Para vender hay que demostrar al cliente que lo que vendes tiene algún valor, le aporta algo o le resuelve algún problema. Pero no puedes hacerlo hasta que conozcas los problemas del cliente, y para esto es necesario que el cliente te los cuente, es decir, hasta que tengas una comunicación fluida con el cliente.

***técnicas de venta relacionadas con la comunicación***

***La comunicación en la venta***

La base del éxito en la venta es la habilidad de reunir y proporcionar información de manera que despierte en el cliente el deseo de hacer negocios contigo. Antes de hablar de las características del producto o servicio que vendes, de las ventajas que tiene o del precio, es necesario que el cliente te cuente sus necesidades y que escuche lo que vas a decirle.

Eso significa que tienes que estar muy atento a lo que dice el cliente y descifrar lo que quieren decir, o lo que no quieren decir. Es decir, que la venta no consiste en explicar una sarta de beneficios o razones por las que el cliente debe comprar tu producto o servicio. Primero es necesario comprender al cliente, sus preocupaciones o intereses, el estilo de comunicación que más conviene para este cliente y adaptar tu modo de comunicar a este estilo. Por eso es necesario conocer las técnicas de venta basadas en la comunicación.

***Técnicas de venta relacionadas con la comunicación***

**Técnica de venta #1: Presta atención**

Los vendedores siempre van con prisa para cumplir sus objetivos y obligaciones, por eso se entiende que, en las reuniones con los clientes, su mente las muchas cosas que tienen que hacer, pero esto no hace que sea lo correcto.  
Cuando hables con el cliente, ya sea en persona o por teléfono, debes prestar el 100% de tu atención a lo que dice, de otra manera te perderás detalles y el cliente tendrá que repetir cosas que ya te había dicho. Además, resulta obvio cuando no estás prestando atención, y esa no es la mejor manera de conectar con el cliente.

**Técnica de ventas #2: Practica la escucha activa**

No sólo es necesario escuchar al cliente, sino que debes escuchar de manera activa, de otra manera, la conversación no llegará a buen término. Es frecuente que el vendedor esté pensando en cómo va a rebatir lo que acaba de decir el cliente, en lugar de prestar atención a lo que dice en ese momento.  
En modo resumido, la escucha activa consiste en lo siguiente:  
Escucha atentamente lo que dice el cliente.  
Explica con tus propias palabras lo que el cliente acaba de decir para ver si lo has comprendido.  
Asiente con la voz o con la cabeza para indicar que estás escuchando lo que dice el cliente.

**Técnica de ventas #3: Presta atención al lenguaje no verbal**

La misma frase dicha al cliente con una sonrisa y mirando al cliente a los ojos suena distinto que si se dice encorvado y mirando de soslayo. Aunque nuestras palabras dicen aquello que queremos, nuestro cuerpo a veces nos traiciona y desvela nuestras verdaderas intenciones y el verdadero significado de nuestras palabras. Los grandes vendedores saber interpretar el lenguaje no verbal de sus posibles clientes, de manera que son capaces de anticipar si verdaderamente tienen interés por hacer una compra. Los grandes vendedores también controlan sus gestos para que no muestren lo contrario de lo que parecen decir sus palabras.

**Técnica de venta #4: Controla el tono de tu voz**

Al igual que los gestos, el tono de voz forma parte de la comunicación no verbal. El tono, el volumen o la velocidad al hablar influyen sobre el efecto que las palabras tienen sobre tu cliente. Si eres un televendedor, lo único que tienes para causar buena impresión en tu posible cliente es tu voz.  
Presta atención al tono de voz de tu cliente y ajusta tu forma de hablar a la de tu cliente. No se trata de imitar al cliente, pero no hables muy deprisa si el cliente habla despacio o habla bajo si el cliente también lo hace. Ajusta también el vocabulario eliminando o incluyendo palabras coloquiales en la comunicación dependiendo de si el cliente las utiliza o no. Se trata de situarse en el mismo terreno del cliente, y esto incluye hablar de manera similar a como habla él o ella.

**Técnica de venta #5: Sé empático**

No es necesario estar de acuerdo con todo lo que dice el cliente, pero al menos debes intentar ver las cosas desde su punto de vista, y esto significa algo más que decir «ya veo».

Un buen vendedor sabe conectar con el cliente porque conoce y entiende los problemas que tienen sus clientes en el día a día. La empatía no sólo te permite conectar con el cliente, también incrementa las probabilidades de hacer una venta. Cuando te pones en lugar del cliente, es más fácil entender lo que pasa por su mente, lo que hace más probable que puedas ofrecerle aquello que buscan, y así cerrar la venta.

**Técnica de venta #6: Averigua aquello que el cliente no dice**

Los clientes no siempre dicen toda la verdad. Esto no supone un problema siempre que seas consciente de que es así. Por eso debes intentar averiguar lo que el cliente calla, por ejemplo, que te ha pedido precio tan sólo porque necesita presentar tres opciones al órgano colegiado que debe tomar la decisión de compra, o bien que está convencido de que tu producto o servicio es la mejor opción, pero aún tiene que convencer a su jefe. Estas son cosas que te afectan y que el cliente no te las va a decir, por eso debes aprender a leer entre líneas.

