

Guión de Ventas para Tiendas de Productos y Servicios para Mascotas

Caso 1: Cliente llega buscando comida para su mascota

Este guión está diseñado para guiar a los vendedores desde la llegada del cliente hasta el cierre de la venta y el post-venta, integrando técnicas de venta consultiva y la oferta de productos adicionales.

1. Bienvenida y Primer Contacto

Vendedor:

"¡Hola! Bienvenido(a) a [Nombre de la Tienda]. Mi nombre es [Nombre del Vendedor]. ¿En qué puedo ayudarte hoy?"

(Este saludo amistoso y abierto permite que el cliente se sienta bien recibido y sea el primero en expresar sus necesidades.)

Cliente:

"Estoy buscando comida para mi [tipo de mascota]".

2. Indagación para Entender Necesidades (Venta Consultiva)

Vendedor:

"¡Excelente! ¿Podrías contarme un poco más sobre tu [tipo de mascota]? ¿Cuál es su raza, edad y tamaño?"

(Aquí, el objetivo es recopilar información sobre la mascota para hacer recomendaciones más personalizadas. Esto también muestra interés genuino en el bienestar de la mascota, lo que genera confianza con el cliente.)

Cliente:

"Es un perro/gato [descripción de la mascota]. Estoy buscando su comida habitual, pero estoy abierto(a) a escuchar otras opciones."

3. Presentación de Alternativas (Obstáculo: No tenemos la marca que busca el cliente)

Cliente:

"Estoy buscando la marca X de comida para mi perro/gato, ¿la tienen?"

(Supongamos que no tienen la marca específica que busca el cliente.)

Vendedor:

"Entiendo perfectamente que estés buscando esa marca, es una opción popular. Lamentablemente, en este momento no tenemos esa marca en stock, pero tenemos algunas opciones que son igual de buenas o incluso mejores. ¿Te gustaría que te muestre algunas alternativas que se ajustan a las necesidades de tu mascota y que han sido muy recomendadas por veterinarios?"

(Es importante validar la elección del cliente, mostrando empatía, y luego ofrecer alternativas de manera positiva y proactiva, sin imponer.)

Cliente:

"No estoy seguro, siempre le he dado la misma comida, y no quiero cambiarle."

4. Manejo de la Objeción (Cambio de Marca)

Vendedor:

"¡Entiendo completamente! Cambiar de comida puede ser un proceso delicado, pero no te preocupes, podemos hacerlo de manera gradual para evitar problemas digestivos. Tenemos esta marca [Marca Alternativa], que es muy similar a la que estás buscando, con ingredientes de alta calidad, y está especialmente formulada para [tipo de mascota, edad, necesidades especiales]. Muchos de nuestros clientes han hecho la transición sin problemas, y sus mascotas lo han aceptado muy bien. Además, si no está 100% satisfecho, puedes regresar y te ayudaremos a encontrar otra opción."

(Aquí, el vendedor maneja la objeción con una propuesta de valor clara, asegurando al cliente que la alternativa es segura y haciendo hincapié en la posibilidad de una transición gradual.)

Cliente:

"¿Y cuál es la diferencia entre esta y la que normalmente le doy?"

5. Explicación del Valor del Producto

Vendedor:

"Esta marca tiene una fórmula muy similar a la que mencionaste, pero una diferencia clave es que contiene [ingrediente beneficioso] que es excelente para [mejora específica en la salud o bienestar de la mascota]. Además, sus ingredientes son de origen natural y han sido recomendados por veterinarios para mascotas con [condición relevante, si aplica]. También es un poco más económica, pero de alta calidad."

(Aquí es clave destacar los beneficios que el cliente valora, como la salud, nutrición y conveniencia económica, reforzando la confianza en el producto.)

6. Ofrecimiento de Productos Adicionales (Cross-Selling)

Vendedor:

"Ya que estamos hablando de su alimentación, ¿cómo anda tu [mascota] en cuanto a snacks o suplementos? Tenemos algunos snacks naturales que son una excelente opción para complementar su dieta y mantenerla más equilibrada. También si te interesa, tenemos vitaminas que son ideales para mascotas de [edad/condición de la mascota]."

