hoy

Punto 2 - Metas: Promueva un ambiente de desafío y Prémielos!

Un vendedor sin ambición termina siendo un "pobre vendedor" y usted tendría que cuestionar y analizar seriamente si este tiene el perfil para dedicarse a las ventas.

Asi como en la película "Jerry Maguire" donde se hizo popular la frase "Show me the money", "el premio" es y será una gran motivación para su vendedor, a medida que la venta es más difícil o el reto mayor, el premio debería ser de igual valor. Recuerde que el vendedor no es un mal necesario, es el motor de su Gimnasio.

Analice los resultados que tiene hoy

Punto 3 - Charlas con equipo/Integración

Muchas veces usted puede detectar que no hay armonía ni compromiso entre las funciones o mismo entre las personas, y estos puntos resultan claves e influyen en el resultado final, por lo tanto es importante que todos se sumen a su "causa", los necesita como aliados.

Una de las mejores maneras es trabajar codo a codo saliendo a "jugar" como uno más, colaborando y comprometiéndose de tal manera que el Rol que ocupe se transforme en un Rol inspirador.

Si con su trabajo de Motivación influye y provoca que el resto de las personas mejoren sus performance y por ende ganen más dinero, habrá logradoaliados que facilitarán y se pondrán de su parte para alcanzar cualquier meta que les proponga!

Analice los resultados que tiene hoy

Analizar después de ser mejor líder

La única forma de evaluar nuestro liderazgo es a través del resultado, la dirección de un equipo no es tarea fácil por así decirlo usted es el responsable de generar las condiciones necesarias para que su equipo conquiste las metas.

Mientras más Consolidado y Motivado este su Equipo, tendrá mayor capacidad de alcanzar los objetivos que proponga!

Conozca dos técnicas que permitirán aumentar el índice de conversión de ventas.

Técnica 1: Generar vínculos y aumentar la confianza

Su prospecto, Juan llega a visitar el gimnasio, y es atendido por la recepcionista María que es muy simpática y genera rápida empatía. Realiza su rutina habitual de ventas, le muestra las instalaciones y le habla sobre las distintas actividades que su espacio le ofrece.

Juan, que ya siente confianza con María, le confiesa que hace varios meses que está intentando perder unos kilos, y que ya intentó con varias dietas y no lo está consiguiendo.
María, no conoce demasiado sobre ese tema…
Pensemos, qué sucede si María con cara de preocupación, le palmea el hombro y le desea buena suerte con ese tema…?

Esta situación es una excelente oportunidad para que María introduzca en la conversación a Jorge:
"Juan, conozco a alguien que puede ayudarte con este problema… Jorge, voy a presentarte a Juan, él está intentando perder unos kilos y no lo consigue, podrías ayudarlo?"

Conozca dos técnicas que permitirán aumentar el índice de conversión de ventas.

De esta manera, María está estableciendo una relación de confianza con Juan, y le está presentando a una persona que es especialista en el tema.

Así María, no solo está fortaleciendo la relación con el potencial cliente, ya que le está brindando ayuda, sino que además está generando un nuevo vínculo entre Juan y Jorge.

Entonces Juan, se sentirá mucho más cómodo con la idea de matricularse en el gimnasio, donde ya no se siente "sapo de otro pozo" y donde además hay gente con mucho conocimiento para asesorarlo.

Juan ahora está mucho más cerca de comprar el pase para entrenar en su gimnasio, por el sentido de pertenencia que ha generado.

Conozca dos técnicas que permitirán aumentar el índice de conversión de ventas.

Técnica 2: Seguimiento luego de la primera visita

Como ya sabemos, María tiene muy buen trato y genera vínculos fuertes con los nuevos visitantes del gimnasio.
Pero muchas veces, las personas encuentran numerosas excusas para no empezar a entrenar. Entonces no siempre es posible concretar la venta en la primera visita.

Actualmente, sus vendedores hacen un seguimiento de los prospectos luego del primer contacto?
Estamos comprendiendo la importancia de tener una buena base de datos, para lograr realizar una prospección exitosa.

Entonces María, además de ser simpática necesitará registrar algunos datos mínimos de cada potencial cliente que atienda.
Si María tiene ese hábito incorporado, no tendrá problemas para conseguir un teléfono o un mail para contactar a Juan, luego de esa primera visita cuando le presentó a Jorge.

