

Esta etapa es la que mayores dificultades le presenta al asesor. Para llevar a cabo una negociación exitosa debe tener un profundo conocimiento del negocio, de sus variables y, fundamentalmente, estar preparado para escuchar y resolver las necesidades de los clientes.

La negociación

Modesto Miguez

Central de Monitoreo* S.A.
modesto@monitoreo.com.ar



En la edición anterior ofrecimos un panorama de lo que significa una negociación. También brindamos una serie de puntos a tener en cuenta por el asesor a la hora de ofrecer sus productos o servicios de seguridad. Continuamos en esta entrega con claves y consejos para llevar adelante un proceso exitoso.

Cuatro claves tácticas

- 1- Mantener siempre la expectativa sobre el cliente y evitar que pierda el interés.
- 2- Imponerse en la primera impresión y decir de entrada todo lo necesario.
- 3- Construir junto al cliente las soluciones
- 4- Manejar los tiempos de la negociación y retardar el acuerdo final.

Pasos esenciales

- 1- Obtener información veraz sobre la competencia, sus productos o servicios.
- 2- Haga un examen de sus derechos y de los deberes del cliente.
- 3- Fijar con precisión las hipótesis y las soluciones intermedias sin perder de vista los objetivos.
- 4- Tener argumentos sólidos y no sean demasiado largos para basar sus propuestas.
- 5- Preparar respuestas adecuadas para tener una discusión larga si le ocurriera.
- 6- Saber anticiparse y trabajar los objetivos del cliente.

Comportamientos básicos

- 1- **Aprenda a saber escuchar:** Deje hablar al cliente sin interrumpirlo, intente comprender sus puntos de vista, impúlselo a que le formule preguntas que sí o sí exijan de usted una respuesta concreta.
- 2- **Mantenga la calma:** Cuando se mantiene la calma, se logra un comportamiento ganador, busque comprender al cliente antes que reaccionar ante cualquier palabra que no le parezca conveniente para su negocio, no se

precipite a responder y sepa esperar lo que su cliente tiene que argumentar.

3- Sea abierto: Aprenda a oír lo que el cliente tiene para decirle, acepte escuchar aunque sean puntos divergentes, encuentre interés en cosas nuevas, demuestre estima por los esfuerzos de otro.

4- Sea atento: Capte al máximo los indicios, concéntrese y permanezca así durante toda la entrevista, trabaje mentalmente para relacionar y asociar ideas. Cuando brinda confianza también está brindando acercamiento y cooperación.

5- Esté disponible: Dedique el tiempo que sea necesario para su cliente, controle sus preocupaciones personales o familiares. Acepte que su cliente se vaya del tema pero no pierda el foco de la entrevista, manteniendo siempre el control de la misma.

6- Sea determinado: Sea siempre preciso, seguro, vivaz, determinante. No salga a confrontar. Comprométase con las soluciones posicionando su compromiso en función de los principios claros que ambos establecieron desde el comienzo, clarifique los objetivos y de muestras de firmeza.

7- Esté seguro siempre de sí mismo: Apóyese en su experiencia y prográmese mentalmente de manera siempre positiva, hable con claridad y franqueza, nunca se muestre dubitativo.

8- Sea preciso: Distinga los argumentos de los hechos y apórtale pruebas a sus palabras, numere sus ideas sin diluirse o divagar, repita sus conclusiones y sus mejores argumentos a fin de que se le fijen al cliente.

9- Esté alerta: Tenga su mente siempre despierta y vea rápidamente lo que esconde cada pregunta de su cliente, aproveche sin dilatación cada oportunidad y reactive sus propuestas.

10- Tenga confianza: Nunca manifieste desconfianza ni sobre el cliente ni sobre lo que va a mostrarle, valorice siempre en positivo las razones por las cuales está allí.

12- Conserve una justa medida: Dosifique sus sugerencias, dé muestras de moderación y no tome posiciones extremas, apele a la ponderación del otro.

13- Muéstrase cooperativo: Verifique la calidad de la adhesión por los acuerdos establecidos y enuncie los intereses comunes a los que llegaron afirmando en qué cosas se quiere lograr éxitos juntos.

Cinco tipos de preguntas

Las preguntas son las herramientas de las que dispone el asesor para conocer más a su cliente.

