

CLAVES PARA UNA NEGOCIACIÓN EXITOSA

NOÉL ADRIÁN
HERNÁNDEZ OLMOS



Las ventas dentro de una organización son de suma importancia, derivado que de ellas depende el futuro de la empresa, es por ello que se tiene que poner especial atención en desarrollar las habilidades sociales y emocionales de los vendedores. El desarrollo de sus competencias va de la mano con las capacidades propias y al mismo tiempo la experiencia que van adquiriendo en cada negociación a la que se enfrentan.

Dentro de las estrategias de ventas mayormente aplicadas en las organizaciones, puedo mencionar que las que comúnmente se deben considerar para el desarrollo de las competencias de los vendedores son:

SPEECH DE VENTAS

Este tipo de discurso debe ser creado con previo conocimiento de las necesidades del cliente, y por otro lado las propiedades con las que cuenta el producto o servicio

que se pretende comercializar; también es necesario tener preparada la contra parte, considerando las objeciones que puedan surgir del cliente.

En este punto, el vendedor debe ser capaz de determinar el preciso momento para estimular a que el cliente acceda a la compra.

ESCUCHA ACTIVA

El vendedor debe prestar atención a las necesidades que le vaya presentando el cliente, es decir, poder identificar los sentimientos, ideas y dudas que pueda tener con respecto a la adquisición del producto o servicio en venta.

Entre más nos comparta el cliente sobre sus necesidades y dudas, es más factible poder dar una respuesta adecuada sobre las propiedades del

producto o servicio que se le está ofertando. Cuando el vendedor logra conectar con la satisfacción del cliente, es muy probable pensar en una relación comercial a futuro.

ADAPTACIÓN

Una de las principales competencias de los vendedores es su capacidad de adaptación ante las necesidades y expectativas de los clientes, esto les facilita la resolución de conflictos o desacuerdos dentro de la negociación. Una de las recomendaciones que doy en este punto, es la previa preparación de las objeciones que pueda presentar el cliente.



CONTROL DE EMOCIONES

Durante una negociación, se puede ser partícipe de distintos estados de ánimo, como bien se sabe, todas las personas tenemos percepciones distintas de nuestro entorno, provocando respuestas y actitudes variables.

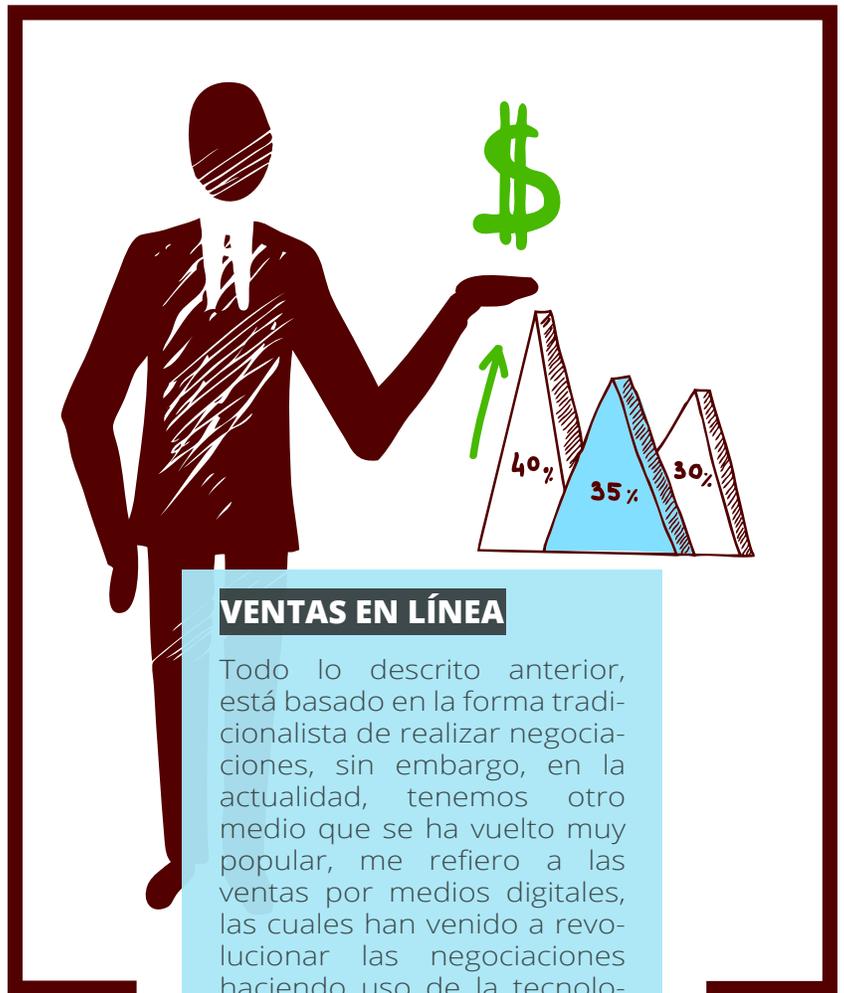
Para poder dar la respuesta adecuada a los distintos escenarios emocionales que se pueden presentar durante una negociación, es necesario tener identificadas las reacciones que se puedan presentar, con ello se puede planificar las posibles acciones a tomar, buscando siempre el ganar-ganar.

Es importante transmitir mensajes claros y, sobre todo, garantizar que el cliente comprenda lo que se le está comunicando, se debe aclarar cualquier duda.

DECLINACIÓN

Sin duda alguna, el objetivo de una negociación es cerrar el trato de una venta, sin embargo, existe la posibilidad de declinación por parte del cliente, y justamente en ese punto, el vendedor tiene que estar capacitado en saber retirar su oferta, sin persuadir al cliente por medio de falsas promesas o condiciones que no sean reales.

La habilidad del vendedor se verá reflejada en saber el momento oportuno de declinar su oferta de la negociación, y poder tomar la mayor información posible de dicha experiencia, la cual le ayudará a redefinir sus técnicas para ventas futuras.



VENTAS EN LÍNEA

Todo lo descrito anterior, está basado en la forma tradicionalista de realizar negociaciones, sin embargo, en la actualidad, tenemos otro medio que se ha vuelto muy popular, me refiero a las ventas por medios digitales, las cuales han venido a revolucionar las negociaciones haciendo uso de la tecnología. Ahora es ineludible que los vendedores también abarquen las ventas en línea, las cuales, aparentemente son sencillas, ya que las fronteras no existen como tal.

Uno de los principales problemas de la negociación en línea, es lograr generar confianza con el cliente, ya que todo se va resolviendo por medio de canales digitales y a distancia. Por otro lado, se ha convertido en la mejor manera de aumentar las ventas a bajo costo de miles de empresas, volviéndose una de los mejores medios de negociación actualmente.