



5 Maneras en que tu Equipo de Ventas Está Arruinando Negociaciones

Tabla de Contenidos

Introducción.....	3
Error No. 1: Dar por hecho la venta.....	4
Error No.2: Volverse demasiado insistente.....	8
Error No. 3: Tener la mentalidad equivocada.....	11
Error No. 4: No entender con quién están negociando.....	14
Error No. 5: Olvidar usar la empatía de manera efectiva.....	19
¡Evitar estos errores es solo la mitad de la batalla!.....	22

Introducción

Incluso el mejor vendedor del mundo no puede cerrar cada negociación que lleva a la mesa. Sin embargo, aún pueden cerrar muchos más acuerdos que el profesional de ventas promedio. Por un lado, esto se debe a que comprenden y han implementado tácticas y estrategias de ventas efectivas. Por otro lado, también se debe a que entienden cómo lucen las malas tácticas de ventas y trabajan incansablemente para evitarlas cuando están en la mesa.

Si tu equipo de ventas está perdiendo muchas negociaciones, puede que no sea por falta de esfuerzo. Podría ser simplemente porque están utilizando métodos que alejan a las contrapartes en todo tipo de escenarios.

Sigue leyendo para conocer cinco de las formas más comunes en que los equipos de ventas matan inadvertidamente las negociaciones y qué puedes hacer para evitar que eso suceda.





Error No. 1: Dar por hecho la venta.

¿Quieres vender a clientes fantásticos con los que sea divertido trabajar y que compartan ideas contigo? ¿O prefieres vender a clientes que son realmente difíciles y causan todo tipo de problemas por los cuales te culpan?

Muchos vendedores tienen la tendencia a asumir que deberían cerrar una venta cada vez que están en la mesa. Si abordas las ventas con esta actitud, es solo cuestión de tiempo antes de cerrar un trato con la persona equivocada. Cuando eso sucede, acabarás comprometiéndote con una parte que, en última instancia, solo te causará más problemas de los que podrías soportar. Esta noción se complica aún más cuando hay componentes a largo plazo involucrados en tu acuerdo, como servicios de soporte continuo.

En lugar de dar por sentada la venta, adopta un enfoque diferente para cada compromiso. Recomendamos llevar una actitud "elitista" a la mesa en cada ocasión. Antes de llevar la conversación más allá, debes calificar si la otra parte es digna de comprar lo que tienes para vender. Si no son dignos, tal vez puedas darte cuenta de inmediato de que tu contraparte será una persona muy exigente con la que trabajar; es una señal de que es hora de retirarse.

Cómo calificar a un prospecto

Seamos realistas: cuando estás sentado en la mesa con alguien, es probable que ya estén considerando a tres o cuatro proveedores más. Es posible que estén hablando contigo simplemente porque están tratando de obtener información. Como vendedor, debes preguntarte si vale la pena darles esa información.

Recuerda, ninguna negociación siempre es mejor que una mala negociación. Y aunque no es un pecado no concretar un trato, sí lo es pasar mucho tiempo solo para terminar sin concretar un trato. Al calificar prospectos al principio del proceso, reduces las posibilidades de cometer ese pecado.

Calificar a un prospecto es un proceso de dos pasos que se ve algo así:

- Comienza con una Auditoría de Acusaciones™ para identificar y disipar los sentimientos negativos que probablemente alberga la otra parte.
- Seguido por una pregunta de Prueba de Vida™ para determinar si el trato está realmente "vivo" o si es hora de que te retires.

Así es como se ve en acción: *Esto puede parecer directo, incluso puede hacerte sentir incómodo, y es posible que pienses que estoy impaciente o con prisa. Esa es tu Auditoría de Acusaciones. Luego continúa algo así: Tienes muchas opciones cuando se trata de elegir dónde obtener este producto o servicio. ¿Por qué estás considerando hacer negocios con nosotros? Ahí tienes tu Prueba de Vida.*

Recuerda, ninguna negociación siempre es mejor que una mala negociación.





Cómo responda la otra parte te dará toda la información que necesitas para decidir tu próximo movimiento. Si responden algo como esto: *"¿No es eso tu trabajo?"*, puedes retirarte porque eso es una clara señal de que la persona no tiene intenciones de hacer negocios contigo.

