

LIDERATGE

JOSÉ RAMÓN LUNA*



Vendiendo desde la posición del cliente: venta consultiva

Ponte por unos minutos la gorra de vendedor. Desde siempre, el cliente actúa para satisfacer sus intereses buscando la mejor oferta al menor precio posible en aquello que busca. Cuando compramos o contratamos algo es siempre con alguno de los siguientes objetivos: estar mejor de lo que estamos en este momento o evitar estar peor. Es decir, con nuestras decisiones siempre pretendemos conseguir placer o evitar dolor. Para quedarnos igual, no compramos. En la medida que tus ofertas ayuden a tus clientes a conseguir sus objetivos, no te faltarán ventas.

Otra realidad sobre los clientes es que siempre que compran realizan cálculos económicos para tomar sus decisiones. El precio siempre influye y todos tenemos tendencia a comparar opciones. Con la actual situación de crisis, la mayor parte de los consumidores buscan además reducir al máximo sus salidas a comprar y la cuantía de sus compras.

Por otra parte, el consumidor busca siempre conseguir lo que desea lo más rápida y fácilmente posible. Cuando salimos a comprar tardamos mucho en decidirnos, pero cuando ya nos decidimos lo queremos ya, de forma inmediata. Esto no es extraño. Es solo una consecuencia del tipo de vida que llevamos. Vamos siempre "como hormigas sin antenas" y no tenemos tiempo para nada y, desde luego, el que tenemos no queremos gastarlo en trámites de compra que consideramos innecesarios.

En definitiva, los consumidores quieren lo máximo por lo mínimo y comprarán a quién consideren que más acerca su oferta a este deseo. Recompensan a las empresas y a los vendedores que les dan lo que buscan y son implacables con las que no están a la altura. Una vez, alguien dijo: "Nuestro único jefe es el cliente. Nos puede quitar el trabajo cuando quiera. Únicamente tiene que decidir comprar a un competidor".

Cuando estés frente a un cliente, ten muy claro que los clientes quieren hablar de lo que les importa a ellos, no de lo que te importa a ti. Su satisfacción es lo importante, no tu cuenta de resultados. Cuando no conseguimos cerrar una venta o cuando un negocio fracasa es simplemente porque no hemos sido capaces de dar al cliente lo que quiere y en las condiciones en que lo quiere. No se trata de si esto es justo o injusto. Simplemente es así.

Siempre que los clientes deciden comprar algo están convencidos de que es la mejor opción que tienen en ese momento. Tu trabajo: conseguir ser esa mejor opción. Ten claro que "si el cliente no acepta tu oferta es porque no eres su mejor opción en ese momento".

Por este motivo, cuando plantees tus contactos con el cliente, tus entrevistas de venta, dedica un tiempo a prepararlas. Infórmate sobre el cliente, sobre su situación y su entorno y, sobre todo, sobre sus posibles intereses. Pregúntale para conocer en profundidad qué le preocupa en ese momento, cuáles son sus intereses específicos y sus motivaciones. Haz como un médico en su consulta: diagnóstica primero y soluciona después. Esto es la venta consultiva. De esta manera, serás capaz luego de argumentar tu oferta de manera que el cliente pueda apreciar sus beneficios.

Las empresas que más éxito comercial tienen diseñan y planifican sus productos, sus servicios y sus ofertas a partir del conocimiento de las necesidades, preocupaciones y preferencias de sus clientes. Como decía una famosa frase de Philip Kotler "¿Quién debe diseñar en última instancia el producto? El cliente, por supuesto".

(*) COACH DE NEGOCIOS, CONSULTOR Y FORMADOR EN HABILIDADES COMERCIALES Y DIRECTIVAS. ESCRITOR Y CONFERENCIANTE. COLABORADOR DE INGENIO, LEADERSHIP SCHOOL.