*(Este es el momento ideal para hacer un **cross-selling**, ofreciendo productos complementarios como snacks, suplementos o vitaminas, sin ser invasivo. La idea es mostrar interés en el bienestar integral de la mascota.)*

Cliente:

"Cuéntame más sobre los snacks, mi perro/gato es un poco exigente con eso."

Vendedor:

"Claro, tenemos estos snacks naturales que son muy sabrosos y, además, están diseñados para apoyar la salud dental de tu perro/gato, lo cual es importante para evitar problemas a largo plazo. Si te interesa, también tenemos promociones si compras varios productos hoy."

*(Aquí se hace un **upselling**, ofreciendo promociones o paquetes para incentivar la compra adicional.)*

7. Cierre de la Venta (Upselling y Promociones en el Punto de Pago)

Vendedor:

"Me alegra que te hayas llevado la comida para [mascota] y los snacks. Al estar en caja, solo quería mencionar que hoy tenemos un **20% de descuento en juguetes o accesorios** si los compras junto con alimentos. ¿Hay algo más que necesites, como una cama nueva o un juguete que pueda ayudar a mantener a tu mascota activa?"

(Este es el momento perfecto para ofrecer algo más, ya que el cliente está en disposición de finalizar la compra. Ofrecer un descuento o paquete en la caja puede motivar una compra adicional.)

Cliente:

"Podría ver los juguetes, me interesa mantener a mi perro/gato entretenido."

8. Post-Venta y Fidelización

Vendedor:

"Gracias por tu compra, [Nombre del Cliente]. Si tienes cualquier duda sobre cómo hacer la transición a la nueva comida o sobre los productos que llevaste hoy, no dudes en llamarnos. También te recomiendo que te unas a nuestro **programa de**

fidelización. Acumulas puntos con cada compra que puedes canjear en futuras visitas, y además recibirás descuentos exclusivos. ¿Te gustaría que te inscriba?"

*(El **post-venta** es fundamental para fomentar la fidelización. Ofrecer programas de recompensas o incentivos para futuras compras asegura que el cliente regrese y mantenga la relación con la tienda.)*

Cliente:

"Sí, me parece bien. Gracias."

Vendedor:

"¡Perfecto! Ya estás inscrito(a). Esperamos verte pronto y cualquier cosa, estamos aquí para ayudarte a ti y a tu mascota."

(Finaliza con un agradecimiento cordial y una invitación abierta para regresar.)

Resumen del Guión

1. **Bienvenida y atención inicial.**
2. **Indagación sobre las necesidades del cliente y su mascota.**
3. **Manejo de objeción por no tener la marca deseada.**
4. **Ofrecimiento de alternativas y explicación de beneficios.**
5. **Ofrecimiento de productos adicionales (cross-selling y upselling).**
6. **Cierre de venta con promociones adicionales en la caja.**
7. **Post-venta: programa de fidelización y soporte futuro.**

Este guión ayuda a los vendedores a seguir un flujo natural en la interacción con los clientes, con un enfoque en la **venta consultiva**, el **manejo de objeciones**, y la maximización de la venta a través de la oferta de productos adicionales. Esto no solo incrementará las ventas, sino también la satisfacción y fidelización de los clientes.

Guión de Ventas para Tiendas de Productos y Servicios para Mascotas

Caso 2: Cliente llega buscando Productos Farmacéuticos

Este guión está diseñado para guiar a los vendedores desde la llegada del cliente hasta el cierre de la venta y post-venta, con un enfoque en la venta consultiva, el manejo de objeciones sobre el precio y la oferta de productos adicionales relacionados.

1. Bienvenida y Primer Contacto

Vendedor:

"¡Hola! Bienvenido(a) a [Nombre de la Tienda]. Mi nombre es [Nombre del Vendedor]. ¿En qué puedo ayudarte hoy?"

