CARACTERÍSTICAS, VENTAJAS Y BENEFICIOS

El presupuesto básico en nuestra filosofía de ventas es, como lo hemos consignado en la introducción de este curso, la venta a través de la satisfacción de las necesidades del cliente; en consecuencia no se puede vender si no se logra este imperativo; veamos como:

Características

Son las cualidades de los productos; sus elementos constitutivos. Por ej.: El calefón tiene un termostato. El termostato es una de las características del calefón o el termotanque.
Pregunta: se satisfacen las necesidades de los clientes describiendo las características de los productos.
Respuesta: NO. El motivo es que le recitamos un conjunto de cualidades del producto sin saber si satisface sus necesidades. Por otra parte, mientras hacemos esto no lo estamos dejando hablar.

Ventajas

Son la finalidad de las cualidades, lo que ellas hacen. Por ej.: El termostato regula la temperatura del agua.
Pregunta: ¿se satisfacen las necesidades de los clientes explicando las ventajas?.
Respuesta: NO. Por la misma razón anterior

Beneficios

Son las características de los productos vinculadas con las necesidades expresadas por los clientes. Por ejemplo: este termostato regula a su gusto la temperatura del agua de manera que Ud. no tendrá frío ni excesivo calor cuando se bañe, lo cual coincide con lo que me acaba de solicitar.
Como se observa, el beneficio encierra la característica y a su ventaja pero no es ni una cosa ni la otra.

LOS CLIENTES SÓLO COMPRAN POR BENEFICIOS

Los tipos de necesidades

Hay dos tipos de necesidades

Manifiestas y latentes

Las necesidades manifiestas

Son las que declara el cliente cuando lo entrevistamos, como ya hemos visto, son aquellas urgencias que el cliente tiene conciencia que debe satisfacer y lo hace abiertamente público.

¿Que conviene al vendedor consultor frente a las necesidades manifiestas?

Respuesta: satisfacerlas de inmediato. Pero eso no indica que allí se haya terminado la tarea.
Hay que preguntarle al clienta para que quiere el producto.