La respuesta ideal a tu Prueba de Vida suena algo así: *"¿Por qué queremos hacer negocios contigo? Bueno, eres el mejor. Tienes un historial impresionante y tu nombre siempre aparece cuando estamos investigando nuestras opciones"*.

Cuando tu contraparte básicamente presenta tu propuesta de valor por ti, el trato está prácticamente cerrado en ese punto.

Error No. 2: Volverse Demasiado Insistente

Los vendedores están altamente motivados. Cuando cierran más acuerdos, ganan más dinero. Desafortunadamente, esto tiende a hacer que muchos de ellos adopten un enfoque demasiado insistente, lo cual ahuyenta a posibles clientes. Porque si hay algo que a todos les disgusta, es un vendedor excesivamente insistente.

Uno de los mayores errores que cometen los equipos de ventas es comportarse de manera demasiado insistente y utilizar el impulso positivo para poner a los prospectos en un estado de acuerdo, aparentemente para aumentar las posibilidades de que digan sí cuando se realice la pregunta final. Cada vez que un vendedor dice algo como esto: "¿Te interesa reducir tu factura de seguro de automóvil?", la mayoría de nosotros nos sentimos incómodos porque sabemos que es cuestión de tiempo antes de que nos pidan que saquemos la billetera.



Los equipos de ventas utilizan el "sí" porque buscan aprobación y quieren sentirse comprendidos. Pero cuando estás impulsando tu propuesta de valor y presionando a las personas para que digan sí, estás ignorando por completo la empatía, lo cual reduce tus posibilidades de éxito, ya que la empatía desempeña un papel crítico en los procesos de ventas efectivos (más sobre eso después). Por esta razón, enseñamos a nuestros clientes a aprovechar el poder de las [Preguntas Orientadas al "No"™](#), que son preguntas diseñadas para lograr que la otra parte diga no. Estas preguntas se crean teniendo la empatía en mente, si no es por otra razón que todos nos sentimos protegidos cuando podemos decir no.

Los vendedores más exitosos se posicionan como asesores de confianza para sus contrapartes y clientes. En lugar de dar por sentada la venta, o peor aún, tratar de forzarla, adoptan una postura de curiosidad. Así que sé curioso acerca de toda la información relacionada con la venta. Tu objetivo no es forzar una venta, sino lograr que la otra parte confíe lo suficiente en ti como para que tus palabras comiencen a influir en sus decisiones.



Enseñamos a nuestros clientes a aprovechar el poder de las Preguntas Orientadas al "No"™, que son preguntas diseñadas para lograr que la otra parte diga no.





¿Cómo se llega a ese punto? Las personas confían en aquellos que sienten que los comprenden. Desafortunadamente, muchos vendedores caen en la trampa de asumir que necesitan educar a su contraparte, incluso cuando dicha contraparte probablemente ~~ya~~ haya tomado el 75 por ciento de su decisión. Cuando abordas cada venta como si tuvieras algo que aprender de tu contraparte, haces una buena cantidad de preguntas y utilizas las etiquetas correctas para alimentar tu curiosidad, la empatía y la influencia basada en la confianza están a la vuelta de la esquina, y es mucho más fácil cerrar acuerdos.



Error No. 3: Tener la Mentalidad Equivocada

Muchos equipos de ventas arruinan negociaciones porque encaran cada negociación con la mentalidad equivocada. Si te acercas a la mesa pensando en que esta conversación será como sacarte los dientes y que te hará miserable al final, eso es prácticamente lo que sucederá.

Tu mentalidad impacta en todos los aspectos de una negociación, desde cómo actúas y hablas hasta cómo tu contraparte actúa y responde a tu mensaje. Aunque tener la mentalidad correcta puede facilitar tus esfuerzos, entrar en una negociación con la mentalidad equivocada puede descarrilar tus esfuerzos antes de que hayas empezado.

Muchos vendedores entran en negociaciones con una mentalidad fija. Han delineado los parámetros específicos del acuerdo y también han ideado un plan sobre cómo van a llegar allí. Este enfoque subóptimo hace que sea casi imposible llegar a un acuerdo fuera de los términos que ya tienes en mente. Y ¿quién sabe?

Tal vez la otra parte esté dispuesta a hacer un trato que sea el doble de grande que el que tienes en mente. Con una mentalidad fija, no tienes forma de saberlo.