(Este saludo abierto invita al cliente a expresar sus necesidades, creando un ambiente amigable y de confianza desde el principio.)

Cliente:

"Estoy buscando un producto para tratar las garrapatas de mi [perro/gato]."

2. Indagación para Comprender la Necesidad (Venta Consultiva)

Vendedor:

"Entiendo. Las garrapatas son un problema común, especialmente en esta temporada. ¿Tu [perro/gato] ya ha tenido problemas con garrapatas anteriormente o es una situación reciente?"

(Esta pregunta permite al vendedor comprender mejor la situación del cliente y la gravedad del problema, lo que ayuda a hacer una recomendación más precisa.)

Cliente:

"Sí, es la primera vez que noto que tiene garrapatas y quiero eliminarlas lo antes posible."

3. Presentación del Producto Recomendado

Vendedor:

"En ese caso, te recomendaría este producto de alta eficacia, [Nombre del Producto]. Está formulado específicamente para eliminar garrapatas rápidamente y proteger a tu [perro/gato] durante [X] semanas. Además, es seguro para su piel y para su uso prolongado."

*(Aquí el vendedor debe destacar los **beneficios del producto**, como su eficacia, duración y seguridad, para diferenciarlo de productos más económicos que puedan no ser tan efectivos o seguros.)*

Cliente:

"Suena bien, pero veo que el precio es más alto que otros productos que he visto en otras tiendas."

4. Manejo de la Objeción sobre el Precio

Vendedor:

"Es verdad que puede parecer más costoso comparado con otras marcas, pero la diferencia está en la **calidad y los resultados**. Este producto no solo elimina las garrapatas en menos tiempo, sino que también previene futuras infestaciones durante [X] semanas, lo que reduce la necesidad de volver a aplicar otros productos. A largo plazo, te ayudará a **ahorrar dinero** y evitar molestias, ya que no tendrás que tratar continuamente el problema."

*(Aquí es clave resaltar el **valor a largo plazo** y los beneficios que justifican el precio. Menciona la eficacia, duración y seguridad del producto, y cómo esos aspectos aportan más valor que las opciones más baratas.)*

Cliente:

"Entiendo, pero aún parece caro."

Vendedor:

"Comprendo que te preocupe el precio, pero piensa en los posibles problemas de salud que puede evitar tu [perro/gato]. Un tratamiento que no funcione bien puede llevarte a más visitas al veterinario, lo que aumenta los costos a largo plazo. Además, este producto está recomendado por veterinarios debido a su eficacia y seguridad, lo que garantiza que tu mascota esté protegida sin poner en riesgo su salud."

(Responde a la objeción reforzando la idea de que un tratamiento eficaz ahora evitará problemas más graves o costosos más adelante, resaltando el valor de la prevención.)

5. Ofrecimiento de Productos Adicionales (Cross-Selling y Upselling)

Vendedor:

"Ya que estás tratando el tema de las garrapatas, ¿has pensado en productos complementarios para prevenir otros parásitos? Tenemos un champú antipulgas y antigarrapatas que es ideal para complementar el tratamiento, y también collares repelentes que brindan protección adicional."

*(Este es el momento perfecto para ofrecer **productos complementarios**, como un champú antiparasitario o un collar repelente, que mejoren la efectividad del tratamiento y brinden más protección a la mascota.)*

Cliente:

"¿Cuánto cuestan los collares?"

Vendedor:

"Los collares tienen una duración de hasta [X] meses, lo que los convierte en una inversión a largo plazo. Protegen contra garrapatas y pulgas, y si compras el collar junto con el tratamiento hoy, tenemos una promoción especial del **15% de descuento**."

(Aquí se introduce una oferta o promoción para incentivar la compra del producto adicional, lo que aumenta el valor percibido y refuerza la decisión del cliente.)

Curso: Técnicas de Ventas – PET Entregas

<https://edvescueladevendedores.com> | WhatsApp + 507 – 6315-0055

6. Cierre de la Venta

Vendedor:

"Con el tratamiento que te llevas hoy y el collar repelente, tu [perro/gato] estará completamente protegido contra garrapatas y pulgas por varios meses. ¿Te gustaría aprovechar la promoción y llevar ambos?"