1- Las cerradas:

- a-** Alternativas (¿Es que...? ¿Tiene usted...? ¿Es usted...?), el efecto logrado será la precisión.
- b-** Elección múltiple (¿Paga usted al contado o a crédito?, ¿Nos llamamos el jueves, el viernes...?), el efecto logrado será obtener información o verificar la misma.
- c-** Informativa (¿Quién es el encargado de...?, ¿Cuándo le pasó...?, ¿Quién le instaló...?), el efecto logrado será similar al anterior.

2- Las abiertas:

- a-** Las que sirven para crear diálogo: ¿Por qué? ¿Por qué razón? ¿Cómo? ¿En qué forma? ¿De qué manera?
- b-** Las que incitan a un cliente a expresarse: ¿Qué es? ¿Cuál es? ¿Qué piensa de...? ¿De qué se trata...?

3- Las incisivas: Son las que sirven para profundizar y darle un impulso partiendo de una respuesta a una pregunta abierta o cerrada. Ejemplos: ¿En qué sentido? ¿Bajo qué concepto? ¿En qué terreno?

4- Las espejo: Las que sirven para entrar en la lógica del otro, llevándolo al punto de vista que queremos, apuntando a influir en su decisión final. Ejemplos: Las condiciones de financiación son... Las condiciones no son... ¿Esto es lo que esperaba...? ¿Esto no es lo que esperaba...?

5- La sugestivas: Las da el asesor pero la confiabilidad de la respuesta del cliente nunca está asegurada. Ejemplos: Lo mejor será... Los plazos son... ¿No piensa que...? ¿Quiere agregar algo?

Cuatro resultados factibles

1- El fracaso: En toda negociación es posible fracasar porque no pudieron llegar a un

Continúa en página 200

ASESOR EN SISTEMAS DE SEGURIDAD

Este libro, con **284 páginas**, cuyo autor es el **ing. Modesto Miguez**, está diseñado para ayudar a formar profesionalmente a los asesores en sistemas de seguridad con el único objetivo de capacitar a las personas para contribuir a que desarrollen una actitud profesional de la venta.

Pedidos al: (011) 4630-9090 o por mail a: modesto@monitoreo.com.ar



Viene de página 196

arreglo con lo cual hay que volver a comenzar sobre nuevas bases, hay que constatar las diferencias para ver si pueden ser o no reductibles. Si el fracaso durante o al finalizar una negociación se convirtió en un problema personal (mala fe, promesas no cumplidas, ahí sí está en un problema serio, ya que es difícil subsanar los enfrentamientos)

2- Las concesiones: Puede existir que ambos deban hacer concesiones para arribar a un acuerdo y es factible que en este proceso el asesor domine mayormente al cliente o suceda a la inversa.

3- El compromiso: Aparecieron propuestas y ambos acercaron posiciones comprometiéndose en cada una de las partes de la negociación a la que arribaron porque hubo cooperación mutua.

4- El consenso: De la discusión de dos propuestas nació una tercera solución y se impone la calidad de un producto o servicio sobre el resto y el cliente aceptó una renovación global de su actitud frente a eso.

Elementos esenciales

Hay cinco elementos esenciales para comenzar una negociación.

1- Las dos reglas para llegar a acuerdos de ganancia mutua

a- No se concentre en un solo tema de la negociación, si le habla solo de precios obviamente uno ganará y otro perderá. Busque otros temas, algunos asuntos o intereses que vayan más allá del precio.

b- No crea que lo que usted piensa como asesoramiento esencial va a serlo también para el cliente. Todas las personas tienen una perspectiva distinta del mundo en que vive. Comprenda que nunca será un buen negociador si piensa que el cliente quiere lo mismo que usted.

2- Las tres etapas de la negociación

a- Intercambie información con el cliente, formulando preguntas y oyendo respuestas.

En una negociación lo más relevante es obtener información y resolver los problemas en un contexto de negocios mediante preguntas enfocadas.

Las preguntas sirven para recabar información, aclarar puntos significativos, identificar las limitaciones del cliente y las suyas propias y abrirse a nuevas opciones.

Escollos a evitar

- 1- No cumplir con lo que prometió.
- 2- Presionar al cliente.
- 3- Ser autoritario.
- 4- Ser ridículo.
- 5- Descalificar al cliente.
- 6- Engañar o mentir.
- 7- Excusarse por todo o por todos.
- 8- Inculparse por todo o por todos.
- 9- Manipula al otro.
- 10- Ser demagogo.

La negociación es un ejercicio de influencia, tratar de cambiarle el pensamiento al otro, entonces comience poniéndose en posición del cliente y no del suyo.

b- Compare las propuestas del otro con las suyas propias. Sepa exactamente lo que su cliente desea hacer, aún cuando esté seguro que no le va a gustar lo que va a escuchar.