Por otro lado, si entras en una negociación con una mentalidad de crecimiento y una mente abierta, las posibilidades son infinitas. Como ejemplo, The Black Swan Group vendió recientemente un programa de capacitación corporativa completamente nuevo y único en su tipo a un cliente. ¿La trampa? Ni siquiera ofrecíamos el producto en nuestro portafolio antes de sentarnos a la mesa con ellos.



Quizás la otra parte esté dispuesta a hacer un trato que sea el doble de grande que el que tienes en mente. Con una mentalidad fija, no tienes forma de saberlo.





Al entrar en la negociación con una mentalidad de crecimiento, pudimos mantener todas las posibilidades abiertas, lo que finalmente resultó en la creación de un producto completamente nuevo.

¿Cómo desarrollas tu mentalidad antes de una negociación? Sigue este proceso de cuatro pasos:

- 1.** Decide que vas a cambiar tu enfoque.
- 2.** Enfoca tu determinación creando un plan de ataque específico (por ejemplo, "Voy a usar una [Auditoría de Acusaciones](#), [Etiquetas™](#) y [Espejos™](#) durante esta interacción").
- 3.** Comprende que vas a cometer errores y acepta ese hecho.
- 4.** Reconoce que la práctica hace al maestro: probablemente no lo harás perfecto la primera vez, y necesitas acumular experiencia.

Error No. 4: No Entender Con Quién Están Negociando

Una de las razones principales por las que los equipos de ventas fallan es porque los negociadores no se toman el tiempo necesario para comprender adecuadamente quién está al otro lado de la mesa. Piensan que su enfoque funcionará de manera igualmente efectiva independientemente de quién sea su contraparte, y no le dan mucho más pensamiento que eso.

Este es un enfoque poco sabio porque no hay dos personas iguales. Sin embargo, aunque todos somos individuos únicos, todos podemos ser categorizados como uno de tres tipos diferentes de negociadores:

- 1. El Asertivo**
- 2. El Analista**
- 3. El Acomodador**

Cuando los vendedores pueden determinar qué tipo de negociador es su contraparte, se vuelve mucho más fácil involucrarlos de manera efectiva. Para ayudarte a identificar qué tipo de negociador estás enfrentando, aquí tienes un breve resumen de cada uno junto con algunas tácticas que puedes utilizar contra ellos.



El Asertivo

Los Asertivos son agresivos, honestos y directos. Les encanta ganar, enfrentar los problemas de frente y hacer todo lo posible por dirigirte hacia lo que perciben como la solución "mejor": la suya.

Dado que a los Asertivos les gusta hablar de lo que quieren y por qué, los Espejos son una herramienta particularmente útil contra ellos. Los resúmenes y parafraseos también funcionan bien aquí. Cuando resumimos completamente su postura, el Asertivo te dirá "eso es correcto", lo cual es un requisito previo para cualquier tipo de acuerdo con ellos.

Si has estado hablando con un Asertivo durante un tiempo y no han dicho "eso es correcto", es hora de retirarte y pasar a la siguiente persona. De lo contrario, podrías terminar cometiendo el pecado de dedicar demasiado tiempo sin obtener un acuerdo.



El Analista

A los Analistas les encanta la información. Dedicar mucho tiempo preparándose y llegan a la mesa listos para hacer una gran cantidad de preguntas. Los Analistas se consideran a sí mismos inteligentes y pragmáticos, lo que a menudo se percibe como frío y distante.

Debido a que los analistas creen que han hecho su debida diligencia y han llegado a la mejor conclusión posible, es prácticamente imposible cerrarlos durante la primera conversación.

Las Etiquetas son una buena herramienta contra los Analistas porque disfrutan de conversaciones directas sobre los datos que han recopilado. Por otro lado, los Analistas se desaniman con las preguntas, que consideran obstáculos que se interponen entre ellos y un acuerdo. Ya han hecho la investigación, ¿cómo podría haber más preguntas? Cuando negocies con un Analista, evita hacer preguntas siempre que sea posible.



El Acomodador

A los Acomodadores no hay nada que les agrade más que llevarse bien con la persona al otro lado de la mesa. Son afables, cordiales y conversadores. A menudo, estas características innatas pueden parecer excesivamente amigables o demasiado conversacionales.