*(El cierre de la venta debe ser **sutil pero efectivo**, resumiendo los beneficios y asegurando que el cliente vea el valor de llevar productos adicionales que complementen su compra inicial.)*

Cliente:

"Está bien, llevaré el tratamiento y el collar."

7. Post-Venta y Fidelización

Vendedor:

"¡Excelente elección! Si tienes alguna pregunta sobre cómo aplicar el tratamiento o cómo cuidar a tu mascota durante el proceso, no dudes en llamarnos o visitarnos. Además, te sugiero inscribirte en nuestro **programa de fidelización**. Acumulas puntos con cada compra que puedes usar en futuras visitas, y recibirás notificaciones sobre promociones especiales y recordatorios de productos de temporada. ¿Te gustaría inscribirte?"

*(El **post-venta** es clave para asegurar que el cliente regrese a la tienda. Invita al cliente a unirse a un programa de fidelización, que lo motive a seguir comprando en el futuro.)*

Cliente:

"Sí, por favor, inscríbeme."

Vendedor:

"Perfecto. Ya estás inscrito(a). ¡Gracias por tu compra! Esperamos verte pronto, y

recuerda que estamos aquí para cualquier consulta que tengas sobre los productos o el cuidado de tu [mascota]."

(Finaliza con un agradecimiento sincero y una invitación abierta a regresar.)

Resumen del Guión

1. **Bienvenida y atención inicial.**
 2. **Indagación sobre el problema del cliente (venta consultiva).**
 3. **Presentación del producto recomendado y beneficios.**
 4. **Manejo de objeción por precio comparado con la competencia.**
 5. **Ofrecimiento de productos adicionales (cross-selling y upselling).**
 6. **Cierre de venta con refuerzo de beneficios.**
 7. **Post-venta: programa de fidelización y soporte futuro.**
-

Este guión proporciona una estructura clara para que los vendedores manejen objeciones relacionadas con el precio, ofrezcan productos adicionales y cierren ventas efectivas. El enfoque está en **mostrar el valor** del producto y cómo este soluciona el problema de la mascota de manera **más efectiva y duradera**, justificando así el precio frente a la competencia.

Guión de Ventas para Tiendas de Productos y Servicios para Mascotas

Caso 3: Cliente llega preguntando por los Servicio de Peluquería

Este guión ayuda a los vendedores a **construir confianza** con los clientes preocupados por la seguridad y bienestar de sus mascotas, al mismo tiempo que ofrece soluciones prácticas para la **falta de tiempo**. El énfasis en la **personalización del servicio** y el **seguimiento** asegura que el cliente se sienta cómodo y motivado para regresar.

1. Bienvenida y Primer Contacto

Vendedor:

"¡Hola! Bienvenido(a) a [Nombre de la Tienda]. Mi nombre es [Nombre del Vendedor]. ¿En qué puedo ayudarte hoy?"

(El saludo amistoso y abierto permite que el cliente se sienta cómodo para expresar sus dudas o necesidades.)

Cliente:

"Quería preguntar por el servicio de peluquería. Estoy pensando traer a mi [perro/gato] para que lo bañen y lo corten."

2. Indagación para Comprender la Necesidad (Venta Consultiva)

Vendedor:

"¡Qué bien! Nuestro servicio de peluquería es muy completo y está diseñado para que las mascotas se sientan cómodas y seguras. Cuéntame, ¿cómo se comporta tu [perro/gato] durante las sesiones de aseo? ¿Ya ha tenido alguna experiencia en peluquería antes?"

(Esta pregunta permite al vendedor entender si la mascota es ansiosa o tiene necesidades especiales, lo que ayuda a ofrecer una solución más personalizada.)

Cliente:

"Es bastante nervioso y no está acostumbrado. Me preocupa dejarlo solo porque se pone muy ansioso y además, no tengo mucho tiempo para quedarme esperando."