UNIVERSITAT DE LLEIDA
ICE - CFC
MÀSTER EN DIRECCIÓ I LIDERATGE
"La formació dels líders de la nova era"
www.ingenio.cat

INGENIO
ESQUOLA DE LIDERADGE

CARBURANTES FISCALIDAD

Reclamaciones "in extremis" por el céntimo sanitario

Algunos transportistas deben presentarlas por escrito ante Hacienda antes del jueves || Algunos jueces también reclaman facturas

A. BATLLE

[LLEIDA] Las reclamaciones por los cobros indebidos del céntimo sanitario efectuados entre 2010 y 2012 que los transportistas de Lleida no han podido presentar aún ante la Agencia Tributaria a través del formulario electrónico oficial destinado a tal efecto tendrán que presentarse por escrito ante el fisco antes del próximo jueves, para evitar así que los cobros ilegales relativos al primer trimestre de 2010 queden prescritos. La fecha límite es el 21 de abril, festivo en Catalunya pero no en el resto del Estado, por lo que si las peticiones no quedan registradas antes de los festivos de Semana Santa ya no podrán reclamar esos importes.

Se trata de las reclamaciones que Hacienda no aceptó en su momento por que en las facturas que los afectados aportaban como justificantes no venía desglosado el importe correspondiente a la tasa ilegalizada por la justicia europea, lo que obligó a buscar un mecanismo alternativo. En esta tarea se implicaron, además de la Asociación de Transportistas de Lleida (Asotrans) —la que está tramitando las reclamaciones de buena parte de los afectados en Ponent—, las principales petroleras del Estado, y finalmente se acordó que las compañías suministradoras de carburante emitieran certifi-



Imagen de archivo de la Ciudad de Transporte de Lleida.

"PALOS EN LAS RUEDAS"

Los transportistas denuncian que el fisco solo acepta reclamaciones por litros, no por euros

caciones que probaran que sus clientes tienen derecho al reembolso de la tasa.

Sin embargo, estas certificaciones, según criticó la secretaria general de Asotrans, Sílvia Llobet, no recogen el importe que reclama cada afectado, sino los litros que en su momento consumió —el formulario oficial

de Hacienda solo permite reclamar por litros consumidos, no por importes—, lo que en su opinión "dificulta saber a qué cantidad se tiene derecho". Hacienda, no obstante, no ha asegurado que estas reclamaciones sean admitidas. "Solo queda esperar que lo hagan, no hay vuelta de hoja", explicó Llobet.

Por otra parte, la secretaria general de Asotrans también denunció que algunos jueces del TSJC que instruyen procedimientos en los que se reclaman importes por el céntimo sanitario también están pidiendo a los demandantes documentación que pruebe sus peticiones.

AGRICULTURA FORMACIÓN



Los participantes en el curso, al término del mismo.

Finaliza el curso sobre el uso de fitosanitarios organizado por Asaja

[LLEIDA] Una veintena de agricultores finalizaron el viernes el curso de formación con el que podrán obtener el carné de aplicador de productos fitosanitarios, exigido por la nueva normativa europea sobre utilización de estos productos.

El curso, organizado por Aeall-Asaja, finalizó con el examen en el que los alumnos debieron demostrar los conocimientos adquiridos, a pesar de que la mayoría de asistentes ya tenía experiencia más que sobrada en el manejo de fitosanitarios.



Fracasa la propuesta de convenio de Pescanova

[SANTIAGO] Las negociaciones entre la banca y Damm, aliado con el fondo Luxempart, acabaron ayer sin acuerdo entre las partes para respaldar la propuesta de convenio de acreedores de Pescanova presentada ante el juzgado, ya que el acuerdo suponía recuperar 1.000 millones de deuda, pero la propuesta finalmente registrada prevé 700.

El Íbex cierra la segunda peor semana del año

[MADRID] El Íbex 35 cayó un 1,26% al cierre de mercado del pasado viernes, ampliando así las pérdidas semanales hasta el 4,42%, si bien logró sostener los 10.200 puntos. El selectivo dejaba así atrás una semana muy negativa, con cuatro sesiones en rojo, y que supuso la segunda peor del año. Mientras, la prima de riesgo escaló hasta 168 puntos básicos.