

162 sugerencias para Cerrar una Venta !!!

Contribución de ACTION International Querétaro

Sintetizado del libro "¡Cállese y venda!", de Don Sheehan, Editorial Norma.

"¡Cállese y venda!", es una valiosa amalgama de motivación, inspiración, conocimiento, y sentido común. En sus páginas conviven consejos prácticos, recursos, y experiencias interesantes, con comentarios y técnicas, muchas de las cuales pueden pasar a formar parte de sus herramientas para vender con efectividad.

1. Comience con una frase concluyente: "¿desearía poseer esta máquina para lavar platos?"
2. Sugiera una compra de prueba: "Compre una docena a manera de ensayo".
3. Coloque simplemente una "X" en el espacio destinado para la firma y señálela sin decir nada más.
4. Prepárese psicológicamente antes de vender, para lograr su objetivo.
5. Olvide por un momento su afán de cerrar la venta; cambie el tema de la conversación; luego ataque nuevamente y cierre la venta.
6. Sugiera una alternativa: "¿Prefiere esto o aquello?"
7. Mencione una referencia: "La Compañía Franco y Hnos. hizo un ahorro del 10% en combustible con el uso de este equipo".
8. Lance una pregunta de sondeo: diga, "si" -o mejor aún-" cuando usted tenga en su poder este artículo".
9. "Abra la puerta": simule un sentimiento de derrota, retírese; regrese; cierre la venta.
10. Utilice datos, estadísticas y ejemplos que le ayuden a cumplir su cometido.
11. Pídale a su comprador que hable por teléfono con un cliente satisfecho.
12. Observe las señales físicas o verbales indicativas de que el cliente ha decidido comprar: sus ojos estarán muy abiertos, pondrá su mano sobre la mercancía, o dirá, "Me gusta".
13. Pida cuatro o cinco veces al comprador que haga el pedido, utilizando diferentes métodos cada vez.
14. Llegue a su entrevista acompañado de un cliente satisfecho.
15. Asegure el pedido con un pequeño depósito. Utilice la técnica de esperar un poco.
16. Brinde a su cliente la oportunidad de utilizar su producto o servicio durante 72 horas (se le conoce también por el nombre de la "técnica del perrito", según la cual la persona lleva el animalito a su casa y seguramente se encariña con él)
17. Ofrezca un descuento por volumen.
18. Ofrezca un descuento del 2% por pago al contado.
19. Hágase acompañar de un experto.

20. Haga demostraciones encaminadas a cerrar la venta; resultan de gran utilidad en el caso de implementos mecánicos.
21. Presente una oferta de "pague uno y lleve dos".
22. Sea sutil. Pregunte, "¿Cree que será feliz al conducir este automóvil?" Una reacción positiva será la señal para "atacar".
23. Utilice la Hoja de Balances de Benjamin Franklin. Mencione unos cuantos aspectos negativos para resaltar los positivos. Sume en un papel los beneficios que obtendrá el cliente. Luego pídale que escriba los aspectos negativos en la otra columna.
24. Mencione un punto de menor importancia: "¿Comprará la casa si la entregamos con cortinas?"
25. Mencione fuentes de referencias para su compañía.
26. Cuando un comprador critique sus precios, no trate de defenderse. Hágale ver los beneficios.
27. Desarrolle sus instintos sanguinarios. Todo cliente tiene su "vena yugular" o punto débil: su orgullo, su codicia, su comodidad.
28. No deje translucir ningún tipo de emoción hasta que haya cerrado el negocio.
29. Cuando trate con una mujer compradora, no le arrebathe el uso de la palabra.
30. Las mujeres siempre tienen preferencia por algún color. Averigüe cuál es y hable acerca de él.
31. Los compradores del sexo opuesto tienen su propio radar. Por consiguiente, evite los coqueteos. ya que solo complicarán el cierre de la venta.
32. La mayoría de los compradores, hombres o mujeres, se ofenden a causa de los malos olores. Use desodorante.
33. Cuando un cliente pregunte, "¿Puedo comprar esto o aquello?" Pregunte usted a su vez: "¿Lo comprará si está disponible?"
34. El silencio también es un arma. Guarde silencio después de intentar el cierre de la venta. Recuerde que si el cliente dice "sí". no lo podrá escuchar por encima de su propia voz.
35. Utilice las ofertas especiales y las ofertas diarias o semanales para conseguir más clientes.
36. Comprenda la urgente necesidad de cerrar la venta. Es cuestión de vender o de ser vendido.
37. Ofrezca un precio reducido. Hay compradores que odian perder la oportunidad de algún pequeño "latrocinio".
38. No hable durante más de tres minutos. Deje hablar al comprador.
39. Cuando un comprador observe o coja un artículo. no diga nada.
40. Cuando el comprador parezca estar atravesando un momento de locura -cuando sienta arrepentimiento y desee deshacer el negocio- conserve la calma.
41. Ofrezca su bolígrafo al comprador cuando dé su visto bueno al pedido.
42. Pida siempre al cliente que "dé su visto bueno", nunca que "firme" el pedido.