Conozca dos técnicas que permitirán aumentar el índice de conversión de ventas.

Técnica 2: Seguimiento luego de la primera visita

Si Juan se fue con la información del gimnasio al trabajo, y tuvo un día no tan bueno, probablemente la experiencia positiva que tuvo al tratar con María y con Jorge, ese día queden en un segundo plano, y esa es una muy buena excusa para no ir a anotarse en el gimnasio al día siguiente.

Pero, cómo se sentiría Juan si María lo llamara al día siguiente para preguntarle qué le pareció Jorge, y si le gustaría ir a una clase de BODYPUMP de prueba?

Muy probablemente, Juan se sentirá mucho más cerca de Jorge y de María, y será aún más simple tomar la decisión de comenzar a entrenar ahí!

Aumente los ingresos vendiendo nuevos productos en su gimnasio

Ahora que conoce mucho más sobre prospección, sabe cómo hacer que su gimnasio convierta nuevos clientes.

Pero también puede aumentar las ventas ofreciendo nuevos productos a sus clientes actuales!

Entonces, cómo puedo saber si una nueva actividad en mi gimnasio va a tener aceptación?

Lo primero que necesita es saber qué es lo que su público quiere, qué le gusta hacer, qué le interesa.

Cómo puedo conocer más sobre los gustos de mis clientes? Simple:

Usted ya tiene una base de datos, entonces puede realizar una pequeña encuesta entre sus alumnos utilizando una herramienta muy simple y gratis! Formularios de Google.

Aumente los ingresos vendiendo nuevos productos en su gimnasio

Google cuenta con un paquete de herramientas ONLINE disponibles sin cargo para todos los usuarios de cuentas de Gmail.

Si usted no los utiliza aún, es una buena oportunidad para comenzar a utilizarlos. Puede abrir una nueva cuenta haciendo clic AQUÍ

De esta forma, usted podrá conocer mucho más a su cliente, porque podrá preguntarle, por ejemplo qué tipo de actividades le interesa y qué objetivos le gustaría alcanzar con su entrenamiento.

Con esta información es posible pensar en un nuevo producto que sus alumnos sentirán que fue "especialmente pensado para ellos".

Y qué logramos si las actividades propuestas les gustan a nuestros alumnos?

Alumnos felices que vienen a entrenar sin falta.

Y qué logramos si nuestros alumnos están felices y vienen seguido?

Alumnos con resultados que quieren seguir entrenando en nuestro gimnasio!

Conclusión

Aumentar los ingresos en su gimnasio, no es una Misión Imposible.
Puede ser el resultado de una buena prospección, y unas simples estrategias de ventas, que el equipo liderado por usted, llevará a cabo con éxito, por estar motivado.
Esto se verá reflejado claramente en las conversiones de ventas que realicen, permitiéndole obtener los resultados esperados.

Esperamos que este material le haya sido de utilidad, para seguir en busca de los mejores resultados en su negocio.

Equipo de desarrollo:

Este contenido fue desarrollado en una alianza entre 3 empresas que buscan generar soluciones y herramientas para mejorar la industria del Fitness.

W12 LesMILLS Argentina RINGSIDE

Creadores de contenido:

Edición:

M. Cecilia Marín - Leader W12 Argentina

Jorge Gavilan - Co creador RINGSIDE

Lic Claudio Olmos - Lider Comercial

Supervisión:

Junio Crocco - CEO FitnessDigital

Diseño y diagramación:

Yamila Pacalay - Diseño en Comunicación Visual

W12 Argentina

Una empresa formada por personas que tienen sólo una cosa en mente... Desarrollar soluciones simples y creativas para que usted tenga tiempo de aprovechar las cosas que realmente importan en la vida.

www.evoargentina.com

M. Cecilia Marín - Leader W12 Argentina

LesMILLS
Argentina

Les Mills Argentina

Les Mills Argentina es una de las Agencias que representa a Les Mills Internacional, una empresa de origen neozelandés con 4 décadas de experiencia en el desarrollo de Clases de Fitness Grupal de Calidad a Mundial.

www.lesmillsargentina.com.ar

Lic Claudio Olmos - Lider Comercial

RINGSIDE

RINGSIDE

RINGSIDE es el nuevo Sistema de Entrenamiento en Boxeo Urbano lanzado al mercado por Body Systems Argentina.

www.ringsideargentina.com

Co creador RINGSIDE