



G-Stock Studio/Shutterstock

El arte de aprender a vender

Publicado: 5 septiembre 2023 18:47 CEST

Guillermo José Navarro del Toro

Profesor de Tiempo Completo de la Universidad de Guadalajara, Universidad de Guadalajara

Del simple trueque a sofisticadas estrategias de ventas en línea y enfoques centrados en el cliente, a lo largo de los siglos el comercio ha sido un motor económico y social, y se ha ido adaptando a los cambios y necesidades de sociedades en constante evolución.

Cuando pensamos en ventas, es común imaginar a un vendedor persuasivo tratando de convencernos de comprar algo que tal vez no necesitemos. Sin embargo, la venta va mucho más allá del cierre de un trato. Aprender a vender implica dominar el arte de comunicar, conectar y construir relaciones duraderas.

Ya sea que se esté presentando un producto a un cliente o persuadiendo a alguien de adoptar una idea, los fundamentos de la venta pueden marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso. En este artículo, exploraremos sus aspectos básicos.

El arte de la persuasión

“El éxito es el punto donde la preparación y la oportunidad se encuentran”.

(Alex Dey, experto en ventas).

Adapte su enfoque a las preocupaciones específicas de sus clientes potenciales. Eso le permitirá captar su atención de manera más efectiva.

Antes de entrar en cualquier conversación de venta es crucial que conozca a su interlocutor. Investigue sus necesidades, deseos y preocupaciones. ¿Qué problemas podría estar enfrentando y cómo puede su producto o servicio ayudarle a resolverlos?

Dar mensajes claros y concisos

En un entorno donde el tiempo es limitado, la claridad es esencial. Defina su propuesta de valor en una o dos frases cortas y contundentes. En lugar de centrarse en las características técnicas, complejas y difíciles de seguir, enfóquese en los beneficios que su producto o servicio puede brindar al cliente. ¿Cómo mejorará su vida o su negocio?

Comunicar de manera directa cómo puede marcar la diferencia captará rápidamente la atención de la audiencia.

Generar emoción

Las decisiones de compra se basan, en gran medida, en las emociones. Utilizar un lenguaje persuasivo genera emoción y entusiasmo. *Pintar* un cuadro vívido de cómo la vida del cliente mejorará con el producto despertará su interés y curiosidad.

Historias cortas sobre cómo otros se han beneficiado del producto también pueden establecer conexiones emocionales y aumentar la confianza del potencial comprador.



Austin Distel / Unsplash

Crear sensación de urgencia

La urgencia es un poderoso motivador. Mencionar ofertas especiales, por tiempo limitado, o ediciones limitadas del producto impulsa a los clientes potenciales a tomar decisiones rápidas. La sensación de que pueden perder una oportunidad única e irrepetible puede llevarlos a tomar decisiones de compra en el momento.

Escuchar activamente

La venta no es solo hablar sino también escuchar. Se debe prestar atención a las señales verbales y no verbales del interlocutor. Eso ayudará a adaptar el enfoque según el nivel de interés del potencial cliente y a responder a sus inquietudes de manera efectiva. La escucha activa también demuestra respeto y genuino interés por las necesidades del otro.

Involucrar al cliente

Al final de una presentación de producto se debe promover la participación del potencial cliente. Puede ser de un modo tan simple como pedir su opinión o sugerirle una reunión para discutir más a fondo cómo el producto puede beneficiarle. Se debe dejar una puerta abierta para futuras interacciones y mantener la conversación en marcha.

Preguntas que llevan a la acción

Las preguntas que invitan a la acción facilitan el cierre de una venta y permiten, además, que el cliente exprese sus intenciones. Puede ser algo como “¿Está listo para dar el siguiente paso?” o “¿Quiere proceder con esta opción?”.

Adaptar el enfoque

Tras la pregunta de cierre hay que escuchar atentamente la respuesta del cliente. Si está listo para la compra, se le debe guiar a través de todo el proceso. Si tiene dudas, ofrecerle información adicional para aclarar sus inquietudes. Adaptar el enfoque según su respuesta demuestra que se toman en cuenta sus necesidades.

Cerrar el acuerdo con elegancia

Una vez que el cliente ha tomado la decisión, se le deben proporcionar instrucciones claras sobre los pasos a seguir y asegurarse de que se sienten cómodos y confiados con su elección.

Cerrar una venta con éxito requiere un equilibrio entre habilidades de comunicación, empatía y conocimiento del producto. Escuchar atentamente permite adaptar el enfoque a las necesidades del cliente y crear una experiencia positiva. Con práctica constante y compromiso para mejorar, se puede dominar el arte de vender.

