¿Qué es el Value-based selling? Aquí lo explica Alexander Rojas Elmudesi

Las formas de ofrecer y vender productos han ido cambiando con el paso del tiempo. Hoy en día, son cada vez más las marcas que centran sus ventas en interpretar y comprender las necesidades de los clientes para dar una respuesta a ellas, haciéndoles ver la forma en que los productos o servicios pueden dar una respuesta a sus problemas. Este enfoque recibe el nombre de value-based selling. A continuación, Alexander Rojas Elmudesi, especialista en marketing cuenta todo lo que hay que saber al respecto

El value-based selling, según Alexander Rojas Elmudesi

Explica Alexander Rojas Elmudesi que el value-based selling, también conocido como venta de valor, consiste en transmitir a los clientes que el precio que están pagando por sus productos y servicios es inferior al valor que tiene su necesidad o su problema. Por eso, lo que se busca con esta forma es lograr que el cliente pueda ver efectivamente cómo va a mejorar su día a día en caso de que decida optar por la compra de ese producto o servicios y que se pueda visualizar disfrutando de él y viendo ciertos problemas resueltos gracias a dicha adquisición.

Teniendo esto en cuenta, el value-based selling debe cerrar las ventas anteponiendo siempre las necesidades de los clientes. Para lograr esto, es indispensable hacer un trabajo previo que consista en identificar y conocer los problemas o necesidades de los clientes a fin de reconocer, también, de qué forma la marca y sus productos pueden resolverlos.

Para lograr esto es necesario, por un lado, escuchar a los clientes para identificar sus demandas y diseñar productos y servicios que puedan satisfacer esa necesidad. Además, será necesario identificar qué es lo que hace la competencia, para poder saber qué productos no se han lanzado todavía pero que podrían responder a una necesidad.

Quitar el foco de la búsqueda de vender

Aunque pueda parecer una contradicción, explica Alexander Rojas Elmudesi, para poder utilizar el value-based selling es indispensable quitar el foco de la búsqueda permanente por vender para enfocarse en enseñar. Es decir, en brindar información que sea relevante para el cliente. De esa forma, se está poniendo el foco en ofrecer una solución y no simplemente en vender un producto, lo que genera mejores resultados en los usuarios.

Además, cuenta Alexander Rojas Elmudesi que es importante ir acompañando a las personas en cada una de las fases del proceso de compra, generando un ambiente de confianza donde el usuario pueda saber, en todo momento, cómo su problema o necesidad se va a ver resuelto y que pueda saber que la información que se le está brindando es sincera.

¿Por qué apostar al value-based selling?

En un contexto cada vez más competitivo donde son muchas las empresas ofreciéndose frente a los clientes, marcar la diferencia es indispensable para poder crecer y alcanzar los objetivos comerciales que se tiene. De acuerdo con Alexander Rojas Elmudesi, tanto las marcas que han implementado este modelo de venta como los clientes han alcanzado una relación más estrecha entre sí, basada en la confianza. Esta, por su parte, ayuda a generar relaciones que sean duraderas, donde el cliente vuelva a elegir la marca en un futuro, colocándola como referencia para la resolución de determinadas necesidades, consiguiendo una mayor fidelización.

Finalmente, explica Alexander Rojas Elmudesi que otro de los beneficios que se puede obtener de la aplicación del value-based selling es alcanzar una comprensión profunda del funcionamiento de una empresa y de las características de los productos o servicios que esta ofrece. Esto ayuda a dotar al equipo de trabajo que conforma la empresa de un mayor conocimiento y también de una mayor confianza a la hora de llevar el proceso de venta y de pensar y diseñar nuevas estrategias.

Datos de contacto:

Jorge Javier Perales
647362745

Nota de prensa publicada en: [República Dominicana](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>