Luego cree en su mente su propio criterio sobre esas necesidades.

c- Busque el mejor arreglo posible tratando de consolidar la relación.

Considere cosas que ese cliente puede hallar como valiosas y que usted está en condiciones de concederle durante la negociación.

Usted debe tomarse un rato de su tiempo para aprender como conseguir esto, los beneficios que obtendrá el cliente van a ser al mismo tiempo sus beneficios.

3- Las condiciones para ser buenos negociadores

Entienda que la negociación es un asunto de dos personas, la presión para llegar a un acuerdo está en ambos. Comprenda que es necesario compensar mentalmente la idea generalizada de que siempre está del lado más débil. Desarrolle el deseo de aprender todas las habilidades y póngalas en práctica.

Piense en la negociación como si usted estuviera del otro lado, todos somos compradores y asesores varias veces durante un día.

Si comprende como funcionan todos los principios y tácticas va a comprender también como afectan a una negociación.

Practique diariamente, una de las cosas más fascinantes de aprender a negociar es que usted no va a tener que sentarse a esperar que aparezca una negociación por miles de dólares sobre su mesa, porque las negociaciones nunca se dan espontáneamente, haga prácticas con situaciones seguras, riesgosas, chicas, grandes, etc. Piense en crear situaciones en el que tanto usted como su cliente ganen y obtengan beneficios. No abuse del poder que le da tener todo el conocimiento sobre el servicio que le está ofreciendo.

Cualidades a cumplir

- 1- Sea creíble, respete al otro.
- 2- Sea coherente, de razonamientos lógicos.
- 3- Sea constante, mantenga un rumbo.
- 4- Sea condescendiente, comparta afinidades, registros de expresiones como el humor, la comunicación, las miradas.
- 5- Sea empático.
- 6- Sea maduro.
- 7- Esté siempre dispuesto a aprender.
- 8- No sea combativo.

4- Las creencias

Representan uno de los marcos más amplios del comportamiento de los seres humanos, cuando creemos algo, nos comportamos de un modo congruente con esa creencia.

Hay varias clases de creencias:

- a-** De objetivos: usted cree que sus objetivos son alcanzables.
- b-** Expectativa de auto eficacia: usted cree que sus objetivos son posibles y que usted tiene lo que hace falta para alcanzar ese objetivo.
- c-** Expectativa de respuesta: usted espera que algo suceda, sea positivo o negativo, a consecuencia de las acciones que emprende.
- d-** Funcional en primera instancia, vale la pena hacer bien todo lo que vale la pena, pero lo que en realidad hace falta saber es si vale la pena hacer, aunque sea mal, todo lo que valga la pena.
- e-** Funcional en segunda instancia, sea responsable de sus resultados. El significado de su mensaje o acción no es la intención que tenía al comunicar sino la respuesta que obtiene, sea flexible y adapte su mensaje y su conducta para obtener las respuestas y resultados deseados.
- f-** Funcional en tercera instancia, las cosas no mejoran por casualidad sino porque se efectúa la acción adecuada, si lo que hace no funciona, haga otra cosa. Si sus tácticas o estrategias no lo están llevando donde quiere, cambie de actitud.
- g-** Funcional en cuarta instancia, si le da a otros lo que desea y necesitan, otros le darán lo que desea y necesita.

5- Los principios, tácticas y estrategias

- a-** Intente siempre obtener más de lo acordado
- b-** Posea autoridad superior, deje el ego en casa cuando vaya a negociar.
- c-** No acepte una primera oferta, si lo hace gatillará automáticamente dos respuestas negativas.
- d-** Acompañe y guíe al cliente demostrándole que considera las objeciones como legítimas preocupaciones.
- e-** Sea capaz de tener el poder de retirada, hacer eso puede potenciar sus virtudes de negociador haciéndolo diez veces más efectivo.
- f-** Reaccione visiblemente siempre que le hagan una propuesta.
- g-** Cada vez que le soliciten una concesión pida algo a cambio.
- h-** No demuestre demasiado entusiasmo.
- i-** Pida más de lo que espera conseguir, porque así logrará más cosas.
- j-** Sea flexible en la oferta nacional.
- k-** Nunca parta las diferencias pero motive a que el otro lo haga. ■

Si no posee los capítulos anteriores, puede descargarlos todos desde: www.rnds.com.ar