

## LA COMUNICACIÓN EN LA VENTA

### COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

El primer paso para lograr una excelente comunicación es QUE EXISTAN COSAS EN COMÚN.

### PRINCIPIOS DE COMUNICACIÓN

Antes de comenzar, debemos aprender a comunicarnos y para esto, debemos manejar los mismos conceptos.

PRINCIPIO: Para que exista comunicación, deben existir:

- 1 - un EMISOR (el que envía el mensaje) y un RECEPTOR (a quien está dirigido el mensaje o lo recibe)
- 2 - elementos en común: LENGUAJE (idioma) y CÓDIGOS (la utilización del lenguaje)
- 3 - un MENSAJE
- 4 - un CANAL DE COMUNICACIÓN
- 5 - un AMBIENTE o ENTORNO ESPACIO - TEMPORAL

Tomemos como primer ejemplo exploratorio la situación más simple: una comunicación interpersonal entre dos personas que se comunican verbalmente.

Ambas tienen responsabilidades en el proceso de la comunicación.

El EMISOR tiene que:

- Decidir qué mensaje quiere transmitir. La idea. El pensamiento
- Armar el esquema de la idea
- Elegir el LENGUAJE (es el idioma que utilizará)
- Elegir los CÓDIGOS (terminología del lenguaje)
- CODIFICAR
- Emitir el mensaje.

El RECEPTOR tiene que:

- Recepcionar el mensaje.
- DECODIFICAR
- Interpretarlo
- Entenderlo o comprenderlo
- Transmitir el acuse de recibo o FEEDBACK (retro-alimentación)
- Y es aquí donde el RECEPTOR se transforma en EMISOR.

El FEEDBACK es lo que se conoce como retro-alimentación. Es el mensaje desde el RECEPTOR que informa al EMISOR de que manera le está llegando ese mensaje y le ayuda al EMISOR a mantener o corregir su discurso en cuanto a su forma, contenido, dirección, velocidad, ritmo, intensidad, volumen, etc.

A estos procesos se le agrega la influencia ambiental y temporal.

### RUIDOS EN LA COMUNICACIÓN

Existen filtros que debemos intentar eliminar para que nuestro mensaje llegue a destino de la forma en que nos interesa y estos son los RUIDOS o INTERFERENCIAS. Una clasificación de ruidos es:

- > MECÁNICOS
- > SEMÁNTICOS
- > PSÍQUICOS O EMOCIONALES

Las interferencias MECÁNICAS son las que están producidas por ruidos tales como timbres, teléfonos,

campanadas o tictac de relojes, interrupciones físicas, radios o televisores encendidos, impresoras, vehículos que pasan, colores en las paredes o pisos, cuadros, ropa, móviles, cigarrillo.

Las interferencias SEMÁNTICAS son aquellas referidas al lenguaje, la pronunciación, el volumen. Las dos anteriores se pueden resumir en cuando el RECEPTOR pregunta: "¿Cómo dijo?"

Las interferencias PSICOLÓGICAS o PSÍQUICAS, se refieren al estado mental y emocional en el cual se encuentra el RECEPTOR en el momento de recibir el mensaje. Poca atención nos puede prestar alguien que está con dolor de muelas, con la incertidumbre de como va a hacer para cubrir el banco, si tiene un familiar muy enfermo, si se enteró ahora que su pareja lo engaña, si le acaban de informar que se ganó un super-premio o si está mirando una cola o unas piernas espectaculares.

Dos elementos que intervienen fundamentalmente en el éxito o fracaso de la comunicación son el ambiente en el que se desarrolla y el tiempo cronológico.

Un consultorio médico es más propicio para comunicarse entre médico y paciente por problemas de salud, que una playa.

Por tiempo cronológico podríamos citar la maduración de la persona para recibir el mensaje, además de la edad física, es la edad mental respecto del producto o servicio, respecto de sus necesidades, de sus conocimientos, de su cultura y educación, de su entorno e inclusive de su historia. Citar los siguientes casos:

- el mercado con la incorporación del teléfono celular.
- del cambio de paradigmas de compras con los horarios comerciales.
- del cambio de paradigmas de envasar los productos en función de personas solas.
- de la industria del freezer en función de la incorporación de la mujer en forma más activa en el mercado laboral y por consiguiente la falta de tiempo.

## CLAVES PARA DESARROLLAR UNA BUENA COMUNICACIÓN

- Desarrolle interés. En la gente, en los hechos, en las cosas que nos rodean.
- Desarrolle fascinación. Ser curioso, prestar atención, ser más cercanos de lo que la gente es, interesarse por los demás, por el bien de la gente.
- Desarrolle sensibilidad. Que las cosas nos lleguen, aprenda a combatir lo negativo con lo positivo. Nuestras intenciones se interpretan mejor con acciones que con palabras.
- Desarrolle conocimientos. Formar una biblioteca relacionada con libros relacionados con crecimiento personal, lo que informe respecto a la vida pero sacar conclusiones teniendo en cuenta todos los hechos, escuchando todas las campanas. Nos nutrimos con comida y con palabras, y estas vienen en charlas, lecturas, conversaciones con nosotros mismos, de experiencias.
- Establezca relaciones entre vocabulario y comunicación. A mejor vocabulario, más fácil comunicarse. A mejor comunicación, mejor receptividad y mejores resultados.

## PASOS PARA LOGRAR UNA BUENA COMUNICACIÓN

- 1) Tenga algo bueno que decir y esté preparado para decirlo bien.
- 2) Dígalo bien (requiere práctica). Decirlo con sinceridad, pensar y querer lo que se dice. Ser breves y decirlo con estilo.
- 3) Intensidad al decirlo, sentimientos fuertes es la gran diferencia. Las palabras por sí solas producen un cierto efecto, las palabras dichas con convicción logran todo el efecto. *"No lo diga si no lo siente"*.
- 4) Persuasión cuando se comunica. Serenidad y entusiasmo, pausas, inflexiones de la voz y ritmo. Conocimientos y credibilidad.

## COMUNICÁNDONOS CON EL CLIENTE

El cliente usualmente no se ajustará a nuestra frecuencia, por lo tanto nosotros tenemos que ajustarnos a la de ellos.

El vendedor hace, en forma alternativa, las funciones de TRANSMISOR y de RECEPTOR.

El TRANSMISOR debe: CTV

1. Conectarse con el cliente.
2. Transmitir un mensaje simple y claro.
3. Verificar que su cliente ha recibido el mensaje correctamente.

El RECEPTOR debe: EAER

1. Escuchar: sea interesante demostrando interés. Sintone al cliente y olvide lo demás.
2. Analizar: *"entiendo", "también me preocupa eso", "eso tiene sentido", "lo que Ud. me dice es...", "es una cuestión interesante"*. Use lo que le dice, contacto visual directo, inclinado hacia adelante.
3. Explorar: *"¿qué quiere decir?", "dígame más sobre...", "necesito más ayuda para entender"*.
4. Responder: responda al cliente con recomendaciones:
  - a) ofrezca alternativas
  - b) una solución
  - c) sugerencias para el próximo paso
  - d) pregunte como piensan ellos que se puede resolver.