- 43.No permanezca sentado todo el tiempo. Póngase de pie y camine un poco.
 - 44.Si un comprador pregunta dónde queda el cuarto de baño, indíqueselo claramente.
 - 45.Observe la mirada de su cliente. Cuando sus pupilas se dilaten, habrá una clara señal del deseo de comprar.
 - 46.Si el cliente dice "sí" muy a menudo, pregúntele por qué ha decidido no comprar. Muchas afirmaciones generalmente significan una negativa final.
 - 47.Sugiera un pedido de más artículos: este artículo y otro más.
 - 48.Sea infatigable. Siga cerrando sus ventas.
 - 49.Utilice el método educativo: indique a su cliente cómo funciona el artículo.
 - 50.Es necesario dominar la situación, pues de lo contrario no podrá cerrar la venta; si demuestra demasiada simpatía hacia su cliente, usted lo perderá.
 - 51.No le pida al comprador que haga el pedido. Simplemente venda.
 52. "Técnica de cooperación ejecutiva": telefonee a su jefe durante su entrevista. y él le ayudará a cerrar la venta.
 - 53.El pensamiento positivo: dé por sentado que su cliente va a comprar.
 - 54.Telefonee a un cliente satisfecho -un médico, un abogado, etc.- y pídale que hable con su comprador.
 - 55.El método negativo: "Ha venido a comprar una casa. Es un paso muy importante. ¿Esta seguro de querer comprarla?"
- Por lo general, el cliente reaccionará en forma muy positiva y tratará de demostrarle que sí desea comprar.
- 56.Cuando le digan, "Debo hablar primero con mi esposa" (o el gerente del banco, o con el abogado) usted deberá responder: " ¿Si su esposa lo aprueba, estará dispuesto a comprar?"
 - 57.Pregunte : "¿Le preocupa la fecha en que podrá ocupar esta casa?" Si el cliente responde, "Sí, la necesito en un mes", él mismo habrá cerrado el negocio.
 - 58.En cerca del 75% de los casos, el verdadero profesional evalúa a su cliente y decide qué comprará.
 - 59.Recuerde que los mejores vendedores son personas saludables, fuertes y amables. Viven más tiempo. También son más apreciados: especialmente por los bancos que manejan sus cuentas corrientes.
 - 60.Los mejores vendedores deben tener un exceso de confianza en sí mismos. No aceptarán un "no" como respuesta.
 - 61.Cierre sus ventas a propósito, no por accidente. .
 - 62.Un vendedor gasta únicamente 5% de su tiempo en el cierre de la venta, y recibe una remuneración proporcional al número de ventas cerradas en ese lapso.
 - 63.Recuerde siempre que en el campo de las ventas es necesario obtener pedidos para ganar dinero.