Dado que a los Acomodadores les importan más las relaciones, querrás presentar la versión más agradable de ti mismo para tratar de caerles bien. Aunque generalmente aconsejamos a los clientes que eviten las conversaciones centradas en puntos comunes, estas pueden funcionar bien con los Acomodadores, a quienes suele interesarles cosas como el equipo de baloncesto de tu hijo y lo agradable que estuvo el clima el pasado martes.

Debido a que les gusta hablar, necesitas reservar más tiempo del habitual cuando te reúnas con Acomodadores. Planifica ser paciente y trata de acortar tu presentación tanto como sea posible. [Las Preguntas Calibradas™](#), que son preguntas qué, cómo y a veces por qué, pueden ser particularmente útiles contra los Acomodadores.

En resumen, cuanto más rápido identifiques el tipo de negociador al otro lado, antes podrás ajustar tu estrategia para negociar con ellos de manera efectiva.



Error No. 5: Olvidar Usar la Empatía de Manera Efectiva

Al final del día, las personas no hacen negocios contigo porque tienen que hacerlo. Hacen negocios contigo porque quieren hacerlo, porque *les agradas*.

¿Cómo logras que alguien quiera hacer negocios contigo? Comienza reconociendo la perspectiva de tu contraparte y viendo las cosas desde su punto de vista, y luego asegurándote de que sean conscientes de que comprendes de dónde vienen.

Como humanos, todos tenemos un deseo interminable de ser comprendidos. Cuando las personas nos comprenden, nos hace sentir bien. En medio de una negociación, ser comprendido es lo que convence a tu contraparte de que quieren hacer negocios contigo.



Lamentablemente, muchos negociadores dejan que su ego y orgullo obstaculicen la comprensión completa de la perspectiva del otro lado. Puedes evitar ese destino renunciando a tu ego y entendiendo que la otra parte no tiene que estar de acuerdo contigo. De hecho, ni siquiera es necesario que su posición tenga sentido! Solo necesitas poder articular su perspectiva, lo que ayuda a desarrollar una relación y la influencia basada en la confianza necesaria para cerrar acuerdos sin compromisos intermedios.

En Black Swan, enseñamos a nuestros clientes a usar la Empatía Táctica™ para influir de manera consciente e intencional en las emociones de sus contrapartes y ponerlas en una posición mucho más receptiva para cerrar acuerdos. Cuando usas la Empatía Táctica, estás articulando la perspectiva del otro lado tan a fondo que todo lo que pueden decir es esto: eso es correcto. Es como si estuvieras leyendo sus mentes.



Cuando usas la Empatía Táctica, estás articulando la perspectiva del otro lado tan a fondo que todo lo que pueden decir es esto: *Así es*. Es como si estuvieras leyendo sus mentes.





Nuevo en la Empatía Táctica?

Sigue este proceso de tres partes para comenzar:

- 1.** Adopta la voz del locutor de radio de la madrugada, utilizando un tono calmado mientras pronuncias claramente tus palabras.
- 2.** No estés en desacuerdo con nada de lo que dicen, incluso si no estás de acuerdo con nada de lo que dicen.
- 3.** Usa Etiquetas para verbalizar sentimientos no expresados y asegurarte de que la otra parte se sienta escuchada.

¡Evitar estos errores es solo la mitad de la batalla!

Los negociadores exitosos entienden que nunca pueden dar por sentada una venta. Trabajan duro para asegurarse de no parecer demasiado insistente y dedican suficiente tiempo antes de cada conversación para asegurarse de que su mentalidad esté en el lugar adecuado.

 **Los negociadores exitosos entienden que nunca pueden dar por sentada una venta.** 

En lugar de tratar cada negociación de la misma manera, también comprenden las diferencias entre los tres tipos de negociadores y ajustan su estrategia según con quién estén interactuando.

Además, utilizan la Empatía Táctica a lo largo de todo el proceso de negociación para asegurarse de que su contraparte sepa, con certeza, que son comprendidos completamente.

Aunque evitar estos cinco errores puede mejorar tus resultados, también es importante aprender las herramientas y estrategias que tu equipo debe adoptar cada vez que se sientan a la mesa. De esta manera, obtienes un enfoque de dos puntas que ayudará a tu equipo a obtener mejores resultados.



Cuando estés listo para continuar tu aprendizaje, inscríbete en sesiones de **capacitación en equipo hoy mismo** y descubre por qué nuestros clientes son un 20 por ciento más efectivos en sus negociaciones después de aprender nuestros métodos.

CONTÁCTANOS

