



Negociación Definitiva: Lista de Verificación para Equipos de Ventas

Tabla de Contenidos

Introducción	3
1.Prepara una Hoja de Trucos para la Negociación.....	4
2.Descubre lo que no sabes y Construye Rapport.....	6
3.Anticipa las Percepciones Negativas.....	8
4.No Intentes Cerrar Demasiado.Rápido.....	10
5.Aprende a Hacer que el "No" Funcione a tu Favor.	12
6.Entiende la Distinción entre Valor y Precio.	14
7.Cierra con la Implementación.....	16
Llamadas en Frío	18
Lista de Verificación para Equipos de Ventas.....	22

En cualquier negociación de ventas, hay muchas variables que manejar. Incluso si tienes las mejores intenciones, es fácil distraerse con las cosas equivocadas y cometer errores fatales en la negociación. Esta lista de verificación está diseñada para ayudarte a enfocarte mejor y afinar tu estrategia mientras te acercas a la mesa de negociación.





1 Prepara una Hoja de Trucos para la Negociación.

La mayoría de las personas se preparan para las negociaciones de la manera incorrecta. Pasan horas investigando a su contraparte y llegan a la mesa armados con hechos y cifras triviales para justificar su lógica. Aunque nunca es mala idea saber con quién estás tratando, memorizar información no te ayudará a crear un mejor trato. De hecho, tu investigación puede distraerte de la persona real que tienes frente a ti y hacerte suposiciones, algo peligroso en cualquier negociación.

Contrario a la creencia popular, es posible aprender casi todo lo que necesitas saber sobre tu contraparte en la propia negociación. En lugar de recopilar información de manera preventiva, concéntrate en traducir lo que ya sabes en un plan de comunicación accionable.

Empieza por preparar tres a cinco **etiquetas** (positivas y negativas) para realizar una auditoría de acusación y anticiparte a cualquier percepción negativa. Luego, elabora tres a cinco **preguntas calibradas y orientadas al "no"** diseñadas para identificar los temores de tu contraparte, localizar posibles obstáculos en el acuerdo y descubrir elementos de valor desigual.

Antes de comenzar esa primera reunión, recuerda enfocarte en el corto plazo. En este punto de la conversación, no debes estar centrado en cerrar un trato o cómo lucirá ese trato. En su lugar, concéntrate en escuchar a tu contraparte y establecer una comunicación basada en el entendimiento mutuo. Tu objetivo final debería ser llegar a otra reunión.

¿Necesitas más orientación sobre cómo prepararte?

[Utiliza nuestra Guía de Estudio de Nunca Negocias con la Gente Difícil.](#)



“Contrario a la creencia popular, es posible aprender casi todo lo que necesitas saber sobre tu contraparte durante la negociación misma.”



2 Descubre lo que no sabes y construye rapport.

La mayor parte de lo que necesitas saber en una negociación se puede aprender escuchando con **empatía táctica**. En lugar de dar un discurso de venta, piensa en cómo puedes animar a tu contraparte a abrirse contigo. Si logras que tu contraparte hable, obtendrás información sobre sus percepciones, temores, historial y perspectiva.



Canaliza tu **inteligencia emocional** y conciencia situacional para captar las señales sutiles que te da tu contraparte. Esta conciencia te ayudará a determinar con qué tipo de negociador estás tratando y a comunicarte según sus estándares. Utiliza espejos, resúmenes, etiquetas y **preguntas calibradas** para demostrar comprensión y confirmar los impulsores fundamentales de tu contraparte. Sabrás que has entendido correctamente cuando escuches un **"así es"** (que no debe confundirse con "tienes razón").

Mientras intentas establecer rapport, no uses demasiado el nombre de alguien ni hagas un esfuerzo por sacárselo. Contrariamente a la creencia popular, usar demasiado el nombre de alguien en una negociación no hará que te quieran más. De hecho, puede hacer que se sientan atacados y resentidos, y les impida escucharte. Si estás en una situación donde no se han intercambiado nombres, di tu propio nombre, pero no pidas el de ellos. Como regla general, las personas responderán con su propio nombre si y cuando se sientan cómodas haciéndolo.



