

¿Tiene que convencer a un cliente para vender un producto o servicio?

Resumen

- **Prólogo**
- **La única motivación que existe es la suya**
- **El sentimiento es la motivación oculta, su verdad que impulsa su imaginación**
- **La información verdadera no está en una formación, ella está disponible en usted**
- **¿Quién le ha hecho creer que necesita convencer a un cliente?**
- **Cuando no estamos convencidos, entonces tratamos de convencer**
- **Cuando estamos convencidos, entonces buscamos crear un bienestar en la relación con el cliente**
- **Son las preguntas las que determinan los intereses del cliente y del vendedor**
- **El cliente tiene que venir al vendedor y no al revés?**
- **Los intereses del vendedor no son los del cliente**

Prólogo

¿Por qué cree que tiene que convencer a un cliente para vender un producto o servicio? ¿Es así como le gustaría ser tratado? Si usted está interesado en los resultados de venta, entonces no se concentre en los resultados, sino en estar atento en el proceso que trae los resultados.

No tengo ninguna duda de que no puedo convencer a alguien contra su voluntad. Pero yo le puedo llevar a ver un nuevo punto de vista en su imaginación y así hacerle consciente de sus propios intereses, según él mismo y no según yo.

Así que si yo conozco una manera sencilla y eficaz para entender a los clientes, las personas, le gustaría que yo le hable en un lenguaje familiar, sin ningún compromiso por su parte y sin ninguna promesa de mi parte?

La única motivación que existe es la suya

¿Usted no se ha convencido de lo que escribo? Entonces es que me las arreglé para no convencerlo y le deje la total libertad de elegir entre leer o no.

Y si no quiere leer mi artículo, ¿por qué obligarlo a hacerlo en contra de su voluntad?

Y no son mis palabras que lo motivan a leer mi artículo, o los beneficios que puede obtener mediante la lectura, sino su intención, su verdad en el momento.

Por lo tanto, no se puede convencer a una persona en contra de su intención, su voluntad. Obsérvese usted mismo y descubra su verdad, y no solo creer en lo que otros le han dicho o enseñado.

El sentimiento es la motivación oculta, su verdad que impulsa su imaginación

Lo que me importa para mí es lo que usted quiere según usted y no lo que quiere según yo! Y lo que usted quiere según usted, no es ser libre, estar bien, estar en paz? Estos estados de ser son sentimientos que tiene en la actualidad, es su verdad.

Por ejemplo, yo entro en un concesionario de Honda y el vendedor cree que mi motivación es la compra de un automóvil Honda. Este es el primer error del vendedor, porque no estoy motivado por un automóvil Honda, sino por un sentimiento en mí actualmente así como por mi imaginación futura.

Encuentra mis sentimientos y mi deseo en la imaginación y entonces vamos a tener una agradable conversación en nuestra relación. Pero lo puede ver si usted nunca ha prestado atención a sí mismo, a sus propios sentimientos y la imaginación?

¿Está más centrado en sus técnicas de venta, su formación, las características de sus productos, sus competidores? Todo esto no le interesa mucho a los clientes. ¿Es usted consciente? Y los que le han dado cursos de ventas, lo son ellos?

La información verdadera no está en una formación, ella está disponible en usted

Basta con observarse a sí mismo en una situación que ha vivido y que es similar a la de su cliente y usted descubrirá por sí mismo lo que es verdad para usted. Y lo que es verdad para usted es, probablemente, lo que es verdad para otro.

Y si usted nunca ha experimentado ese tipo de situación, entonces usted puede pedir a alguien que lo ha experimentado personalmente, entendiendo que esta no es su verdad, porque la otra persona no es usted.

Pero usted ha sido condicionado a creer en las personas nacidas antes de usted, que ellos también no han tomado consciencia nunca de observarse en una situación así. Entonces usted los va a imitar y creer que usted tiene razón en lugar de ver lo que es verdad. Esto es una indicación de alguien que no tiene confianza en él... y que da por sentado lo que otros dicen.

No dude de usted, dude de los demás.

