3 PREGUNTAS PARA CERRAR UNA VENTA

NEIL REVILLA

EL PROBLEMA

La mayoría de vendedores y emprendedores cometen el mismo error:

Explican antes de que el cliente esté listo para escuchar.

Hablan de su producto, sus beneficios, su precio... mientras el cliente tiene la mente cerrada.

¿Por qué está cerrada? Porque nadie le ha hecho las preguntas correctas.

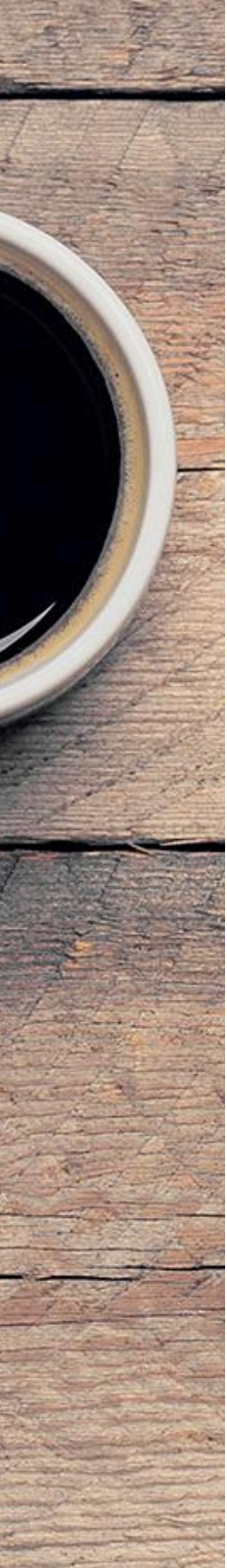
Las preguntas correctas no son para que tú conozcas al cliente.

Son para que el cliente se conozca a sí mismo.

Cuando un cliente confirma su propio problema, cuando decide que quiere resolverlo, y cuando reconoce que quiere resultados cuanto antes... no necesitas convencerle de nada.

Él ya se convenció solo.

Eso es lo que hacen estas 3 preguntas.



EL CLIENTE

El cliente toma decisiones en dos fases:

Fase emocional: "¿Esto me afecta a mí?"
Fase racional: "¿Tiene sentido resolverlo ahora?"

La mayoría de vendedores van directo a la fase racional (características, precios, comparativas). **Error fatal.**

Estas 3 preguntas activan la fase emocional primero. Cuando el cliente siente el problema como suyo, la fase racional se activa sola.

❌ **Vendedor tradicional:**
Presenta solución → Cliente no conecta → Objeción → Cierre forzado.

✅ **Método de 3 preguntas:**
Pregunta 1 → Cliente confirma problema.
Pregunta 2 → Cliente decide que quiere resolverlo.
Pregunta 3 → Cliente decide que quiere resultados YA → Cierre natural.

PREGUNTA #1

CONFIRMAR EL PROBLEMA

"Que el cliente lo diga. No tú."

POR QUÉ ES CLAVE:
Si el cliente no confirma que tiene el problema, cualquier solución que ofrezcas sonará como un intento de venta.

Pero si él lo dice en voz alta... ya no puedes ignorarlo.

EJEMPLO REAL:
Contexto: Vendedor de software de gestión comercial hablando con un gerente.

❌ **Sin la pregunta:** "Nuestro software reduce el tiempo de gestión un 40%..." (El gerente piensa: "Otro vendedor más").

✅ **Con la pregunta:** "Muchos vendedores dedican más de 3 horas diarias a tareas que deberian estar automatizadas. ¿Crees que le pasa a tus vendedores? "

El gerente se detiene, calcula, y dice: "Uff... me parece que sí". (En ese momento, el gerente acaba de confirmar su propio problema).

PREGUNTA #2

CONFIRMAR QUERER RESOLVERLO

"Reconocer un problema no es lo mismo que querer resolverlo."

POR QUÉ ES CLAVE:
Muchos clientes reconocen su problema pero no están listos para actuar.

Puede ser por resignación ("siempre ha sido así"), por prioridades ("ahora no es el momento") o por miedo al cambio.

EJEMPLO REAL:
Contexto: Sigamos con el ejemplo anterior:

❌ **Sin la pregunta:** "Pues con nuestro software eso lo resolvemos..." (El gerente: "Ya, pero ahora no es buen momento").

✅ **Con la pregunta:** "Si su equipo recuperara esas 3 horas diarias, ¿en qué las invertiría?"