**Técnica de venta #7: Sé específico**

Los grandes vendedores son persuasivos no porque hagan grandes discursos retóricos, sino que convencen a los clientes porque utilizan ejemplos o anécdotas que refuerzan sus argumentos de venta, por ejemplo, en qué medida el producto o servicio que venden puede ayudar al cliente a resolver alguno de sus problemas. Procura ser lo más específico que puedas. Si puedes, utiliza frases sencillas con conceptos fáciles de entender, no te andes por las ramas ni utilices frases grandilocuentes, que tan sólo te alejan de tu objetivo, que es cerrar una venta, no ganar una discusión.

**Técnica de venta #8: Sé un experto**

No es posible convencer a un cliente de que debe comprar un determinado producto o servicio si no sabes nada sobre el mismo. Si trabajas en un determinado sector, deberías conocer las novedades que afectan a ese sector, la problemática específica y los hábitos de compra de los clientes. Si trabajas en más de un sector, procura adaptar tus argumentos de ventas a la problemática específica de cada uno. Los clientes no confiaran en tu consejo para decidir la mejor opción a no ser que tengas un profundo conocimiento de su negocio, así que procura convertirte en un experto de referencia para el sector.

**Técnica de venta #9: Sé consciente de tus limitaciones**

Aunque seas un experto en tu sector, hay cosas que desconoces, nadie lo sabe todo. Hasta que no trates varias veces con tu potencial cliente, no podrás conocer todos los detalles sobre lo que hacen o cómo lo hacen. No pretendas saberlo todo. Aunque tengas una idea aproximada de los problemas que pueda tener el cliente, nunca tendrás todos los detalles hasta que hables con él. Por eso debes ser consciente de que no lo sabes todo y procura aprender cada vez que hables con tu potencial cliente. El cliente valora que seas honesto con él y no correrás el riesgo de perder una venta por actuar de forma presuntuosa.

**Técnica de venta #10: Sé curioso**

La base de la venta es hacer buenas preguntas. Si no tienes verdadera curiosidad sobre los problemas del cliente, es muy fácil que caigas en clichés y argumentos de ventas manidos sin saber realmente si son efectivos. Los buenos vendedores son curiosos al tratar con sus posibles clientes, especialmente en las ventas importantes. Lo primero es preguntar, ya tendrás tiempo para responder las preguntas del cliente.

**Técnica de venta #11: Asume las buenas intenciones del cliente**

A veces los clientes olvidan mencionar detalles que pueden cambiar el curso de una venta. Por ejemplo, olvidan mencionar que la última palabra la tiene una instancia superior. Otras veces, directamente ocultan la verdad.

Todo esto puede ser frustrante, y a veces puede ser causa de enfado. Pero no siempre es fácil distinguir entre un intento de engañar y un error sin intención. No debes asumir que las intenciones del cliente son malas, porque a partir de ese momento la venta tomará un tono negativo. Asume siempre las buenas intenciones del cliente, para que no te condiciones a tratar al posible cliente con hostilidad.

**Técnica de venta #12: Sé honesto**

Para evitar la suspicacia del cliente debes ser honesto sobre las características de tu producto, el descuento que estás autorizado a hacer y las condiciones que puedes ofrecer al posible cliente. Los clientes no van a ser honestos sobre sus verdaderas necesidades hasta que confíen en ti. Por eso si no tienes la respuesta a una pregunta del cliente, sé honesto y no te inventes la respuesta.

**Técnica de venta #13: No vayas con ideas preconcebidas**

Es fácil caer en estereotipos sobre quién puede ser un buen cliente y quien no, o sobre las necesidades de los clientes, especialmente los vendedores veteranos, que llevar mucho tiempo vendiendo los mismos productos y servicios. Por eso no debes asumir cosas sobre un cliente antes de que él mismo te lo confirme. Hacer una pregunta lleva tan sólo unos segundos y no pone en riesgo una venta. Por el contrario, asumir cosas y no preguntar puede llevarte al fracaso, especialmente si tus suposiciones se demuestran equivocadas.

**Técnica de venta #14: Sé persistente, pero no seas pesado**

Hay una línea muy fina entre ser persistente y ser pesado, y en la venta es crucial tener claro dónde acaba una y dónde empieza otra. Llamar de forma insistente a un posible cliente sin saber exactamente por qué no responde puede ser un gran error que tan sólo va a conseguir molestar al cliente.

Si ves que un correo a tu cliente no ha tenido el efecto que deseabas, no se lo vuelvas a enviar tal cual. Escribe un nuevo correo electrónico partiendo desde una perspectiva distinta, con un encabezamiento alternativo. Si esta vez tiene efecto, el proceso de venta seguirá vivo.

**Técnica de venta #15: Aprende a dominar los silencios**

Muchos vendedores se sienten incómodos durante un silencio y cuando hacen una pregunta, si el cliente no contesta al momento, de inmediato hacen otra pregunta o empiezan a hablar ellos. Cualquier cosa para evitar el silencio.

Los expertos recomiendan esperar de tres a cinco segundos antes de empezar a hablar tú en el caso de que no lo haga el cliente. De esta manera no interrumpes los pensamientos del cliente y le das una oportunidad para responder. Aprende a convivir con estos silencios si quieres vender a todo tipo de clientes.