Anexo 1: “Perfil de prospecto”

¿Cómo lo considera su prospecto?

He aquí un viejo adagio de ventas: ”El producto puede ser de igual calidad, pero la gente le compra a la persona que le cae bien”.
Tener una buena relación amistosa con el cliente rara vez es suficiente para cerrar una venta; no obstante, la importancia de este primer paso es enorme. Es muy difícil poder superar el antagonismo personal, pero vale la pena considerar que casi nunca existen razones de peso que lo justifique.

Una vez que logre caerle bien al cliente, él le brindará buena atención, y si además busca precisamente lo que usted vende, solo esperará que su presentación sea lo suficientemente atractiva para canalizar los negocios a través suyo. Si, por el contrario, no le cae bien al cliente, solo las ventajas de peso que ofrezca sobre su competidor hará que se decida por usted, pero será con cierta renuncia y cerrar la venta resultara más difícil. Sus respuestas a las preguntas que se presentan a continuación serán un indicio claro para saber si usted le cae bien al cliente.

1. ¿De alguna manera hace usted evidente que el cliente le cae bien? (Las personas instintivamente aceptan a otros cuando les muestran simpatía e interés).
2. ¿Su actitud muestra respeto de manera agradable? (Cuando un cliente siente que es respetado, no puede pensar mal de usted).
3. ¿Realiza un esfuerzo consciente por entender el punto de vista del cliente, sus problemas y sus necesidades? (Sus problemas personales no le interesan al cliente, no obstante, comenzará a simpatizar con usted cuando muestre interés por su persona).
4. ¿Sabe usted escuchar? (El vendedor que no escucha atenta y pacientemente lo que el cliente dice, no podrá hacer amigos)
5. ¿Se muestra ansioso de cerrar la venta en situaciones de presión? (Cuando tal actitud de ansiedad es obvia, el cliente siente que solo lo mueve la codicia y el egoísmo).
6. ¿ Se comunica con el cliente en su propio lenguaje? (El cliente resiente una actitud de superioridad o de ”aires de grandeza” en la otra persona)
7. ¿Evita las discusiones? (Probar contundentemente que el cliente está equivocado es la mejor manera de aniquilar la posibilidades de venta).
8. ¿Adapta las ventajas de su producto a la situación específica del cliente? (De ninguna manera le agradaría pensar que le recita la misma perorata que a los demás).
9. ¿Su apariencia personal recibe aceptación inmediata? (No es descuidada ni aliñada en extremo).