64. Recuerde que los compradores sienten verdadera satisfacción cuando compran.
65. Aproveche el "nerviosismo" de sus clientes para inclinar la balanza a su favor.
66. Escuche dos veces más de lo que hable. El cliente debe captar lo que usted dice. Lo que desea es que se "trague el anzuelo", no sus palabras.
67. Es mejor cerrar la venta tan pronto sea posible.
68. Tenga siempre a la mano siete maneras diferentes de solicitar el pedido.
69. Debe esperar cerrar la venta. No olvide su bolígrafo, sus hojas de anotaciones, su libreta de pedidos y su folleto. Lleve consigo todos los elementos necesarios.
70. Los clientes esperan que usted les pida que compren. ¡Hágalo!
71. Una forma de dar la bienvenida y cerrar la venta al mismo tiempo es la siguiente. "Lo felicito por venir a convertirse en el propietario del mejorde todo el país".
72. "¿Cuál es su color preferido o su estilo preferido?" es una frase que indica que se trata del último detalle para cerrar la venta.
73. Lleve preparadas ocho o diez preguntas destinadas a cerrar la venta. Memorícelas y úselas.
74. Cerca del 70% de las objeciones son falsas. Las personas mienten. Pero "mentir" rima con "adquirir" y usted debe suponer que su cliente es un comprador y no un embustero.
75. Cuando un comprador dice, "Es demasiado costoso para mí", lo que realmente quiere decir es que no desea comprar. El vendedor fue incapaz de despertar en él el deseo de adquirir el producto o el servicio.
76. Una excelente manera de cerrar una venta es decir: "Dijo que compraría en 30 días. Bueno, entonces tomemos el pedido ahora, y colocamos la fecha a un mes".
77. "Si usted fuera mi madre, le diría que lo comprara", es una buena táctica, pero no la utilice con una mujer joven! (Sin embargo, si su hijita decide vender galletas, puede utilizar esta frase con una joven recién casada.)
78. Hable de costos y de llegar a un acuerdo, pasando de un tema al otro sin perder el impulso hacia la venta.
79. Permita que el cliente coteje las ventajas y las desventajas. Usted sugerirá las ventajas y él deberá encontrar las desventajas.
80. Cuando el comprador se "enfríe", utilice la psicología; felicítelo por algo: "Veo que usted es de las personas a quienes no les gusta apresurarse, pero..."
81. Coloque una "X" en la esquina inferior de la hoja de pedidos. Finja estar interesado en otra cosa. Si el comprador no ha firmado cuando usted dé la vuelta nuevamente, señale el punto y ofrézcale su bolígrafo.
82. Cuando el comprador se encuentre al borde del acantilado, empújelo suavemente.
83. Lleve escrito el pedido.
84. Negocie con su cliente. Ofrezca varias posibilidades, pero asegurándose de que entienda que "no comprar" no es una de las opciones.
85. "Desea ayudarle a sus empleados a vender más; ¿no es cierto?" es una pregunta a la que el comprador no podrá responder con un "no".

86. Torne el artículo, páselo a su cliente y permanezca en silencio.
87. Debe planear cada visita de manera tal que el cierre de la venta ocurra automáticamente.
88. Aprenda a solicitar un pedido sin temor o duda.
89. Antes de salir a vender lleve preparada su presentación. No sea como el teniente novato que decidió enseñar el uso de las armas el mismo día del combate.
90. Pregúntese, "¿Qué es lo que voy a mostrar?"
91. Pregúntese cuál es el tamaño del pedido que desea obtener: ¿pequeño, mediano, grande?
92. Hable de manera convincente y con pocas palabras. Así ahorrará tiempo y cerrará más ventas.
93. Hable siempre de beneficios, servicio, ventajas.
94. Lleve algo a todas sus visitas; muestre unos cuantos artículos; fotografías, muestras, o cualquier cosa que atraiga la atención del cliente. El 87% de nuestras impresiones son visuales. Al hablar solo se "ve" un 9%, y algunas veces se escucha mucho menos. (Si el cliente es una de esas raras personas que sabe escuchar, estará entre sus redes).
95. Escriba una tarjeta que diga: "Puedo ahorrarle tiempo, trabajo y dinero".
96. El cliente debe hablar, mirar, sostener el artículo o probarlo. El reportero atrae la atención de sus lectores con la técnica del "quién, qué, dónde, cuándo, cómo y por qué". El vendedor puede hacer lo mismo para cerrar la venta.
97. El hombre o la mujer que hace preguntas nunca discute: la venta se cierra con las respuestas que da el vendedor.
98. Siempre debe escribir algo: las utilidades del cliente, los costos, el descuento, el ahorro de intereses.
99. Debe aprender a escuchar. Oiga lo que se le dice. Muestre su interés. Si desea aburrir a su cliente, hable. Si desea vender, ¡escuche! (Suponga que son las tres de la madrugada y su esposa lo sorprende entrando en la casa. ¡En ese momento usted escucha!).
100. El cliente debe creer en usted. Esto significa que debe decir la verdad hoy, mañana y pasado mañana. Quien hable con la verdad no tiene necesidad de temer.
101. No venda cuatro veces y compre cinco. No se exceda.
102. Controle sus emociones durante la venta. No pierda la calma. Al igual que el acero, los buenos vendedores tienen temple.
103. Cincuenta horas de trabajo a la semana como vendedor deben producir buenos ingresos. Esto constituye el capital del vendedor: siempre y cuando lo utilice para cerrar sus ventas.
104. Un buen estado físico también contribuye a mejorar el promedio de ventas.
105. Una de las causas principales de la fatiga en los vendedores es el fracaso: no saber planear, no saber organizar.
106. El vendedor que, al terminar una entrevista, solicita negocios adicionales, puede obtener un 35% más de ventas exitosas.
107. Si dedica una hora a la semana a estudiar a fondo el producto -por ejemplo la noche de los domingos- el porcentaje de ventas aumentará en un 5% por lo menos.

