

CAPACITACION: CULTURA DEL CREDITO Y EDUCACION FINANCIERA

VENTA DEL CREDITO

Vender un crédito significa un compromiso del promotor en lo profesional y en sí con las características del producto, ya que el crédito es un vínculo directo al crecimiento económico con orden; las estrategias en la venta del crédito dependen de diversos factores, e intentaremos resumirlas de la mejor manera posible considerando las tres C:

A) Conocimiento del ciclo de crédito: Inicia con saber que corresponde a la primera etapa del proceso de crédito, ya que el vendedor debe conocer el entorno a atender, el ciclo de las actividades, épocas de demanda y los modelos que más emplea el usuario del producto o servicio financiero.

B) Conocimiento del producto: El portafolio de opciones es la mejor herramienta de venta ante los *stakeholders*, ya que muestra las alternativas entre productos, ventajas, desventajas, oportunidad en la negociación y comparación con otros competidores del segmento (*éstos son los documentos de entrada*); conocer el producto permite consolidar la venta en mercados altamente competidos como son los taseros (*competencia por tasa*), los horizontales (*muchos puntos de venta*) y mercados de garantía (*diferenciación por tipo de garantía*)

C) Conocimientos del promotor de crédito: Debe partir del principio de ser negociador, ya que esto significa contar con determinadas habilidades y destrezas; que se manifiestan en la comunicación, observación, perspicacia, respeto, honestidad, ágil y creativo. Imaginemos el resultado al integrar en su carpeta de trabajo lo siguiente:

- 1) Elegir correctamente al cliente (*Análisis interno, Negocio alternativo e Investigación*)
- 2) Escuchar lo que desea con el tipo de crédito para una mejor orientación
- 3) Que producto financiero se adaptó a lo anterior
- 4) Manejar objeciones empático-cortés-solidario y mostrar alternativas viables (*algunos denominan a esto habilidad de sentir y necesidad de crecimiento*)
- 5) Cerrar la venta en tiempo establecido
- 6) Señalar el proceso del trámite interno.

Al cerrar la venta el usuario debe conocer plenamente cuáles son los documentos de entrada y cuál los entregables del producto o servicio contratado.

CONSTANCIA EN LA VENTA DEL CREDITO: Se identifica como permanencia y consiste en mantener la presencia con el cliente para establecer una corriente de confianza en la relación comercial, así existen diferentes herramientas como el cruce de ventas (*cross selling*), ya que al establecer 2 o más productos la probabilidad de permanencia crece, dando paso a una etapa creciente de fidelidad (*aunque ésta deberá contar con las fortalezas de los productos y la calidad del servicio periférico que otorga la estructura de la empresa financiera*).

Así, un vendedor de productos y servicios financieros debe estar preparado en el conocimiento pleno de su entorno e ir desarrollando estrategias propias que faciliten el trabajo en sus ventas como son:

- ✓ Siempre tener un segundo producto a la mano
- ✓ Conocer el ciclo de las ventas
- ✓ Planificar las ventas en base a su programa
- ✓ Precalificar al cliente con regularidad
- ✓ Cerrar el ciclo operacional de la empresa del cliente y
- ✓ Fortalecer sus técnicas de manejo de objeciones y cierre.

Hoy en día no hay que olvidar que la tecnología juega un papel fundamental en la venta de los productos y servicios financieros, ya que las negociaciones son permanentes, dinámicas y con énfasis en la reducción de



costos; por ejemplo la simple integración en las redes sociales con responsabilidad crea un sentido de pertenencia. En éste caso, esperamos ver entonces una apertura positiva con la ley denominada Fintech tan comentada en los últimos días.

Por último, al vender el crédito se está expuesto a la comparación, a una fuerte competencia, a la expectativa de fracaso en la venta entre otros factores, por lo que emocionalmente hay que mostrar fortaleza; manejar una herramienta excelente en la venta lo constituye el glosario de términos que debe ser empleado por el promotor de productos y servicios financieros, es parte esencial de su mecanismo de venta.

“La venta del crédito y características del Promotor” es un curso presencial que imparte FMConsultoria®, de carácter práctico altamente competitivo, sugerimos que esté pendiente de las inscripciones. Esperemos le sea de utilidad ésta información. *Y recuerde, éstos temas se publican en nuestra revista REDA y forman parte de la capacitación que ofrecemos a nuestros clientes. Así mismo puede consultar nuestros videos totalmente gratuitos en nuestro canal de Youtube, Twitter y Facebook. FMConsultoria es una Marca registrada.*