“En lugar de dar un discurso de ventas, piensa en cómo puedes animar a tu contraparte a abrirse contigo.”



3 Anticípate a las percepciones negativas

En ventas, siempre estás luchando contra obstáculos porque la mayoría de la población desconfía de los vendedores. Cuando interactúan con un vendedor, esperan un discurso típico de un vendedor de autos usados y se preparan mentalmente para rechazarlo.

En lugar de negar que estos obstáculos existen, es mejor que los aceptes y los abordes desde el principio en la negociación.

Incorpora este conocimiento en tu enfoque siendo proactivo con la empatía. **En resumen, realiza una lectura fría y lleva a cabo una auditoría de acusaciones.**



Ponte en una posición para verbalizar lo que la otra parte considera verdadero, ya sea positivo o negativo. Pueden sentir que tu contacto es no deseado o una pérdida de su valioso tiempo. Tan pronto como cambies a tu voz amigable de ventas, pueden asumir que tienes una agenda oculta, o simplemente pueden sentir que no los comprendes y no tienes sus mejores intereses en mente. ¿Y cómo podrías hacerlo? No has establecido una relación ni ganado su confianza.

Lo peor que puedes hacer es decirle a alguien que los entiendes antes de haber hecho un esfuerzo por hacerlo. Si tienes un discurso de ventas genérico preparado, estás asumiendo que cada prospecto es igual y, por lo tanto, confirmando todas sus suposiciones negativas sobre ti. Antes de poder construir comprensión, necesitas que tu contraparte baje su guardia y te permita entrar. Abordar los aspectos negativos desde el principio te ayudará a reducir su poder sobre la negociación y **desarmar un ataque** antes de que ocurra. Comenzar con empatía también es impactante y hará que el destinatario te preste más atención de la que había planeado al entrar por la puerta.





4 No intentes cerrar demasiado rápido

Si trabajas a comisión, es posible que sientas la urgencia de cerrar desde el principio. Tiene sentido porque tu sustento, tu rango en la empresa, tus perspectivas futuras y tu confianza están directamente relacionados con el próximo acuerdo cerrado. Tienes cuotas que alcanzar, plazos que cumplir, jefes que satisfacer y facturas que pagar. Pero saltar demasiado pronto a la parte de la solución de la negociación socavará tus posibilidades de obtener lo que quieres. También puede crear una dinámica de negociación difícil de romper. Contrariamente a la creencia popular, este enfoque también significa que tu eje emocional está desequilibrado.

Cada negociación requiere un enfoque de tres fases. Cada fase demanda al menos una conversación separada, pero no siempre se limita a una sola. Si intentas cerrar un compromiso en menos de tres reuniones, te estás apresurando, y tu contraparte siente esa presión.

En la primera fase, tu enfoque debe estar en construir una relación y recopilar toda la información que necesitas para comunicarte de manera más efectiva. Puedes comenzar a utilizar esa información en la fase dos mientras abordan los temores de tu contraparte y trabajas para demostrar comprensión.

En esta segunda fase, tu objetivo debe ser escuchar un "eso es correcto". No es hasta la fase final que deberías empezar a tocar el acuerdo en sí mismo. La fase tres trata sobre abordar la implementación, planificar los "qué pasaría si" y obtener el compromiso de los tomadores de decisiones que trabajan detrás de escena.



“If you’re trying to lock in a commitment in anything less than three meetings, you’re rushing it—and your counterpart is feeling that pressure.”



