

Alfonso Ruano Consultor Formación Vendedores

*Crear, recoger y difundir ideas que
faciliten la labor de los profesionales del
Mundo de la Venta*

VENDER EN TIEMPOS DIFÍCILES. 10 PAUTAS

VENDER EN TIEMPOS DIFÍCILES. 10 PAUTAS

Como venimos comentando en algunos *post* anteriores, nos enfrentamos a un cambio de época. Un cambio que afecta a la forma de vivir y a la manera de sobrevivir.

Por lo tanto bien como **Vendedores** que tenemos una actividad Profesional inmersa en esa Sociedad cambiante, bien como **Jefes de Equipo** que estamos al frente de un grupo que ha aprender a manejarse y manejar el cambio o como **Directivos** al frente de un Proyecto, debemos saber no solo no quedar descolgados en este nuevo ciclo, sino aprovechar todas nuestras ventajas competitivas para pilotarlo y sacar el máximo partido del mismo.

Para ello nada mejor que comprender cómo afecta la situación actual a nuestros Clientes -presentes y futuros- en sus hábitos de compra y cómo pautar nuestra forma de vender en estos tiempos difíciles.

UNA NUEVA REALIDAD

¿Cuál es la realidad a la que nos enfrentamos como Vendedores Profesionales, como Jefes de Equipo de Venta y como Directores de Proyectos en su faceta Comercial?.

1º-Un mercado en el que hay muchísimas ofertas (buenas, malas, regulares).

Pauta: Distinguirnos

-mayor visibilidad y presencia

-mejor identificación

-máxima diferenciación (sin olvidar nunca que yo como Vendedor puedo ser uno de los mejores/mayores factores de diferenciación/valoración)

2º-Los clientes están mucho más informados, formados y, a veces, deformados.

Pauta: Explicar los pilares de nuestra Solución

-en qué áreas o intereses operamos

-qué problemas resolvemos

-cuál es la filosofía de nuestro trabajo

3º-Los compradores son mucho más selectivos a la hora de elegir. Administran sus recursos con más cuidado.

Pauta: Demostrar qué reciben a cambio

-qué eliminamos, reducimos, simplificamos

-qué remplazamos, renovamos, innovamos

-qué aportamos, mejoramos

4º-La decisión tiene cada vez más en cuenta la opinión de otros compradores que la publicidad generalista de la que, cada vez más, desconfían.

Pauta: transformar en prosumers a los consumers

-incorporarlos como clientes a corto; técnica

-transformarlos en aliados vinculados a medio; táctica

-sumarlos como portavoces defensores a largo; estrategia

5º-Se sienten dueños de la situación, saben que hay mucha oferta y poca demanda. Se han vuelto cada vez más exigentes.

Pauta: Capacidad de respuesta a sus cuestiones

-comprensión de la naturaleza distinta de dudas y de objeciones

-conocimiento profundo de las bases de la oferta

-dominio específico de la aplicabilidad de la misma

6º-Quieren una oferta realmente a la medida de sus gustos y necesidades y están hartos de la palabra “personalización” como eslogan sin contenido.

Pauta: Actuar siempre teniendo en cuenta la singularidad de ese Cliente

-sus gustos individuales

-sus necesidades profesionales

-sus deseos personales

7º-Exigen, sea cual sea la compra que vayan a hacer, un servicio *Premium*. Quieren volver a sentir aquella máxima de que “El cliente es el Rey”.

Pauta: Conocer qué valora y aportárselo sorprendiéndolo

-en su plano personal

-en su marco empresarial,

-en su ámbito profesional

8º.-No perdonan un fallo. “Castigan” a quien les defrauda y tienen medios de difusión masiva para transmitirlo (RR.SS.)

Pauta: Asegurar resultados

-aportarle lo que realmente precisa

-certificar usabilidad

-controlar la posventa

9º.-No quieren que les cuenten penas ni les hablen de sufrimiento (la prensa y tv y sus entornos ya vienen cargados de ello).

Pauta: Cada uno de sus contactos conmigo un motivo de alegría

-provocar una sonrisa

-ayudarle a un recuerdo agradable

-fomentar su autoestima y reconocer sus capacidades

10º.-En un habitat hostil siguen siendo personas que quieren suscitar la atención honrada y el interés veraz de otras personas.