108. Debe haber una utilidad tanto para el comprador como para el vendedor. Esta magnífica combinación se conoce como "dejar algo sobre la mesa de negociaciones".
109. Una personalidad agradable ayuda a mejorar el porcentaje de ventas. La confianza nacida del éxito mejora la personalidad. Por lo tanto, es hora de dar comienzo a un círculo bueno: lo contrario de un círculo vicioso.
110. Pida lo que desee: ¿Cuánto? ¿Qué cantidad?
111. Antes de hacer la visita, piense en tres razones por las cuales el cliente debería comprar su producto.
112. Su apariencia debe ser la de una persona con la cual el cliente deseará hacer negocios. Sonría. Vista bien.
113. Haga buen uso de sus cualidades y puntos fuertes. Use aquello que mejor conoce.
114. No olvide que cerrar ventas es un negocio: una de las labores más importantes en el mundo entero. Las utilidades en los negocios no provienen de la fabricación de cosas, sino de la venta de dichas cosas.
115. El tiempo del que usted dispone en una semana para vender personalmente es muy limitado -entre cinco y ocho horas- y, por lo tanto, debe estar bien preparado.
116. Como dijo Elmer Wheeler, "No venda un delicioso platillo, venda su aroma".
117. Las primeras 15 palabras son las más importantes.
118. ¡Dígalo con flores ! Utilice sus capacidades histriónicas, sonría, cambie el tono de su voz, ¡ponga entusiasmo en su presentación!
119. Controle el tono de su voz para que sea suave y persuasivo. Corteje a su cliente.
120. Debe vender con entusiasmo. El entusiasmo es realmente el conocimiento al rojo vivo.
121. Debe ser sincero y firme al cerrar una venta.
122. Dedique una hora a trabajar por su superación. Durante los últimos 25 años se ha demostrado que es la mejor manera de mejorar la confianza en uno mismo. Usted no deposita su confianza en un imbécil, y menos si ese imbécil es usted mismo.
123. Cerrar ventas se debe convertir en un hábito: como afeitarse todas las mañanas. (Si usted prefiere la barba, cambie el ejemplo a: "el hábito de buscar otro pelo blanco todos los días").
124. Revise su trabajo del día. En esta forma tendrá siempre presente aquella frase o acción que le sirvió para cerrar una venta. Quizás pudo haber hecho uno de los descubrimientos más sorprendentes que cualquier hombre pensante pudo hacer.
125. La resolución, la dedicación y la fuerza de voluntad le ayudarán a cerrar sus ventas. La autodisciplina es poco precio por el éxito. Todo lo bueno implica un sacrificio. Si sacrifica "el último rato de sueño" para cumplir con su cita de las 7 a.m., podrá dormir mejor en la noche.
126. Adapte su forma de pensar a la de su comprador. No lo obligue a él a adaptarse a usted.
127. El comprar y vender no es un grito de guerra. La palabra "arte de vender" es sinónimo de "amistad".
128. El gran Frank Bettger dice: "Visite a cinco personas en el día, presente su producto con honestidad y sinceridad y así venderá".

129. El buen servicio atraerá más clientes que ninguna otra cosa. "Quien presta un mejor servicio se beneficia más".

130. El aura de misterio que rodea a las mujeres desaparece ante el vendedor que las comprende.

131. Derrote a las mujeres en su propio juego. Utilice su encanto de la misma manera que ellas lo utilizan.

132. No deje a un lado a las esposas, esposos o secretarias: ellos también deben tomar parte en la compra. Los expertos dicen que aproximadamente 70% de las ventas que se hacen en los Estados Unidos se deben al visto bueno del cónyuge. Sin el apoyo del cónyuge, el vendedor estará caminando hacia la quiebra.

