



Mensajes de los ganadores

POR JOHN FISCHER

Minutos antes de una cita con un cliente, si preguntas a un vendedor en qué piensa, lo más seguro es que te diga algo como: “Estoy pensando en qué decirle a la persona.”

Casi todos exageramos la importancia de las palabras. Estudios recientes demuestran que el tono de voz y el lenguaje corporal influyen más en los mensajes que captan los clientes que las palabras en sí. Haz este experimento para probar la veracidad de la idea.

EXPERIMENTO: Repite cinco veces en voz alta esta oración: “Me da mucho gusto conocerte”. En cada ocasión cambia el ritmo y el tono de voz.



Cada vez que modificas la manera de enunciar la frase, el mensaje cambia.

Los oyentes se dan cuenta de si el tono de voz es congruente con las palabras y el lenguaje no verbal. En un abrir y cerrar de ojos, detectan si “el audio checa con el video”.

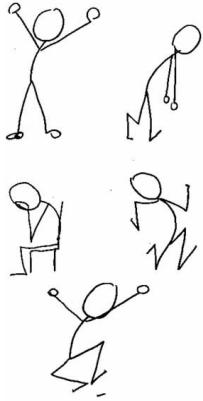
Por lo general, comunicamos lo que sentimos, lo que traemos dentro.

CUANDO SENTIMOS:	COMUNICAMOS
Optimismo...	<i>La seguridad de que las cosas van a salir bien</i>
Nerviosismo...	<i>Inseguridad</i>
Seguridad personal...	<i>Profesionalismo</i>

En los primeros segundos de un contacto, sea con una persona conocida o una que aún no conocemos, enviamos –y el otro capta– un buen número de significados. Por esto mismo, es importante determinar qué mensajes queremos enviar y qué hacer para enviarlos de una manera que cumpla nuestros propósitos.

En nuestro curso VENTAS CON VALOR PARA EL CLIENTE, pedimos a los participantes escoger los mensajes que desean enviar y determinar cómo van a comunicarlos. Como dice Zig Ziglar: “Si no te ves como un ganador, no puedes actuar como uno”.

Los seres humanos tenemos la capacidad para escoger nuestras emociones en lugar de estar manejados por ellas. El poeta Robert Frost decía: “Lo primero que hago por la mañana es arreglar la cama y, mientras lo realizo, deter-



mino qué tipo de día voy a tener”. Sabía que sus pensamientos podía influir en su estado de ánimo y en los acontecimientos.

Nuestros pensamientos influyen en las emociones que sentimos. A la vez, nuestra manera de pararnos, sentarnos, caminar, gesticular y nuestras miradas influyen en nuestro estado de ánimo.

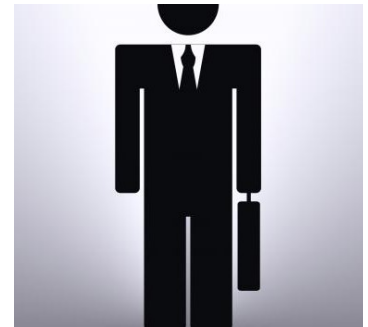
OTRO EXPERIMENTO: Ahora mismo, cambia tu manera de estar sentado o parado. Endereza tu columna vertebral y respira más hondo. ¿Qué sientes con estos cambios?



La moraleja es que si quieres sentirte más optimista, con más energía o más seguro (por mencionar sólo algunos ejemplos) debes poner una mirada apropiada y escoger un tono de voz y lenguaje corporal que afiancen los mensajes que desees transmitir.

Por ejemplo, si quieres proyectar una imagen que refleje “confiabilidad”, escoge el lenguaje que lo comunica, como voz modulada y segura, vístete de una manera que en el medio se vería como “convencional”, usa zapatos lustrados, camina con seguridad y

sin apuro, lleva un maletín o bolsa en buen estado y mira a los ojos de la otra persona.



¿Cuáles son algunos mensajes que queremos comunicar a nuestros clientes y prospectos en los primeros segundos y minutos de una entrevista? Nuestras prioridades cambian de acuerdo con la situación. El reto es escoger un mensaje apropiado para cada caso. He aquí algunos ejemplos de mensajes que pueden contribuir a nuestra imagen al principio de los encuentros.

Primero piensa en una entrevista que tengas en puerta. ¿Cuáles son los mensajes que mejor pueden contribuir a tu imagen en los primeros segundos o minutos? Escoge no más de tres.

Yo soy una persona...

Amable	Conocedora	Optimista	Persistente
Amistosa	Constante	Orientada al cliente	Preparada
Cautelosa	Cuidadosa	Orientada al servicio	Respetuosa
Confiable	Enérgica	Orientada a resultados	Segura de sí



EJERCICIO: *Los primeros segundos de la entrevista.*

A continuación, elabora para ti mismo un conjunto de lineamientos diseñados para comunicar mensajes positivos en los primeros segundos de una entrevista que tendrás en breve.

En lugar de pasar los minutos previos a una entrevista pensando en lo que vas a decir durante ella,

Tu “entrada en el escenario”. La manera de caminar al acercarte al cliente.

Haré esto:

Para transmitir este mensaje:

La expresión en tu rostro.

Haré esto:

Para transmitir este mensaje:

El contacto visual inicial.

Haré esto:

Para transmitir este mensaje:

Tu tono de voz.

Haré esto:

Para transmitir este mensaje:

La manera de presentarte (zapatos, ropa, peinado, uñas, maletín y/o bolsa, otros útiles).

Haré esto:

Para transmitir este mensaje:



escoge los mensajes que te conviene comunicar durante los primeros segundos y minutos. Para asegurarte de que el cliente los capte, puedes escoger acciones que los transmitan, como una sonrisa, mostrar seguridad al acercarte o sacar tus apuntes de

la entrevista anterior.

Los vendedores más exitosos proyectan la imagen de ser ganadores. Tú también puedes diseñar y transmitir una imagen de triunfador al pensar en qué quieres comunicar y en las acciones apropiadas para hacerlo.



¿Te gustó el boletín? ¿es útil? Puedes descargar este y otros **e-Trato Hecho** en nuestro sitio totalmente gratis, los generamos pensando en ustedes, la fuerza de ventas. Estos son algunos de los que puedes descargar, sólo haz clic en ellos:

1. [Una cuestión de actitud](#)
2. [Desarrolla tu confianza](#)
3. [Desarrolla confianza en tus capacidades](#)
4. [Consejos de verdaderos expertos](#)
5. [Centra tu atención en los clientes](#)
6. [Mantén una actitud positiva](#)
7. [El lenguaje de éxito](#)
8. [Dos trabajos para cultivar la credibilidad de tu nueva imagen](#)
9. [Cuatro cosas que hacen los vendedores exitosos que a los demás les da pereza](#)

¿Quieres enviar este número del boletín e-Trato Hecho a colegas?

Haz clic en el botón reenviar en el menú de tu administrador de correos.

Deseas conocer números anteriores de e-Trato Hecho, haz clic aquí.

¿Quieres mantener actualizados a tus compañeros?

Regáleles una suscripción gratuita de

e-Trato Hecho, el boletín electrónico de **TOP LINE Growth Consulting** creado para vendedores y promotores. Envíanos sus nombres y direcciones, haz clic aquí.

Si no deseas recibir e-Trato Hecho, haz clic aquí para cancelar.

Visítanos en

www.TOPLINEconsulting.com.mx