El gerente: "Pues podrían dedicarlas a visitar más clientes, que es lo que realmente necesitamos". (Ahora el gerente no está pensando en el problema. Está pensando en la solución QUE ÉL MISMO DESCRIBIÓ)

PREGUNTA #3

CONFIRMAR ACTUAR YA

"La urgencia debe venir de él, no de ti."

POR QUÉ ES CLAVE:
Sin urgencia, la decisión se aplaza indefinidamente.

Pero si la urgencia la creas tú ("esta oferta expira hoy"), genera presión y desconfianza.

Si la urgencia la descubre él solo... es imparable.

EJEMPLO REAL:
Contexto: El gerente ya confirmó el problema y describió la solución ideal.

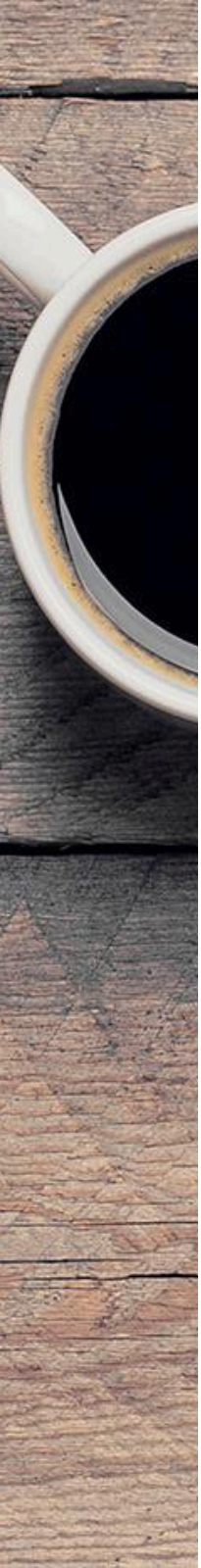
❌ **Sin la pregunta:** "Le propongo que empecemos cuanto antes con una prueba gratuita..." (El gerente: "Déjeme pensarlo").

✅ **Con la pregunta:** "¿Cuando quisiera que sus vendedores dispongan de esas 3 horas?"

El gerente: "Pff, cuánto antes". ¿Cómo podemos conseguir esto? (Ahora la urgencia es suya. Tú no presionaste nada)

LLEVA AL CLIENTE HASTA LA DECISIÓN DE COMPRA





ESTAS PREGUNTAS ABREN LA MENTE, PERO HAY MÁS...

Puedes usar preguntas para hacer una venta persuasiva y conseguir:

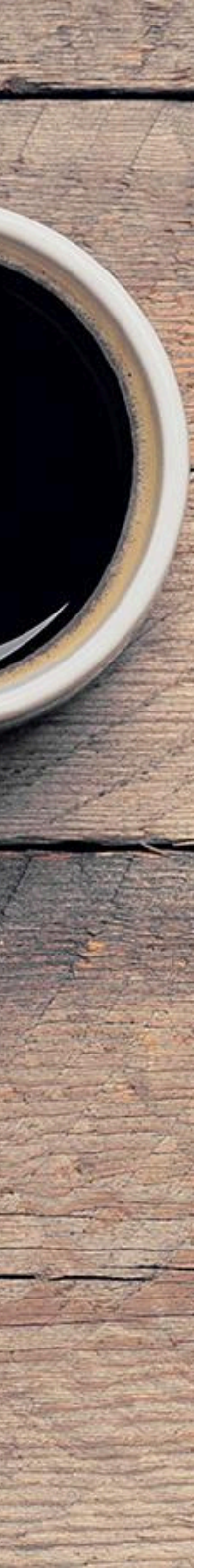
→ **Generar Confianza** y Autoridad (Predisponer al cliente desde el inicio)

→ **Generar Interés** ← El cliente reflexiona antes de decidir (Preguntas que abren la mente y confirman el problema)

→ **Generar Urgencia** (Forma de crear necesidad de actuar ahora)

Para aplicar este tipo de **preguntas**, te dejo un contenido donde lo explico paso a paso.

Veras el sistema que hace que el cliente te pida comprar → (**Ver contenido**)



SOBRE EL AUTOR,
NEIL REVILLA

Neil Revilla es creador del **Método de Venta Persuasiva** y ha entrenado equipos comerciales en empresas como Repsol, Movistar, Caser, Mapfre y AXA.

Es autor de los libros "El Arte de Preguntar para Vender", "Social Selling" y "Marketing de Contenidos".

Su enfoque parte de una premisa simple:

"El vendedor que mejor pregunta no es el que más sabe sobre su producto. Es el que más sabe sobre cómo piensa su cliente."



VER PERFIL

www.ventapersuasiva.com