3. Manejo de la Objeción sobre la Falta de Tiempo y el Temor a Dejar la Mascota

Vendedor:

"Entiendo perfectamente tus preocupaciones. Muchas personas sienten lo mismo la primera vez que traen a su mascota, especialmente cuando son nerviosas. Para ayudarte con el tema del tiempo, te comento que ofrecemos la opción de **citas programadas**. Esto significa que puedes agendar una hora específica para traer a tu [perro/gato] y programamos todo para que esté listo justo cuando lo necesites. Así no tienes que esperar largas horas."

*(Aquí abordas la objeción sobre la falta de tiempo proponiendo una **solución práctica** que acomoda el horario del cliente y evita tiempos de espera largos.)*

Cliente:

"Eso suena bien, pero todavía me preocupa dejarlo solo tanto tiempo."

4. Refuerzo de la Seguridad y Tranquilidad para Mascotas Nerviosas

Vendedor:

"Te entiendo, y de hecho, muchas mascotas se sienten igual al principio. Lo bueno es que nuestro equipo está altamente capacitado para trabajar con mascotas nerviosas. Tenemos un espacio tranquilo y utilizamos técnicas que ayudan a las mascotas a relajarse. Además, puedes quedarte en la tienda y echarle un vistazo durante el proceso si eso te hace sentir más cómodo(a). Y si prefieres, te puedo mostrar un área de la peluquería para que veas cómo cuidamos a cada mascota."

*(En este punto, el vendedor debe crear **confianza** mostrando que el equipo tiene experiencia con mascotas nerviosas, invitando al cliente a observar el área y destacando las prácticas seguras y cuidadosas que se utilizan.)*

Cliente:

"Eso me hace sentir un poco mejor, pero no sé si él aguantará tanto tiempo."

5. Explicación del Proceso y la Personalización del Servicio

Vendedor:

"Sabemos que cada mascota es diferente, por eso adaptamos el servicio a sus necesidades. Si notamos que tu [perro/gato] está demasiado inquieto o ansioso, ajustamos el ritmo de la sesión para que esté más tranquilo. Además, hacemos todo lo posible para que el proceso sea rápido y eficiente, sin comprometer la calidad. También ofrecemos un servicio express que reduce el tiempo de la sesión para que esté listo en menos de lo habitual."

(Aquí el vendedor refuerza la personalización y la flexibilidad del servicio, lo que demuestra que el bienestar de la mascota es la prioridad. Se ofrece una solución concreta para minimizar el tiempo que la mascota estará en la peluquería.)

Cliente:

"Me gusta lo que dices, pero me gustaría saber más sobre cómo puedo asegurarme de que esté bien."

6. Oferta de Soluciones para Seguimiento y Tranquilidad del Dueño

Vendedor:

"Para tu tranquilidad, también tenemos la opción de que te avisemos cuando la peluquería esté a punto de terminar, así puedes llegar justo a tiempo para recogerlo. Además, mientras lo cuidan, podemos enviarte una **foto o video** para que veas cómo está durante la sesión y te sientas más seguro(a) de que todo está bien."

(Esta solución crea confianza en el cliente y reduce la ansiedad sobre dejar a la mascota. El uso de tecnología (fotos o videos) permite al cliente mantenerse informado y conectado con su mascota durante el proceso.)

7. Ofrecimiento de Productos Adicionales (Cross-Selling y Upselling)

Vendedor:

"Ya que lo traerás para la peluquería, ¿has considerado algún **tratamiento adicional** para mejorar su piel y pelaje? Ofrecemos baños medicados o hidratantes, y tratamientos anti-pulgas o anti-garrapatas, que ayudan a mantener su piel y pelaje en las mejores condiciones. Además, si lo deseas, podemos aplicar un **perfume natural** al final de la sesión, para que se vaya oliendo delicioso."

*(Este es el momento ideal para sugerir **servicios adicionales**, como tratamientos especiales o productos de cuidado, que complementen el servicio de peluquería y agreguen valor a la experiencia.)*

Cliente:

"Eso suena bien. Mi perro/gato podría beneficiarse de un tratamiento para pulgas."

