1

PRIMERA PARTE

El valor del fondo en un negociador profesional

Un profesional de compras que no comprenda las estrategias de ventas, nunca podrá ser un buen negociador. Mientras que un Asesor Consultor de Ventas que no comprenda las estrategias de un comprador, siempre será solo un vendedor y no llegará a convertirse en estratega.

CAPÍTULO

Conocimiento del producto

El conocimiento del producto fue elegido por nuestros entrevistados como la habilidad más importante que debe tener un profesional de ventas para que sea efectivo el proceso de venta.

Parece increíble, pero muchas personas en el mundo de las ventas no conocen ni dominan lo que están vendiendo, lo cual representa un problema muy grave cuando se presentan frente al prospecto o cliente. Porque una persona, independientemente de que luzca bien, sea divertida o muy hábil para las relaciones públicas, debe saber sustentar técnicamente los diferenciadores del producto o servicio que ofrece. Si no domina de forma consistente

lo que vende, se vuelve muy vulnerable y el comprador, simple y sencillamente, se enfocará en negociar solo la parte del precio.

Ahora, me gustaría que reflexionaras en torno a lo siguiente: ¿Cuántas veces te has preparado en el tema de ventas? ¿Cuántas veces has aprendido nuevas técnicas de ventas? ¿A cuántos seminarios de ventas has asistido en los últimos dos años? ¿Cuántos libros relacionados con el tema has estudiado? ¿A cuántos cursos, fuera de los que imparte tu organización, has asistido para profundizar en el conocimiento del producto que ofreces o inclusive para mejorar tu técnica de ventas?

Cuando una persona conoce su producto, el proceso de venta es mucho más sencillo. Esto porque el comprador es lo suficientemente inteligente como para darse cuenta de que el vendedor domina tan bien eso que le está vendiendo, que la oferta de venta se vuelve potente y convincente. En Formación Ejecutiva Empresarial, Escuela de Ventas, lo primero que hacemos al inicio de cada semana es una reunión con todos los colaboradores, independientemente del rango que tengan o de la actividad que realicen, y discutimos sobre los beneficios de los productos que ofrecemos y cómo se venden.

Lo que hacemos es un juego de rol, cuya finalidad es garantizar que cualquier persona que trabaje en la institución logre dominar las características de nuestros productos, su precio, el formato en que entregamos cada curso, etc. Así hemos logrado que todas las personas que están en la empresa tengan el conocimiento necesario de los productos que ofrecemos y que puedan proporcionar información, de manera profesional, a cualquier prospecto o cliente que lo solicite.

Te invito a que consideres como una prioridad el conocimiento total de tu producto. Si tienes un grupo de ventas y perteneces a una organización, puedes hacer reuniones frecuentes para trabajar las ventajas, los beneficios y diferenciadores de los productos, o bien, para plantear escenarios distintos. En este tipo de reuniones, surgen muchas ideas que muy probablemente a ti solo no se te habrían ocurrido. De esta manera, cuando te encuentres con un prospecto o cliente tendrás una visión más amplia, además de mayores elementos argumentales. Actualmente, el que domina mejor el producto, el que mejor se prepara, el que más tiempo le asigna y le dedica al conocimiento de lo que ofrece, sin duda alguna tendrá más posibilidades de quedarse con el dinero del cliente y estará presente en su mente.

En los zapatos del asesor de ventas

¿Qué tanto conoces lo que vendes? ¿Estás listo para hacer una presentación detallada de tu producto? ¿Dominas las características que hacen que tu producto sea único y distinto de otros productos similares en el mercado? Si tus respuestas son afirmativas, te felicito, porque eso es precisamente lo que los compradores requieren: profesionales de ventas que conozcan lo que venden. Sin embargo, si tú crees que para tener un amplio conocimiento de tu producto requieres capacitarte técnicamente, tendrás que desarrollar una mejor estrategia y pedir ayuda en tu organización, con el fin de que la persona mejor capacitada para presentar el producto te comparta sus conocimientos, y así puedas desarrollar mejores prácticas al momento de estar frente a un prospecto o cliente.

Estoy seguro de que, tal como me ha sucedido en diversas ocasiones, has tenido que entrevistarte con vendedores improvisados que, con tal de lograr la venta, inventan características sobre los productos que ofrecen, ya que en el fondo lo único que quieren es tu dinero para alcanzar su presupuesto.

Recomendaciones para asesores de ventas

- Prepárate mejor, estudia mucho, sé un verdadero profesional de ventas.
- Capacítate constantemente sobre las características de los productos que ofreces.
- 3. Conviértete en un verdadero experto en las aplicaciones del producto.
- 4. Ten en cuenta que en muchas ocasiones los compradores son expertos conocedores de lo que necesitan y, si te perciben poco conocedor del tema, se irán directamente al precio y a las condiciones de compra.
- Recuerda que con un discurso de ventas improvisado obtendrás resultados improvisados.
- 6. No dejes cabos sueltos, si te sientes inseguro sobre algún aspecto de tu producto, no te avergüences y solicita capacitación.
- Estudia los documentos y promocionales que tu empresa utiliza para difundir sus productos.

