

## ***LAS HERRAMIENTAS DEL VENDEDOR***

Hubo una vez, cuando trabajaba en Telecomunicaciones, que tuve que ir a visitar a un cliente que estaba profundamente descontento con la atención y el servicio que le habíamos prestado, es decir, iba a escuchar todas sus protestas al respecto de nuestro trato hacia él.

Ese día, yo tenía una especial tranquilidad; el día anterior me habían dado una noticia excepcional en el entorno de mi vida privada, lo que me provocó un gran bienestar. Me senté a hablar con el cliente y escuché pacientemente todo lo que tenía que exponer al respecto de nuestra empresa, nuestro producto y la atención recibida. Hubo algunos puntos en que a aquel hombre no se le podía restar ni un ápice de razón en sus comentarios, pero hubo otros puntos en que, desde la asertividad especial de que disponía ese día, le sugerí otros puntos de vista diferentes que, para mi sorpresa, él aceptó de buena gana.

La historia termina en que no sólo aquel cliente cambió su opinión hacia nuestra empresa después de mi visita, sino que en aquel mismo momento cerramos otro proyecto muy interesante para ambos y hasta el día en que yo salí de la empresa continuaba siendo uno de nuestros clientes más defensores y fieles.

Aquel día yo me sorprendí muchísimo, ya que esperaba atender a sus reclamaciones y perder a ese cliente para siempre y, sin embargo y para mi sorpresa, ocurrió todo lo contrario. ¿Qué había hecho yo de especial ese día en mi entrevista de ventas?

En el exhaustivo análisis que realicé posteriormente de este encuentro con el cliente, llegué a la conclusión de que la actitud tan positiva que llevaba ese día en concreto, mi empatía y mi asertividad hacia él, dejar al cliente que se vaciara pacientemente (escucha activa) y conversar con él acerca de hasta dónde exactamente llegaban nuestras responsabilidades (dosis de persuasión) convirtió un fracaso en una nueva oportunidad.

Aquel día decidí trabajar escrupulosamente con mis actitudes en mis visitas a cada cliente y, con el tiempo, descubrí que los vendedores tenemos unas maravillosas herramientas con las que hacer nuestro trabajo más fácil, eficaz y profesional y que, en la mayoría de los casos, no utilizamos correctamente. Unas herramientas con las que podemos practicar en cada momento, que podemos adiestrar ya que dependen únicamente de nosotros y que, en la mayoría de las ocasiones, se nos olvida que las tenemos.

Comprendí que la comunicación es un vehículo que va pegado a nosotros y a nuestros clientes, del que no nos podemos desprender. Siempre estamos transmitiendo, sea de manera consciente o inconsciente.

Construir la confianza del cliente requiere de tiempo, ya que no se trata de una relación casual sino elaborada. Cuando intentamos establecer una relación de confianza con un cliente no importa lo que nosotros queramos decir, importa lo que él interpreta.

¿No les ha ocurrido nunca que, al esperar una cola para resolver un tema administrativo donde hay varias ventanillas de atención al público, nos gustaría que nos atendiera una de las personas y no otra? No conocemos a ninguna de ellas, por tanto, debería darnos igual quién nos atendiera y sin embargo, solemos establecer preferencias.

¿Puede ser porque acudimos a nuestras sensaciones, a nuestra intuición y establecemos una idea de quién nos puede atender mejor? Al cliente le pasa lo mismo, siempre acude finalmente a sus sensaciones a la hora de tomar la decisión sobre su compra. Por tanto, si conseguimos que el cliente tenga sensaciones muy positivas hacia nosotros como vendedores, será más fácil

ganarle la batalla a nuestra competencia. Y estas sensaciones positivas sólo se las podemos transmitir desde nuestras habilidades personales.

En la venta no influye el producto, no influye el precio y tampoco influyen nuestros jefes, sólo influye que seamos capaces, desde nuestras habilidades personales, de generar la confianza suficiente en el cliente como para que se decida por nuestro producto.

Para potenciar nuestras habilidades personales hay que saber primero cuáles son las que influyen directamente en la venta. Adiestrar la empatía, la perseverancia, la escucha activa, la asertividad o la proactividad nos garantizan una mayor seguridad y confianza en nosotros mismos, aspecto que será de vital importancia en la fase de persuasión que todo vendedor debe realizar en un punto de la entrevista de ventas.

También debemos conocer los errores que no debemos cometer para alejar la confianza del cliente. Si tenemos prejuicios de un cliente, si caemos en la interpretación de sus palabras o le damos consejos acerca de lo que debería hacer en un tono paternalista, veremos cómo la confianza del cliente se aleja por momentos y comienzan a aparecer barreras de comunicación.

En cambio si nos vaciamos de prejuicios e interpretaciones a la hora de estar con un cliente y le ofrecemos la mejor de nuestras sonrisas y nuestras mejores habilidades (anteriormente adiestradas) las sensaciones que el cliente percibe le acercarán a nosotros y tendremos mucho juego ganado cuando llegue el irremediable momento del cierre de la venta.

Por tanto, si usted realiza sus ventas visitando personalmente a sus clientes no se olvide de que además de su apariencia y su total conocimiento del producto, debe mostrar sus mejores cualidades al cliente ya que éstas incidirán directamente en sus sensaciones y son las que le acercarán a él o le alejarán definitivamente.

Y si usted trabaja al teléfono, no se olvide de que únicamente dispone del tono de su voz y de la corrección de su lenguaje para transmitirle todas esas buenas sensaciones al cliente para que éste se sienta cómodo en su conversación con usted y usted, de esta manera, pueda lograr su objetivo.

Y, por cierto, esto también es válido para los directivos que trabajan codo con codo con todos los miembros de su equipo, si lo que quieren es conseguir un adecuado ambiente laboral en el que se trabaje por un objetivo común.

Les proponemos que ejerciten sobre los aspectos comentados y estaremos encantados de escuchar todas las opiniones que nos quieran hacer llegar al respecto.

Carolina Hernández  
Consultor Asociado  
Formación Ventas  
[www.formacionventas.com](http://www.formacionventas.com)  
[info@formacionventas.com](mailto:info@formacionventas.com)