5 Aprender a hacer que el "no" funcione a tu favor es fundamental

Contrario a lo que se enseña en seminarios de ventas, obtener un "pequeño sí" no necesariamente llevará a un "gran sí" más adelante. De hecho, presionar por un "sí" puede hacer que tu contraparte sienta que está siendo llevada a una trampa. una técnica que los abogados llaman cariñosamente "acorralamiento". Al quitarle a alguien la capacidad de decir "no", socavas inadvertidamente su sentido de autonomía y control. Cuando esto sucede, levantan sus defensas y cierran sus facultades de comprensión.

A nivel práctico, hacer preguntas orientadas al sí también dificulta que tu contraparte te corrija y amplíe lo que quieren decir. Esto, a su vez, dificulta la comprensión de las imágenes en su cabeza. También puede llevar a un "sí falso", una forma insincera de acuerdo destinada a sacártelos de encima.



En lugar de hacer preguntas cuyas respuestas ya conoces, concéntrate en demostrar comprensión y establecer un ambiente colaborativo y cómodo. Para hacerlo, cambia la estructura de cualquier pregunta orientada al "sí" que sientas la necesidad de hacer para darle a tu contraparte el "derecho de veto". Toma los siguientes ejemplos:

¿Es correcto?



¿Me perdí algo?

(Orientada al sí)

(Orientada al no)

¿Tengo eso correcto?



¿Me equivoco al decir

(Orientada al sí)

X? (Orientada al no)

Este cambio sutil puede tener un gran impacto. Las preguntas orientadas al no dan a tu contraparte la oportunidad de expandirse, dándoles la sensación de estar en control. Enmarcar una pregunta de esta manera también te abre a correcciones. Al admitir un error, facilitas que otros te digan exactamente dónde y cómo te equivocaste. A las personas les encanta corregir, y las preguntas orientadas al no les dan una excusa para satisfacer sus impulsos naturales. También fomentan la apertura, el compromiso y la colaboración (todo lo cual te ayudará a **obtener aprobación**).

Antes de entrar en una negociación, comprende el poder del "no" y **cómo usar ese poder a tu favor**. Hay innumerables oportunidades de práctica de bajo riesgo para usar estas habilidades en tu vida diaria si estás dispuesto a darte cuenta.



6 Aprende la diferencia entre **Valor y Precio**

En cualquier acuerdo, sin importar el tamaño, siempre hay más en juego que simplemente el dinero. En lugar de obsesionarse con los puntos decimales y los signos de dólar, concéntrate en descubrir qué cosas valoras tú y tu contraparte de manera desigual para expandir el pastel de la negociación.

La mejor manera de hacerlo es explorando opciones en lugar de presentar soluciones.

El precio es una expresión de valor, pero no son lo mismo. Solo porque un prospecto no ceda en el precio no significa que no esté dispuesto a negociar otros términos. Por ejemplo, puedes descubrir que valoran más el tiempo que el dinero, y que están dispuestos a pagar más por un cronograma acelerado. Por otro lado, pueden estar interesados solo en uno de tus servicios y estarían dispuestos a pagar menos para recibir menos a cambio. Evaluar esos niveles de valor desigual alentará a tu contraparte a colaborar en la solución y expandirá las posibilidades de negociación.

Cuando finalmente abordes el precio, es importante establecer expectativas claras para tu contraparte. Recuerda que el precio es un **término emocional**. Como vendedor, probablemente ya estés familiarizado con la reacción emocional que desencadena tu punto de precio; es para lo que te preparas cada vez que el número sale de tus labios. Si sabes qué respuesta viene, entonces puedes usar ese conocimiento a tu favor

Si eres caro, establece la expectativa de serlo. Cuando lideras con una declaración como "El precio te tomará por sorpresa", estableces expectativas claras y les quitas el permiso para sorprenderse o ponerse a la defensiva. Mientras te preparas para una negociación, realiza una auditoría de acusación para tu punto de precio para estar un paso adelante en el juego.