- 8. Si tu empresa no te ofrece los materiales de ventas que necesitas, genéralos tú. Por ejemplo, aprovecha tus visitas a los clientes y registra cuáles son las preguntas más frecuentes que te hacen durante una entrevista.
- **9.** Antes de entrevistarte con un prospecto, piensa muy bien qué es lo que le vas a ofrecer y prepárate para todo, como los toreros, que no saben el tipo de faenas que tendrán que hacer con cada toro.
- 10. No olvides que lo más importante es estar lo más preparado posible y en constante actualización. El conocimiento de tu producto se verá reflejado en ventas.

En los zapatos del comprador

Si tú te dedicas a comprar, mi mejor sugerencia es que, antes de conceder una entrevista, conozcas la información concreta y específica de los productos que estás interesado en adquirir. Sin este conocimiento puedes volverte presa fácil de algún vendedor que ponga en práctica sus habilidades y podrías terminar tomando una decisión de compra basada en tus emociones, más que en tus necesidades.

Si eres un comprador habitual de determinados productos, seguramente en cada compra irás perfeccionando tu capacidad de observar y comparar si los productos realmente cubren tus requerimientos.

Recomendaciones para compradores

- Si no dominas técnicamente las especificaciones de lo que debes comprar, acude a la persona más preparada de tu empresa para que te oriente acerca de las características de lo que necesitas.
- 2. Si eres un comprador novato, evita demostrarlo, ya que un profesional de ventas puede aprovecharse de esta situación y ofrecerte algún producto que no cubra tus necesidades.
- 3. Haz que el profesional de ventas te brinde argumentos sobre la conveniencia de elegir sus productos. Así obtendrás lo que quieres y ganarás tiempo.

- 4. Antes de entrevistarte con un posible proveedor, piensa muy bien cuál es el objetivo de la entrevista y cuál es el resultado que deseas alcanzar.
- 5. Prepárate muy bien en el conocimiento de lo que quieres comprar, así proyectarás más seguridad en la compra y obtendrás mejores condiciones y productos.

Cuando te muestras como un gran conocedor del tema, el vendedor tendrá que esforzarse más en el proceso de la venta y dominar con profundidad las características de su producto. Realiza un guion por escrito con las preguntas que consideres más importantes para obtener información realmente útil.

Muchas veces, las personas que están ejerciendo el poder de compra, o quienes ocupan el cargo de compras en una empresa, realmente no conocen lo que quieren comprar, no son especialistas ni dominan técnicamente lo que están buscando y eso los vuelve muy vulnerables. Cuando un vendedor nota que la contraparte no domina técnicamente lo que está queriendo comprar, no necesita sacar todas las ventajas ni los beneficios de su producto, sino que se enfoca en sorprender con pequeños destellos que impresionen al comprador para cerrar la venta lo más pronto posible.

Yo invito a los compradores a que se prepararen y a que conozcan muy bien lo que requieren comprar.

En nuestra actividad, que es la formación y el entrenamiento de vendedores, es común tener trato con compradores técnicos que están en busca de algún programa de capacitación para el personal de su empresa. Cuando les pregunto cuál es el perfil del grupo al que se impartirá la capacitación, el nivel de escolaridad, qué historias de éxito o de fracaso han tenido, etc., muchas veces, como no tienen una visión integral, no conocen las respuestas.

Para nosotros es fundamental conocer el perfil del grupo y lo que les interesa aprender, ya que de ello depende el tipo de programa o curso que aplicaría. Pero, como decía, es común que el comprador no cuente con la información mínima de lo que requiere y que pregunte solo generalidades, como los precios y horarios para llevar la propuesta a su cliente interno.

Cuando nosotros, como asesores de ventas, nos damos cuenta de que la persona no está técnicamente preparada, nos vemos limitados para venderle las ventajas, los beneficios y los diferenciadores de nuestros productos. Así, definitivamente se pierden muchas oportunidades de que elijan lo que es más adecuado para su caso particular.

Control para el vendedor

- ¿Conoces a la perfección lo que vende tu empresa y los diferenciadores de tu producto o servicio?
- ¿Estudias con frecuencia las ventajas y beneficios de tu producto o servicio?
- *i*Te preparas, investigas y te informas sobre las actualizaciones o inclusive sobre los productos similares que ofrece la competencia?
- ¿Has tomado algún curso de ventas en los últimos dos años?
- ¿Qué acciones estás dispuesto a realizar de hoy en adelante para mejorar el conocimiento y dominio de tu producto o servicio?

Control para el comprador

 ¿Investigas las especificaciones de los productos o servicios que compras?

- ¿Pides apoyo cuando vas a adquirir algún producto o servicio que no conoces a la perfección?
- ¿Cuándo te entrevistas con el asesor de ventas, haces preguntas que te proporcionen información relevante sobre el producto o servicio que deseas adquirir?
- ¿Conoces las necesidades reales de tus clientes internos antes de hacer una compra?
- ¿Qué preguntas clave harías a tus clientes internos para conocer sus verdaderas necesidades de compra?

Claves del capítulo

- Hoy, son fundamentales la capacitación, investigación y actualización permanentes para ser un verdadero conocedor del producto que ofreces como asesor de ventas.
- Mientras más conoces tu producto, más argumentos tienes para promoverlo y motivar la compra.
- El conocimiento del producto al momento de comprar es la mejor estrategia para realizar negociaciones basadas en necesidades específicas más que en emociones.