133. Las mujeres tienen a menudo mejor imaginación que los hombres. Es de mucha ayuda utilizar un lenguaje florido con ellas, de tal manera que el vendedor logre "dibujar el cuadro" de lo que está diciendo.

134. Si desea convertirse en un vendedor estrella, trate de establecer una nueva marca. Póngase en el lugar del comprador. ¿preferiría enfrentarse a un vendedor con éxito, o a un eterno perdedor?

135. Fracasaré si obedezco a los compradores que le pidan que "regrese otro día". Modifique su forma de pensar y trate de cerrar la venta durante la primera entrevista. Si toma la decisión de hacerlo, lo hará. Es imposible visitar dos veces a cada cliente y, por lo tanto, debe modificar su actitud y cerrar la venta ahora.

136. Piense que todo es cuestión de perder o ganar en la primera entrevista, y decida que debe ganar.

137. No piense en la comisión que obtendrá por una venta, o de lo contrario fracasará. Llegue a donde su cliente con la intención de ayudar, no de vender. Piense solamente en el beneficio que su cliente obtendrá al comprar su producto. En otras palabras, ¿cómo dejaría usted que una persona tan agradable como su cliente viviera sin ese automóvil que usted vende? ¡Recuerde la Regla de Oro!

138. Las mujeres se interesan más que los hombres en el estilo, color y diseño del producto. Cuando le venda a una mujer. Averigüe qué es lo que le gusta.

139. "El cliente siempre tiene la razón" afirmó John Wanamaker, propietario de una tienda de departamentos de Filadelfia. Los mejores vendedores siempre escuchan y solucionan las objeciones de los clientes.

140. Por regla general. las mujeres son más conservadoras que los hombres.

141. Las mujeres necesitan halagos, halagos y más halagos. La idea de la alabanza se encuentra incluso en el Libro de los

los Proverbios: "La mujer que tiene sabiduría, esa será alabada" (Proverbios 31:30). El ignorar, despreciar, menospreciar o ser insensible a la mujer es un suicidio económico, ¡y también puede hacer que lo pongan de patitas en la calle!

142. Al vender, especialmente si el comprador es una mujer, es necesario tocar la vanidad de la persona con frases como esta: "¿No cree usted que merece lo mejor?" y "Dése un poco de gusto".

143. Las mujeres detectan al instante si un hombre las aprecia y comprende, y las acepta como son. No atropelle a las

mujeres. Ellas son la otra mitad del género humano y, como lo han tenido que admitir muchos esposos, la mejor mitad".

144. Recuerde que su actividad gira alrededor de las personas. No de los aparatos o de la madera. Al trabajar con la gente, más de la mitad de sus clientes pueden ser mujeres.

145. El amor propio es el motor de muchas ventas. Hay personas que simplemente odian perder. Permita que la venta sea un desafío para el orgullo que usted siente acerca de su propia capacidad.

146. Siempre debe preguntar: "¿Cuánto hace que está pensando en comprar un sistema de radar (o cualquier otra cosa)?"

La respuesta debe ser muy reveladora.

147. Cuando un comprador le pida que lo visite, hágalo rápidamente, mientras aún está "caliente". Límitese a escuchar y a tomar el pedido. No trate de vender, simplemente tome el pedido. ¿No fue acaso el gran general de la Guerra Civil

de los Estados Unidos, Nathan Bedford Forrest. quien dijo: "Es necesario llegar lo más pronto posible y con la mayor cantidad de hombres?"

148. Una historia llena de enseñanza y sentimiento puede ayudarle a cerrar una venta. En cierta ocasión. un hombre llamado Walt estaba pasando por una difícil situación familiar, emocional y económica. Estaba a punto de perder la razón. Estaba considerando la posibilidad de una quiebra: su esposa lo amenazaba con el divorcio. Tomó el curso de capacitación en ventas de Don Sheehan y en un año sus ingresos aumentaron un 400% . Tanto él como su esposa pensaron que la experiencia del curso les había ayudado a convivir y a solucionar sus problemas. Esta historia es real. y me ha servido para vender muchos cursos. Usted también puede usar historias de este tipo para vender.

