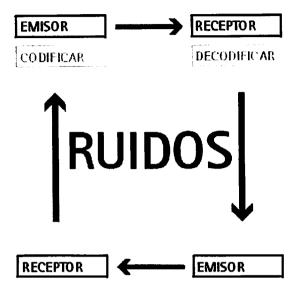
Clase 2 La comunicación efectiva: presupuesto esencial de la venta profesional

Mensaje



Existen 3 factores que son fundamentales de observar en una interacción comunicacional especialmente cuando se trata de una negociación:

Factores racionales: es el aspecto de la comunicación que está basado en la lógica de lo que se dice y cómo se lo dice.

Factores interactivos: tiene que ver con el liderazgo comunicacional; quién conduce la entrevista ¿el vendedor o el cliente?.

Factores emocionales: son los aspectos más irracionales y espontáneos de una comunicación. Se expresan a través de la tensión, el nerviosismo los bloqueos e interrupciones. Tenerlos claros y poder controlarlos ayuda al manejo de las objeciones del cliente, como ya veremos.

Diferencias entre problemas y necesidades

Un problema es la carencia del cliente (un algo que no posee) pero percibida por él como problema, esa falta de un algo no tiene apuro por ser resuelta; es decir, no ve urgencia en satisfacer esa carencia.

Una necesidad, también es una carencia pero cuando el cliente la percibe como tal, le urge resolverla; es decir, satisfacer en términos de adquisición inmediata aquello que hasta el momento no posee.

El diagrama anterior muestra las instancias en que el vendedor debe ejercer un rol proactivo en el proceso de toma de decisiones del cliente para adquirir un producto o servicio, en términos de la solución sugerida cabalmente como consultor y asistente de su necesidad.