Clase 1

Introducción

La venta a través del descubrimiento y la satisfacción de las necesidades del cliente

Los clientes compran porque tienen necesidades y esto no es una obviedad; hasta las compras más suntuarias o de apariencia caprichosa, ocultan en rigor algún tipo de necesidad.

El sociólogo A. Maslow afirma que existen cinco tipo de necesidades:

- Las básicas, como alimento, vestido, educación.
- Las de seguridad, como mantener el empleo, proteger a la familia, etc.
- Las de pertenencia, como saberse identificado con un grupo social.
- Las de ego-status, que demuestran la ambición por distinguirse del resto.
- Las de autorealización, en donde el individuo aspira a encarar un proyecto personal que implique un desafío para él y eso solo ocurre cuando ya han sido satisfechas sus necesidades anteriores.

Se desprende entonces, de Maslow, que quien califica para un Renault 9 usado pero se empeña en poder comprar un Land Rover 0 km. no se está manejando por el capricho ni por una total inconsciencia sino por una necesidad vigente de ego-status. Del mismo modo podemos advertir que si un cliente en el supermercado busca el precio mas barato, de algo tan básico como la leche, es porque sus necesidades son básicas.

Maslow dice que no emerge en el individuo la necesidad de un estadio superior si antes no están satisfechas las anteriores. Por el contrario, se puede estar en el estrato más alto y descender de golpe al mas bajo.
No importa si el estadio de necesidades en el que se halle nuestro cliente es alto o bajo. Lo que sí importa al vendedor, es saber en cual escalón está y tratar de satisfacer sus demandas en la medida en que se relacione su calificación (target de consumidor) con nuestros productos y servicios.

Vendedor como consultor del cliente

Cualquiera sea la modalidad de venta en la que se desempeñe un operador comercial, la nueva definición de su rol es que debe ser un consultor de sus clientes.

¿Qué se entiende por consultor?

El consultor es básicamente un especialista en asesoramiento, que cobra por dar tal servicio.

¿Qué se entiende por asesorar?

1. Interpretar las necesidades del cliente
2. Aconsejarlo en la mejor manera de satisfacer tales necesidades
3. Ser un referente de consulta válido y permanente.
4. No defraudarlo.