Muchos vendedores ofrecen descuentos como último recurso para salvar lo que pueden sentir que es un barco que se hunde. Si te encuentras en esta posición, es probable que hayas pasado por alto un **paso esencial** en el camino. Combate el impulso de corregir con dólares y retrocede al punto en el que te equivocaste. En algunos casos, puede que descubras que el prospecto en cuestión simplemente no es alguien con quien valga la pena hacer negocios. Es difícil distinguir entre un cliente potencial que no encaja y una negociación defectuosa a menos que te tomes el tiempo para descubrir lo que no sabes.

7 **Cierra con Implementación**

La implementación es el aspecto más ampliamente pasado por alto de las negociaciones de ventas. La ironía es que también es el más importante. Al final del día, las personas compran a la persona y no al producto. Sin embargo, una vez que el dinero cambia de manos, es posible que el cliente nunca vuelva a hablar con el mismo vendedor.

Si no hay cohesión entre el equipo de ventas y quienes son responsables de la implementación, las relaciones sufrirán y los acuerdos fracasarán a largo plazo.

Como vendedor, eres responsable de preparar al cliente para esa transición interna y establecer expectativas precisas en ambos lados. Si permites que tu contraparte sea tomada por sorpresa, tendrá un efecto negativo en toda tu organización.

En la fase final de la negociación, discute cómo se verá la implementación una vez que concluya la negociación. Para identificar inexactitudes y abordar desafíos potenciales antes de que se conviertan en problemas graves, haz preguntas de "viaje en el tiempo". Estas preguntas reciben su nombre por su estructura única, que obliga a las personas a imaginar eventos futuros.

“Al final del día, las personas compran a la persona y no al producto.”

Por ejemplo:

Si sucede x, ¿cómo deberíamos manejarlo ... ?

Cuando sucede x, ¿para qué debemos estar preparados ... ?

Mientras hagas preguntas, no te olvides de los asesinos de tratos (DK, por sus siglas en inglés). El DK es aún más importante que el tomador de decisiones (DM, por sus siglas en inglés) porque tienen el poder de arruinar un acuerdo antes de que se concrete. Muchos DK también son "silenciosos": no están presentes ni hablan durante el proceso de negociación.

Es mucho más fácil alejarse de un proveedor que manejar problemas internos. En lugar de esperar a que un trato se disuelva internamente, intenta llevar a los DK a la mesa de negociación mientras discuten la implementación. Para hacerlo, haz **preguntas calibradas de "cómo" y "qué"** que requieran que su equipo se comunique internamente.

Por ejemplo:

¿Cuál es su proceso para reunirse como equipo y decidir cómo avanzar?

Finalmente, recuerda que las asociaciones sólidas y lucrativas se basan en conexiones humanas sólidas. En otras palabras, no uses tu comprensión de los miedos de tu contraparte para forzar un acuerdo o hacer amenazas. Si fuerzas una adaptación (o impones un compromiso con el que no se sienten cómodos), crearás un enemigo y terminarás saboteando el acuerdo antes de que se pueda implementar.



Llamadas en frío

Las llamadas en frío son tan fundamentales en el mundo de las ventas que merecen un apartado aparte. Si estás comenzando una negociación con una llamada en frío, hay tres factores adicionales que debes tener en cuenta.

1. Olvida el Discurso de Ventas de 30 Segundos

Cuando lanzas un discurso de ventas de 30 segundos, haces tres peligrosas suposiciones de entrada:

- Supones que quieren hablar contigo.
- Supones que les importa lo que tienes que decir.
- Supones que lo van a recordar.

Del mismo modo, si optas por educar al cliente, puede resultar insultante y agresivo. La mayoría de las personas investigan y comienzan su proceso de compra mucho antes de hablar contigo. Incluso podrían estar 70 por ciento convencidos; no les des una razón para alejarse haciendo una mala primera impresión.

También es probable que tu contraparte haya comprado lo que estás vendiendo antes o haya tenido alguna experiencia pasada que consideren relevante. Esto es cierto incluso si estás vendiendo un producto nuevo. Si no recuerdas nada más, recuerda que la visión impulsa la decisión. Si no tienes en cuenta las imágenes en la mente de tu contraparte, entonces no podrás influir en sus decisiones. Haz que hablen sobre experiencias pasadas y expectativas haciendo preguntas calibradas. Luego, utiliza etiquetas para demostrar y confirmar entendimiento.