Pauta: Practicar el Market-In (que no es lo mismo que el Marketing)

-mi trabajo no termina en el conocimiento y la aplicación de mi oferta

-mi actividad Vendedora comienza y termina en el conocimiento y satisfacción de cada uno de mis Clientes

-para asegurar mi futuro y el de mi Empresa, el Cliente es el Principio y Fin de mi actividad

CONCLUSIÓN

Si queremos, no solo sobrevivir, sino pilotar esta nueva era. Si pretendemos que nuestras Empresas se mantengan y consoliden, incorporemos todas las novedades y recursos que nos ayuden a potenciar nuestras auténticas **fortalezas**. Aquellas que nos distinguen y nos pueden hacer mejores que los demás. Y no olvidemos que **la relación directa del Vendedor con el Cliente, bien ejecutada, es, sin duda, una de ellas.**

Mantengamos nuestra línea maestra de comunicación comercial. Profesionalicemos la actividad Vendedora todavía un punto más. Tener en cuenta estas **10 pautas** puede contribuir a ello.

Como Vendedores Profesionales seamos lo que nunca hemos dejado de ser y en ello seamos cada vez mejores: **Expertos en nuestros Clientes.** En cada uno de ellos.

Alfonso Ruano

Consultor Formación de Vendedores

<http://www.alfonsoruano.com>

Share this:



Se el primero en decir que te gusta.

Relacionado

[SIN AUTOLIDERAZGO NO SE SOBREVIVE EN VENTAS](#)

En "COLABORACIONES"

[5 VITAMINAS EFICACES PARA VENDER MEJOR](#)

En "ARTICULOS PROPIOS"

[¿SE ME HA OLVIDADO VENDER?: 10 SÍNTOMAS](#)

En "ARTICULOS PROPIOS"



Acerca de alfonsoruano

20 años como Consultor en formación comercial. Socio Director en la Firma Alfonso Ruano & Asociados. Evaluación, diseño, implantación de Planes de Formación a la medida de cada empresa cliente. Impartición de cursos, seminarios y talleres de mejora continua para Equipos de Venta. Contenidos e-learning. Capacitación de Jefes/Responsables de Equipos de venta. Apoyo a la Dirección Comercial y de RR.HH. Arquitecto (U.Politécnica de Madrid). MBA por I.E.S.E (U.Navarra)

[Ver todas las entradas por alfonsoruano →](#)

[Minientrada](#) | Esta entrada fue publicada en [ARTICULOS PROPIOS](#). Guarda el [enlace permanente](#).

11 respuestas a **VENDER EN TIEMPOS DIFÍCILES. 10 PAUTAS**



M. José Expósito Tierno dijo:

20/12/2012 en 6:32 PM

Me han gustado mucho tus pautas, son las que un buen agente debe cumplir. Un saludo y Felices Fiestas de M. José Expósito Tierno de Aldaia. (Valencia).

[Responder](#)



alfonsoruano dijo:

20/12/2012 en 8:12 PM

Me alegro que te hayan parecido útiles para la práctica diaria. Un muy cordial saludo. Y Felices Fiestas!!!

[Responder](#)



Pedro dijo:

08/01/2013 en 7:17 AM

Claro y sencillo, la clave distinguirse conociendo al cliente y valorando su profesionalidad como comprador. Gracias por tus chispazos!!!

[Responder](#)



alfonsoruano dijo:

08/01/2013 en 7:56 AM

Gracias a tí Pedro. Seguiremos chiporroteando. Buen Año 2013 !!

[Responder](#)



Francisco dijo:

25/04/2013 en 10:40 PM

Muy bueno Alfonso, gracias por las pautas.

[Responder](#)



alfonsoruano dijo:

26/04/2013 en 10:23 AM

Gracias a tí Francisco por tus amables comentarios. Saludos.

[Responder](#)



jose luis dijo:

27/04/2013 en 2:25 PM

Muy bueno Alfonso , mas claro y sencilla la teórica imposible pero nos falla la práctica, Saludos.

[Responder](#)



alfonsoruano dijo:

27/04/2013 en 5:02 PM

Gracias José Luis. Pues dicen los chinos que un camino de mil millas se comenza con el primer paso.¡A por ello!. Cordiales saludos.

[Responder](#)



Richard dijo:

06/06/2013 en 10:09 AM

muy buena la información Alfonso , la verdad me sirve para mi actividad en el call center que vendo muy bueno el aporte , gracias

[Responder](#)



[alfonsoruario](#) dijo:

06/06/2013 en 10:31 AM

Me alegra mucho que te sea de utilidad Richard. Seguiremos intentándolo. Un cordial saludo.

[Responder](#)



[alfonsoruario](#) dijo:

12/06/2013 en 6:36 AM

Remíteme tu correo electrónico para comentar este tema en privado

Alfonso Ruano Consultor Formación Vendedores

El tema Twenty Ten. Crea un blog o un sitio web gratuitos con WordPress.com.