Vendedor:

"Perfecto, el tratamiento anti-pulgas es una excelente opción, especialmente en esta época del año. Y si aprovechas ahora, tenemos una promoción del **10% en cualquier accesorio de peluquería**, como peines o cepillos, que te ayudará a mantener su pelaje entre sesiones."

*(Aquí se hace un **upselling** ofreciendo una promoción sobre productos adicionales que el cliente puede usar en casa, lo que refuerza la relación a largo plazo con la tienda.)*

8. Cierre de la Venta

Vendedor:

"Entonces, ¿te gustaría agendar la cita para este [día/horario]? Puedo programarlo ahora para que te quede lo más conveniente posible. Con el tratamiento adicional, tu [perro/gato] estará en excelentes manos y bien cuidado durante todo el proceso."

(El cierre de la venta debe ser claro y directo, reforzando los beneficios del servicio y la flexibilidad en la programación, asegurando que la mascota estará en buenas manos.)

Cliente:

"Sí, me parece bien. Podemos hacerlo este sábado por la mañana."

9. Post-Venta y Fidelización

Vendedor:

"¡Genial! Entonces, ya está agendada la cita para el sábado. Te enviaremos un recordatorio el día anterior. Además, si te interesa, puedes unirte a nuestro **programa de fidelización**. Con cada servicio de peluquería acumulas puntos que puedes usar para obtener descuentos en futuros servicios o productos para tu [perro/gato]. ¿Te gustaría inscribirte?"

*(El **post-venta** es fundamental para asegurar que el cliente regrese para futuros servicios. Ofrecer un programa de fidelización y puntos es una excelente manera de incentivar la lealtad del cliente.)*

Cliente:

"Sí, por favor, inscríbeme."

Vendedor:

"¡Listo! Ya estás inscrito(a). Nos vemos el sábado y cualquier duda, no dudes en llamarnos. Estamos aquí para asegurarnos de que tu [perro/gato] tenga una excelente experiencia con nosotros."

(Finaliza con un agradecimiento cordial y una invitación abierta a regresar para más servicios.)

Resumen del Guión

1. **Bienvenida y atención inicial.**
 2. **Indagación sobre la situación y el comportamiento de la mascota.**
 3. **Manejo de objeción sobre la falta de tiempo y el temor a dejar a la mascota.**
 4. **Refuerzo de la seguridad y personalización del servicio.**
 5. **Ofrecimiento de servicios y productos adicionales (cross-selling y upselling).**
 6. **Cierre de la venta, destacando beneficios y flexibilidad.**
 7. **Post-venta: programa de fidelización y soporte futuro.**
-

Este guión ayuda a los vendedores a **construir confianza** con los clientes preocupados por la seguridad y bienestar de sus mascotas, al mismo tiempo que ofrece soluciones prácticas para la **falta de tiempo**. El énfasis en la **personalización del servicio** y el **seguimiento** asegura que el cliente se sienta cómodo y motivado para regresar.

Guión de Ventas para Tiendas de Productos y Servicios para Mascotas

Caso 4: Cliente necesita los Servicios Veterinarios

Este guión está diseñado para guiar a los vendedores desde la llegada del cliente que busca atención veterinaria por un problema de salud de su mascota, hasta el cierre de la venta y post-venta. El cliente tiene la objeción de no conocer a la doctora y de sentirse inseguro porque es la primera vez que no utiliza su veterinario habitual, quien está enfermo.

1. Bienvenida y Primer Contacto

Vendedor:

"¡Hola! Bienvenido(a) a [Nombre de la Tienda]. Mi nombre es [Nombre del Vendedor]. ¿En qué puedo ayudarte hoy?"

(Este saludo amistoso permite que el cliente se sienta bien recibido y cómodo para expresar su preocupación.)

Cliente:

"Estoy aquí porque mi [perro/gato] tiene un problema de salud y necesito que lo vea un veterinario. Normalmente lo llevo con mi veterinario de confianza, pero está enfermo, y no conozco a la doctora aquí."