Tú: ¿Qué problemas has tenido en el pasado? **(Pregunta calibrada)**

Cliente potencial: *Hemos sido engañados por empresas como la tuya que hablan mucho pero no cumplen cuando llega el momento de actuar.*

Tú: Parece que has tenido una mala experiencia con esto antes.

(Etiquetando el lenguaje)

Parece que tienes una buena razón para sentirte incómodo.

(Etiquetando la emoción).

2. Juega a corto plazo

Cuando hagas llamadas en frío, también es importante jugar a corto plazo. Las personas no van a recordar un discurso de venta; van a recordarte a ti y cómo los hiciste sentir. Piensa en lo que sería necesario para que alguien se sienta cómodo contigo y sienta que tuvieron una buena interacción al colgar el teléfono. Tu simpatía no se basa en lo encantador o hablador que seas; se basa en tu capacidad para entender a tu interlocutor y hacer que se sientan comprendidos. Para llegar a ese punto, piensa en cómo podrías comunicarte para que revelen su proceso de pensamiento sin filtros.

“Las personas no van a recordar un discurso de venta; van a recordarte a ti y cómo los hiciste sentir.”



3. No descartes al portero

A menudo, las llamadas en frío serán atendidas por asistentes personales, secretarios, familiares y otras personas que ejercen de portero para el tomador de decisiones (DM, por sus siglas en inglés). Debido a que estas personas no son a quienes intentas conectar, es fácil ignorarlas o intentar pasar por encima de ellas para obtener acceso al DM. Pero los porteros tienen mucho más poder del que se les atribuye. Fueron colocados por el DM para gestionar sus vidas, y suelen tener influencia sobre cómo el DM organiza su día. Como tal, pueden convertirse en un aliado invaluable o en un obstáculo insuperable.

En lugar de llamar y pedirle al portero que te incluya en la agenda del DM, animalos a resolver problemas contigo utilizando **estas tácticas probadas**.

En Black Swan Group, nos gusta decir que no te elevas a la ocasión; caes a tu nivel de preparación. Para hacer que estas habilidades sean realmente naturales, la práctica es primordial. Ofrecemos una variedad de **opciones de entrenamiento**, incluyendo eventos en vivo en todo el país, para ayudarte a interiorizar estas tácticas de negociación y perfeccionar tu técnica. **Contáctanos hoy** para obtener más información o haz clic aquí para conocer a nuestro equipo.

Lista de Verificación para Equipos de Ventas

Preparar una Hoja de Trucos para Negociaciones

- Esquematizar 3-5 etiquetas (negativas y positivas)
- Esquematizar 3-5 preguntas calibradas y orientadas al no



Descubrir Nueva Información y Construir Rapport

- Escuchar con empatía táctica
- Usar espejos y etiquetas para obtener un "eso es correcto"
- No utilizar demasiado su nombre de pila

Anticiparse a las Percepciones Negativas

- Realizar una lectura en frío y verbalizarla
- Realizar una auditoría de acusaciones

No Intentar Cerrar Demasiado Rápido

- Conocer en qué fase de la negociación se encuentra.

Saber Cómo Hacer que el "No" Funcione a tu Favor

- Cambiar tus preguntas orientadas al sí por preguntas orientadas al no

Aprender la Distinción Entre Valor y Precio

- Descubrir qué valora tu contraparte
- Establecer expectativas de precio para evitar sorpresas

Cerrar con la Implementación

- Hacer preguntas calibradas de "cómo" y "qué"
- Usar frases como "Si X sucede, ¿qué deberíamos hacer a continuación?"



¿Tienes preguntas sobre
entrenamiento, participaciones
como conferencista o coaching?

CONTÁCTANOS

