



Encontro de empresarios Galegos en Rede

Santiago de Compostela, 21 ó 25 xaneiro 2007
(Palacio de Congressos e Exposicións de Galicia)



Emprendedores

home | suscripción | sugerencias | staff |

Web EMPRENDEDORES

Buscar



La revista
Reportajes
Noticias
Dossier
Buscador de ayudas y subvenciones
Franquicias
Foros
El observatorio
El libro negro del emprendedor
Premios Emprendedores
Premiados 2007
Premiados 2006
Premiados 2005
Premio literario Qué leer ¡Nuevo!
Guías prácticas
Para leer en casa
Dossier
Guía del empresario
Viajes ¡Nuevo!
Blogs
Líderes
Fotogramas.tv
La primera webtv de cine
Hemeroteca
Buscador de artículos
Sumario
Planes de negocio
Consulta la bolsa
Inmobiliaria
Subastas
De compras
Historias casi reales
Juego
Modelos de cartas
Test: Evalúa tus aptitudes
Libros
Descárgate el libro "CÓMO HACER UN PLAN DE NEGOCIO", de José Antonio Almoguera

El observatorio, la tribuna libre de Emprendedores.es

Rafael Muñiz

Artículos...



Rafael Muñiz, **director general de RMG & Asociados**

Vender bien tiene su secreto

El comercial debe aportar soluciones actuando como consultor del cliente para ello la clave es saber escuchar argumentando en su propuesta de producto cómo va a cubrir las necesidades del consumidor.

La venta sigue siendo la asignatura pendiente de las escuelas de negocio. Todas se afanan en enseñar márketing, management, estrategias... pero son muy pocas las que han visto en el apasionante mundo de la venta una apuesta firme de formación. Mi experiencia en CEF me ratifica esta idea a pesar de que el departamento de ventas ha adquirido en esto tiempos un protagonismo que no siempre se le reconoce y por

ello el Equipo Comercial ha de tener una formación adecuada y acorde con la dinámica del siglo XXI. El vendedor es consciente de que comete una serie de errores relacionados con sus actitudes, lo que le resta rentabilidad a su gestión, por ello si una empresa quiere optimizar su fuerza de ventas tiene que buscar cambios de comportamiento en los comerciales.

Un error básico de los vendedores es no saber descubrir las necesidades del cliente a través de su gestión diaria. Para ello el comercial ha de saber preguntar en todo momento lo necesario para que el cliente nos manifieste sus necesidades y así poder adecuar su producto a las necesidades explícitas del cliente, es decir, aportar soluciones. Ellos son conscientes que tienen que formularle más preguntas que las que realmente le realiza, pero lo que cuenta no es preguntar, lo importante es la información que se busca con esa pregunta.

El vendedor ha de saber planificar su trabajo y las reuniones con el cliente, muchas veces, los vendedores fijan entrevistas sin dejarle claro al interlocutor cuál es el objetivo de ese encuentro. Este error es la causa de que muchas reuniones no respondan a las expectativas que se había creado el cliente. Del mismo modo, una vez comenzada la reunión, el excesivo entusiasmo del vendedor le lleva a expresar y a comunicar muchas ideas, se empeña en contar todo, en mostrar todos los productos... y ello trae consigo retener menos del 30% de lo que nos ha contado. Por este motivo "lo importante no es hablar", sino escuchar al cliente todo aquello que realmente le interesa.

Con todo esto se suele cerrar la reunión "sin recoger la verdadera necesidad del cliente". En este caso, sería muy fácil saber en qué momento de la compra nos encontramos, pero se desconoce por qué el vendedor no intenta recoger la opinión del cliente. Es habitual

Portada



SUSCRIPCIÓN DIGITAL

Sumario
Índice 2005

GUÍAS PRÁCTICAS

Monta el negocio que siempre has soñado
¡TE AYUDAMOS A CONSEGUIRLO!



Reforma Laboral

- Texto legal completo
- Casos Prácticos

Productos del año



Tu perfil emprendedor

¿Tienes madera de emprendedor?
Completa el test que ha

¡¡TOTALMENTE GRATIS!!

¿QUÉ ()
LE COMPRO?



Nokia E65
por 29€

este tipo de errores entre los comerciales, muchos de los cuales adolecen de una “visión de marketing”. En este sentido es censurable que muchos vendedores traten de justificarse a toda costa ante su cliente por el simple hecho de conseguir la venta. Muchas veces, los vendedores entran en demasiados detalles y características del producto, en lugar de hablar de sus beneficios.

Por este motivo aconsejo que el vendedor tenga confianza en sí mismo, en su producto y en su empresa. Sin ella es cada vez más difícil dar respuestas satisfactorias a las necesidades del cliente y ya sabemos que si no lo hacemos nosotros la competencia está acechando permanentemente. Por ello voy a resumir en cuatro consejos el cómo convertirnos en aliados de nuestros clientes:

- 1. El vendedor debe saber comunicar su producto, su empresa y su gestión profesional.
- 2. El vendedor debe conocer en profundidad al cliente y contar con un “plus de información” superior a lo que se suele tener.
- 3. El vendedor debe saber gestionar su tiempo y trabajo.
- 4. Y por último, el vendedor profesional ha de saber convertir los problemas de los clientes en oportunidades de negocio, aportándoles soluciones.

elaborado la Dirección General de Política de la Pyme y sabrás qué perfil de emprendedor tienes en un completo informe.

Apúntate ya!!

CURSO PRÁCTICO DE CREACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS.

Emprendedores y ESINE le ofrecen un curso imprescindible. Además, recibirá **gratis** durante un año nuestra revista. **Regístrese** para obtener más información sin compromiso.



PUBLICIDAD: POR CÓDIGO BARRAS

Te recomendamos



Confíe en Cofidis
Descárguese su crédito ahora en un solo click.

PVP: Consultar



Fénix buen conductor
Ahora con nuevas modalidades de contratación. Tu coche a todo riesgo desde 300€.

PVP: Consultar

[> Ver más productos](#)

HF

AR | Car and Driver | Casa Diez | Clío | Crecer Feliz | Deviajes | Diez Minutos | ELLE | ELLE DECO | Emprendedores | Fotogramas | micasa | Nuevo Estilo | Psychologies | Qué Leer | ¡Qué Me Dices! | Quo | Ragazza | Supertele | Teleindiscreta | Telenovela | Tp

© Copyright Hachette Filipacchi

orange

© Copyright Orange