2. Indagación para Comprender la Situación (Venta Consultiva)

Vendedor:

"Lamento que tu [perro/gato] no esté bien. Aquí estamos para ayudarte y asegurarnos de que reciba el mejor cuidado. ¿Podrías contarme un poco más sobre el problema de salud que está enfrentando tu mascota?"

(Esta pregunta muestra empatía y crea un espacio para que el cliente comparta información sobre la situación, lo que permite al vendedor adaptar la conversación para ofrecer soluciones específicas.)

Cliente:

"Ha estado con problemas de [síntomas del problema de salud]. Me preocupa mucho porque nunca lo he traído aquí, siempre lo he llevado a su veterinario habitual."

3. Construcción de Confianza en el Servicio Veterinario

Vendedor:

"Entiendo completamente tu preocupación, es normal sentirse inseguro al probar un nuevo veterinario. Permíteme decirte que la Dra. [Nombre de la Veterinaria] tiene amplia experiencia en tratar problemas como el que describes, y es muy querida por muchos de nuestros clientes regulares. Es excelente en manejar situaciones con mascotas que pueden estar nerviosas o enfermas, y su enfoque es siempre el bienestar de tu [perro/gato]. Además, contamos con instalaciones completamente equipadas para ofrecer la mejor atención."

*(Aquí el vendedor debe calmar las preocupaciones del cliente destacando la **experiencia y empatía** de la veterinaria, así como la calidad de las instalaciones. Es fundamental transmitir que la mascota estará en buenas manos.)*

Cliente:

"Bueno, no la conozco, y me preocupa porque mi veterinario siempre sabe qué hacer."

4. Manejo de la Objeción: Confianza en el Nuevo Veterinario

Vendedor:

"Lo entiendo totalmente, es difícil confiar en un nuevo veterinario cuando ya tienes una relación con el tuyo de confianza. Para ayudarte a sentirte más tranquilo(a), te

comento que la Dra. [Nombre] es muy detallista y te mantendrá informado(a) en cada paso del proceso, explicando lo que va haciendo y por qué lo hace. Incluso puedes hacerle todas las preguntas que necesites antes de tomar cualquier decisión. Además, siempre estamos disponibles para brindarte seguimiento y recomendaciones adicionales si es necesario."

*(Aquí se maneja la objeción ofreciendo **transparencia** en el proceso de atención y la **oportunidad de hacer preguntas** antes de proceder con cualquier tratamiento. Esto reduce la incertidumbre y aumenta la confianza.)*

Cliente:

"Eso suena bien, pero aún me preocupa un poco."

5. Refuerzo de la Experiencia y Testimonios de Otros Clientes

Vendedor:

"Es completamente comprensible. Lo que puedo decirte es que muchos de nuestros clientes han venido con las mismas dudas y después de probar el servicio se sintieron aliviados al ver lo bien que sus mascotas fueron atendidas. Algunos de ellos han mencionado que sus mascotas incluso parecen más tranquilas aquí que en otros lugares. También, tenemos varias reseñas positivas en nuestra página web y en redes sociales, si te gustaría echarles un vistazo."

*(Aquí, el vendedor puede usar la **prueba social** para generar confianza, mencionando casos de éxito de otros clientes y sugiriendo que el cliente revise las opiniones en línea para tranquilizarse.)*

6. Propuesta de Solución y Flexibilidad

Vendedor:

"Lo que te propongo es que programemos una consulta inicial con la Dra. [Nombre], donde ella pueda hacer una evaluación completa de tu [perro/gato] y te explique todos los detalles antes de proceder con cualquier tratamiento. Si en algún momento

sientes que tienes más preguntas o necesitas más información, estaremos aquí para darte el soporte que necesites."