¿Quién le ha hecho creer que necesita convencer a un cliente?

Hay miles de maneras de cómo convencer a un cliente y esta creencia popular ha aportado mucho conocimiento sobre el tema. Todo este conocimiento ha producido expertos en el campo de ventas para vender mejor un producto o servicio.

Estos expertos han vivido ellos mismos, han observado conscientemente sus sentimientos y su imaginación? O bien, ellos han reaccionado inconscientemente sin verse en acción en una situación en la que ellos eran clientes? ¿Tomaron ellos su información de otras personas en vez de vivir sus propias experiencias con el fin de descubrir lo que es verdad?

Todos estos especialistas están compitiendo entre ellos mismos para demostrar que sus conocimientos de cómo convencer a un cliente son los mejores para usted y su empresa con el fin de desarrollar un mayor volumen de negocios o un mercado más amplio.

¿Es que todos estos expertos han experimentado sus conocimientos frente a un cliente real para ver si funciona? Inventan cosas, pero no las validan en experiencia propia. Obligan a los vendedores a hacer lo que ellos les piden, pero ¿por qué no lo hacen ellos? ¿Tienen miedo de equivocarse?

Por desgracia, esta es mi verdad. Ellos tienen miedo de cometer errores y así no evolucionan en consciencia y hacer nuevas decisiones cuando las cosas no han funcionado.

Algunos vendedores van a decir que eso no funciona, pero ellos se niegan a creerlo porque están convencidos de que tienen razón.

Pero si usted observa, sin juicio, verá que todas estas personas están convencidas de una cosa; sea de creer que pueden venderle a una persona contra su voluntad o llevarla a cambiar su voluntad.

Eso es lo que no funciona en una relación con un cliente o cualquier ser humano. Intente venderme algo en contra de mi voluntad y verá un poco de rabia naturales de mi parte con el fin de detener el abuso de inmediato, su falta de respeto y su falta de inteligencia en la relación.

Quando no estamos convencidos, entonces tratamos de convencer

Todos los vendedores y los formadores de ventas creen que conocen los clientes, las personas, pero nunca tienen la intención de llegar a conocerse a sí mismos. Es por eso que ellos sienten que tienen que convencer a una persona. Ellos creen que existe una técnica perfecta para vender o al menos una técnica que aporta los mejores resultados de ventas.

Ellos ponen importancia sólo en los competidores, en el miedo, en las características del producto o servicio y en raras ocasiones, en los beneficios que el cliente podría obtener.

Por lo tanto, se olvidan de lo esencial en el proceso de ventas, el elemento básico, la base absoluta antes de comunicarse con un cliente. No son conscientes de lo que son en relación con un cliente y por lo tanto no saben lo que los clientes son en el mismo tiempo.

¿Lo que importa no es llevarse bien, ser conscientes de los sentimientos, estar atento y no estar centrado en la venta y técnicas aprendidas?

¿Le gusta que alguien lo fuerce, que intente convencerlo de hacer algo por miedo y culpa?
¿Es que el dinero es más importante que usted?

Entenderse bien con un cliente, es tener la intención de entender sus sentimientos y deseos primero.

Cuando estamos convencidos, entonces buscamos crear un bienestar en la relación con el cliente

Si usted es consciente de usted, si usted es consciente de ciertos aspectos de su naturaleza humana, entonces convencer a alguien no es necesario y es incluso una falta de respeto, una falta de amor y una falta de cortesía hacia la otra persona.

Las personas con una conciencia más avanzada lo saben muy bien.

Lo que importa no es vender a alguien, sino llevarlo a comprar alguna cosa conforme a su voluntad. Cualquier cosa que vaya en contra de eso es sinónimo de falta de conciencia de sí mismo y de la otra persona, que produce divisiones en una relación.

Usted debe estar convencido del producto y los beneficios a los clientes y estar convencidos de que se entienden en una relación. Cuando es así, entonces usted no tiene que convencer a un cliente y luego se producen las ventas con facilidad, eficiencia y sin esfuerzo.