La cuestión es que un vendedor es mucho más que alguien que cierra tratos: es también un solucionador de problemas, un creador de conexiones y un generador de confianza. Y para ello es necesario tener pasión por su trabajo, confianza en el producto y en uno mismo, y determinación para alcanzar los objetivos propuestos.



Mina Rad / Unsplash

Su artículo 'El arte de aprender a vender' ha sido publicado.

The Conversation <support@theconversation.com>
Responder a: elba.astorga@theconversation.com
Para: guillermo.ndeltoro@academicos.udg.mx

5 de septiembre de 2023, 10:47

THE CONVERSATION

Rigor académico, oficio periodístico

Saludos:

Su artículo 'El arte de aprender a vender' ha sido publicado en The Conversation (ISSN 2201-5639).

Aquí está el enlace:

<https://theconversation.com/el-arte-de-aprender-a-vender-211986>

¿Y ahora qué?

1. Comparta su artículo

Le invitamos a que comparta el artículo en sus redes. Y, para ayudarnos a incrementar el impacto de sus artículos y de los de otros autores, por favor, invite a sus contactos a suscribirse al [Boletín The Conversation](#).

2. Haga seguimiento de sus repercusiones

Acceda a su [Área de trabajo de Autor](#) para conocer la repercusión de sus artículos, que incluye número de lectores, comentarios, difusión en redes sociales y republicaciones sujetas a nuestras licencias Creative Commons de acceso libre.

3. Implíquese con sus lectores

Por favor, dedique algo de tiempo a responder las preguntas y los comentarios de los lectores, ubicados al final de [su artículo](#).

4. Háganos saber la repercusión de su artículo

Tras la publicación de su artículo en The Conversation pueden ocurrir muchas cosas positivas. Nos encantaría saber si le contactan medios de comunicación para entrevistas o artículos, si han surgido nuevas redes profesionales o nuevas líneas de investigación, si ha influido en políticas públicas, si le han contactado para participar en congresos, presentar ponencias, etc. Este registro nos ayuda a medir la repercusión de los artículos escritos para The Conversation. Por favor, comparta sus historias de éxito tras la publicación a través del botón '¿Qué pasó tras escribir este artículo?' en [su área de trabajo](#).

Si tiene alguna consulta, por favor, póngase en contacto con Elba Astorga a través del correo electrónico elba.astorga@theconversation.com.

Saludos cordiales,

The Conversation



Su área de trabajo

Profesor de Tiempo Completo de la Universidad de Guadalajara, Universidad de Guadalajara

Ver las métricas de la institución

Proceso en curso (2)

¿Es compatible montar un negocio con ser estudiante?

ANÁLISIS Fecha tope: 17 julio 2023 4 00AM
Receta para fabricar un corazón

¿Quiere sugerir alguna idea para un artículo?

Preguntas frecuentes

- ¿Cómo comienzo a escribir?
- Ya he enviado una sugerencia. ¿Ahora qué?
- ¿Cómo puedo manejar las solicitudes de entrevista de radio / TV?
- ¿Alguna otra pregunta? [Contacto](#).

Publicado (4)

NEWS 5 septiembre 2023
El arte de aprender a vender

720 2

ANÁLISIS 1 agosto 2023
La importancia del emprendimiento en las universidades de América Latina

675 0

NEWS 28 mayo 2023
¿Cómo impactará la IA en el marketing de las empresas?

7.923 0

NEWS 23 marzo 2023
Por qué algunos proyectos de emprendimiento no prosperan y cómo evitarlo

2.193 0

Impacto

Vista general - Todos los artículos

4

Artículos

11.509

Lectores

2

Comentarios recibidos

1

Comentarios hechos

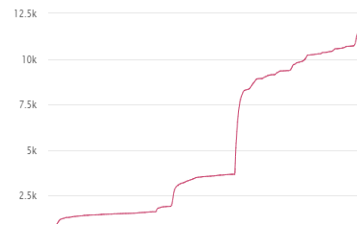
Resumen postpublicación

0

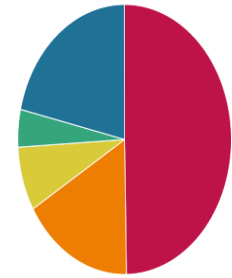
Reperusiones

Anotar reperusiones

Lectores



País / Región



- Mexico
- Spain
- Colombia
- United States
- other

Publicaciones



El Economista (México)

5.947



The Conversation

3.104