*(Aquí el vendedor ofrece una **solución flexible**: una consulta inicial sin compromiso para que el cliente vea cómo trabaja la veterinaria, lo que reduce la presión y le da mayor control sobre la situación.)*

7. Ofrecimiento de Productos Adicionales Relacionados con la Salud de la Mascota (Cross-Selling)

Vendedor:

"Ya que estamos hablando de la salud de tu mascota, tenemos varios productos recomendados por veterinarios que podrían ayudarte a prevenir futuros problemas. Por ejemplo, tenemos suplementos que ayudan a reforzar el sistema inmunológico de los perros/gatos, y también contamos con alimentos especializados que pueden mejorar su digestión y nivel de energía, lo que puede ser muy útil dependiendo del diagnóstico."

*(Este es el momento adecuado para ofrecer **productos adicionales relacionados con la salud** de la mascota, como suplementos o alimentos especiales, que complementen el servicio veterinario.)*

Cliente:

"¿Qué suplementos me recomendarías?"

Vendedor:

"Para el problema que mencionaste, te recomendaría este suplemento natural que está diseñado para mejorar el sistema digestivo y aumentar las defensas de la mascota. Además, si lo compras junto con la consulta veterinaria hoy, te ofrecemos un **10% de descuento** en ambos productos."

*(Se ofrece una promoción para **incentivar la compra de productos adicionales** mientras se hace el cierre de la venta del servicio veterinario.)*

8. Cierre de la Venta

Vendedor:

"Entonces, ¿te gustaría que programe la consulta con la Dra. [Nombre] para hoy o prefieres un día en específico? Estoy seguro(a) de que estarás en buenas manos, y tu [perro/gato] recibirá la atención que necesita. Además, si decides agregar el suplemento, puedo aplicarte el descuento ahora mismo."

(El cierre de la venta debe ser directo y reconfortante, asegurando que el cliente se sienta apoyado en su decisión. El vendedor debe reforzar la idea de que la mascota estará bien atendida y que el cliente tiene control sobre el proceso.)

Cliente:

"Está bien, vamos a hacerlo hoy mismo."

9. Post-Venta y Fidelización

Vendedor:

"¡Genial! Ya he agendado la consulta con la Dra. [Nombre] para hoy. Después de la consulta, si tienes cualquier duda o si necesitas seguimiento, puedes llamarnos o visitarnos en cualquier momento. También te recomiendo que te unas a nuestro **programa de fidelización**. Con cada servicio veterinario o compra de productos acumulas puntos que puedes canjear por descuentos en futuras visitas. ¿Te gustaría inscribirte?"

*(El **post-venta** es fundamental para garantizar que el cliente regrese para futuros servicios. El programa de fidelización incentiva la lealtad del cliente y le ofrece beneficios adicionales.)*

Cliente:

"Sí, suena bien, inscríbeme."

Vendedor:

"¡Listo! Ya estás inscrito(a). Nos aseguraremos de que tu [perro/gato] reciba la mejor atención. Gracias por confiar en nosotros, y si necesitas algo más, no dudes en llamarnos o visitarnos."

(Finaliza con un agradecimiento y una invitación abierta para futuras visitas, creando un ambiente de confianza y apoyo continuo.)

Resumen del Guión

1. **Bienvenida y atención inicial.**
 2. **Indagación sobre el problema de salud y la situación del cliente.**
 3. **Construcción de confianza en el servicio veterinario (experiencia del veterinario y calidad del servicio).**
 4. **Manejo de objeción por temor a cambiar de veterinario habitual.**
 5. **Refuerzo con testimonios de otros clientes y propuesta de consulta inicial sin compromiso.**
 6. **Ofrecimiento de productos adicionales relacionados con la salud de la mascota (cross-selling).**
 7. **Cierre de la venta, reforzando la seguridad del cliente.**
 8. **Post-venta: programa de fidelización y soporte futuro.**
-

Este guión permite a los vendedores **construir confianza** en los servicios veterinarios de la tienda, calmar las preocupaciones del cliente y manejar las objeciones relacionadas con el cambio de veterinario habitual. El enfoque está en ofrecer una experiencia **personalizada y transparente**, con un refuerzo en la calidad del servicio, mientras se maximizan las ventas adicionales relacionadas con el bienestar de la mascota.