Pero si usted no está convencido de conocerse y conocer sus productos o servicios, entonces por hábito inconsciente aprendido, usted va a intentar convencer a un cliente y alejarlo de usted.

Usted no puede entender a alguien por adelantado con técnicas de venta, ya que cada relación es nueva y diferente. Abordar una relación con un cliente teniendo ideas en la mente para vender o ideas acerca de él, es la marca de una persona que da importancia a los conocimientos aprendidos en las palabras y no en el ser humano.

Son las preguntas que determinan los intereses del cliente y del vendedor

Casi todos los vendedores creen que las respuestas a las necesidades del cliente es lo que permite satisfacerlos. Pero ellos ni siquiera saben cuál es la verdad, el sentimiento del cliente en ese momento.

De hecho, ellos no responden a las preguntas de los clientes, hablan para intentar convencer a un cliente que ni siquiera ha hecho una sola pregunta para mostrar un poco de interés.

Vaya a una tienda teniendo en su conciencia observar un vendedor y podrá ver este punto de vista por usted mismo.

Pero antes de establecer una relación, el vendedor debe saber la verdad del cliente por qué él está en su comercio.

A menudo he hecho una pregunta como esta y funciona perfectamente: ¿Está aquí para obtener más información o simplemente para ver tranquilamente sin ser molestado?

En muchos casos, el cliente me dijo que estaba allí para ver y luego lo dejé solo, diciéndole que yo estaba disponible si deseaba obtener información.

Eso es todo. Y lo olvidaba para satisfacer su sentimiento de estar solo. Cuando el cliente quería información, inconscientemente, venía a verme porque yo había creado una sensación de bienestar por la libertad de elección y su tranquilidad desde su llegada.

¿No quieres que te traten así?

El cliente tiene que venir al vendedor y no al revés?

Son las preguntas, dichas de manera consciente y no por creencia o costumbre que permiten establecer una relación verdadera con un cliente y que indican un interés. Cuando usted está interesado en algo, entonces hace preguntas de forma natural. Obsérvese y verá si esto es cierto.

Cuando el cliente hace preguntas al vendedor, es que tiene algún interés, intención. Sus productos y servicios pueden ser la solución, el medio para lograr ese interés.

Cuando el vendedor le hace preguntas a un cliente, es que tiene un interés en comprender al cliente.

Por lo tanto, el vendedor debe tener como interés hacer preguntas a un cliente con el fin de que este le haga preguntas... ¿Ve usted mi punto de vista?

Yo no le puedo decir mis propias preguntas aquí, porque lo que cuenta es encontrar en ti mismo tus respuestas únicas. La imitación no es lo que funciona para usted. Cree sus preguntas por sus experiencias y usted estará orgulloso de si mismo y único.

Los intereses del vendedor no son los del cliente

Los productos o servicios no son los intereses del cliente ni del vendedor. No cometa el error que casi todos los vendedores y formadores hacen. El error de creer que el medio (producto o servicio) es el interés, el motivo de acción, la intención.

El interés del vendedor es vender algo para obtener dinero. Por lo tanto, el interés del vendedor es el dinero y el medio es la venta del producto o servicio.

El interés del cliente es comprar algo con el fin de imaginar su bienestar. Por lo tanto, el interés del cliente es su bienestar en la imaginación y el medio es comprando el producto o servicio.

Pero tenga cuidado de no equivocarse, el **medio** no es lo que motiva a una persona, eso no es el **interés**.

Cuanto más hable y entienda el interés del cliente más lo lleva a comprar sus soluciones sin esfuerzo.

Comprendiendo en la imaginación, el interés del cliente, que el vendedor llega a sus propios intereses. Usted incluye su deseo en el de la otra persona. Esa es la forma más natural y más fácil de satisfacer sus propios intereses, sin forzar y sin convencer a nadie.

Usted no puede convencer a alguien, pero lo puede llevar a ver un nuevo punto de vista en su imaginación y así hacerle tomar consciencia de sus propios intereses, según él mismo.