149. Una vez trataba de vender uno de mis cursos a una compañía, y mientras hablaba me vino a la mente la siguiente frase: "¿Si le agrada lo que vea hoy, podrá tomar una decisión de tipo financiero al respecto?" Actualmente. Si un cliente responde a ello con un "sí", simplemente continúo. Si dice "no", pregunto rápidamente: "¿Quién es la persona que puede tomar esa decisión?" (No se debe caer en la tentación de preguntar "¿Bueno, entonces puedo hablar con su esposa?")

150. Algunas personas autorizadas calculan que el costo promedio de una visita de ventas en la actualidad oscila entre U\$S 75 y U\$S 100. A ese precio, ningún vendedor puede darse el lujo de ser descuidado. Significa que es necesario realizar una excelente labor para compensar el costo tan elevado de cada visita.

151. Cuando se encuentre en una mala situación económica, deténgase a pensar cuánto le cuesta a usted cada visita de ventas. Un vendedor determinó que había realizado 300 visitas en un año, por un ingreso de U\$S 15.000. Cada entrevista tuvo un valor de U\$S 50, independientemente de si hubo una venta o no. Por lo tanto. Cada vez que tenga problemas, averigüe cuánto "vale" cada visita para usted. Así podrá pensar en la manera de mejorar el promedio, eliminando los errores. Como dijo un fracasado: "si solamente hubiera sabido lo que hubiera debido saber, nunca hubiera hecho lo que hice".

152. ¿Tiene idea de cuánto ingreso representa para usted una llamada telefónica a un posible cliente? Robert Duffy de Minneapolis, Minnesota, me dijo que cada vez que marcaba un número telefónico, ganaba U.S.\$ 5.12 incluso si la línea estaba ocupada o nadie tomaba el teléfono.

153. No tema dedicar medio día o un día completo a organizar sus visitas o llamadas telefónicas.

154. Le garantizo que cuando deje de llevar un registro de cada venta realizada por visita, su volumen de ventas, sus ingresos por visita, el promedio de ventas logradas se derrumbará y sobrevendrá el desastre. Sencillamente no sabrá dónde está, y su trabajo se convertirá en algo totalmente aleatorio.

155. Todo vendedor veterano sabe que debe definir claramente su trabajo y analizar sus registros.

156. El desaliento es el producto del ocio. Una actividad permanente que conduzca a ventas exitosas es la mejor forma de librarse de la depresión.

157. Unos registros precisos acerca de todas sus ventas le ayudarán a evitar el desastre económico. En ellos encontrará sus equivocaciones. Y si uno de los problemas es usted mismo, le aconsejo que lea nuevamente este capítulo.

158. En su área de trabajo habrá por lo general "una mina de diamantes", si se toma la molestia de buscar nuevos clientes.

159. Busque compradores diariamente, sin cesar. Son el alma de las ventas. Recuerde que no podrá vender si no tiene un posible comprador. No podrá encontrar "la mina de oro en las montañas", a menos que busque. Para decirlo en otra forma, se trata de explorar o perecer.

160. El teléfono se debe utilizar como un instrumento esencial para vender: para obtener un pedido, para arreglar una cita, para obtener nuevos pedidos, para verificar si el cliente está satisfecho, y para obtener otros clientes a través de sus relaciones con los actuales.

161. En la lucha contra la recesión económica, debe hacer más llamadas telefónicas y buscar nuevos clientes. Si se mantiene ocupado, estará haciendo algo para superar los problemas y tendrá menos tiempo para preocuparse.

162. El vendedor debe brindar un servicio efectivo y rápido a sus clientes. Como es bastante difícil obtener una cuenta, es necesario evitar a toda costa que la competencia se la arrebate. Se me olvidaba, si es su esposa la que trata de formar tormenta, vaya por sus palos de golf, pero esté listo a agarrar cuando ella le arroje la vajilla.

*** Le invitamos a comentar este artículo o para cualquier consulta, comuníquese con José Eduardo Villacís, al (442) 140 1211, email: jvillacis@action-international.com.mx, de ACTION International en Querétaro. El le atenderá con mucho gusto y sin compromiso. También puede visitar la dirección de internet: www.coachdenegocios.com**