GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

R&A Business Training, de la eficacia a la excelencia comercial

Actualidad Empresarial | 19/04/2023 | 00:00

Todas las empresas venden, es un hecho, o se vende mucho, o se vende poco o casi no se vende y en breve se dejará de ser empresa. Así lo afirman los expertos de R&A Business Training, la compañía que ofrece servicios de formación para empresas.

Es una realidad que sin ventas no se pone en marcha la maquinaria, pero no es un trabajo exclusivo del departamento comercial.

Toda la organización debería vender, pero no lo hacen. Suele ocurrir que los equipos comerciales, a veces, no conocen las herramientas para atender correctamente a sus clientes, imaginar el resto de la organización que piensa que esa “tarea comercial” no les corresponde a ellos o que consideran que no están cualificados para hacer ese trabajo.

Es importante tener en cuenta la formación incompany, ya que permite hablar de herramientas que están al alcance de cualquier empresa, pero que quizá son desconocidas para la mayoría.

Casi seguro que se ha escuchado: »trata a los demás como nos gustaría que nos trataran a nosotros». Y quizá haya funcionado para las ventas, para relacionarse hace años… Pero toca ir un paso más allá, »Trata a los demás como les gustaría ser tratados».

Casi lo mismo, pero con un matiz, pequeño, pero que lo cambia todo. ¿Y eso cómo se puede hacer? ¿Cómo se puede saber lo que quieren los demás?

A través de la herramienta DISC, se da información sobre el perfil conductual de la persona con la que se va a tratar, (cliente, compañero, proveedor). Hoy en día, la formación comunicación y negociación con disc es muy importante en los negocios.

Conocer el perfil conductual acerca a saber el estilo de comunicación que tiene esa persona, de manera que ayuda a tratarle como le gusta ser tratado.

Se trata, ni más ni menos, de ver el mundo tal cual lo ve el cliente para saber qué palabras funcionan y cuáles no, incluso con qué tipo de colores se identifica y cómo es su proceso de toma de decisiones.

Como puede sonar raro, se muestran varios ejemplos:

Por ejemplo, los perfiles “D” aman los retos, los desafíos y buscan constantemente el reconocimiento por sus logros. Es decir, todos los argumentos que vayan en esa dirección acercan al cliente para persuadirle y conseguir los resultados que se desean.

En cambio, para los perfiles “S” y “C” las argumentaciones que suenen a riesgo o a desafíos, los asusta, los confunde, pueden provocar incertidumbre en una negociación y hasta pueden truncar una propuesta comercial. Puntualmente, el perfil “C” necesita sólidas muestras de datos y evidencias.

Esta información también supone una clave para definir cómo escribir un correo o cómo redactar una propuesta comercial que se adecúe al perfil del cliente.

Es decir, orienta sobre qué tipo de colores, de palabras y de mensajes utilizar para captar su atención y también para facilitar su toma de decisiones, ya que según el perfil tiene sus frenos y sus aceleradores.

Los perfiles “D” e “I” toman decisiones arriesgadas, rápidas e intuitivas, por lo que el vendedor necesita actuar de forma rápida y hábil para cerrar la venta; por el contrario, los perfiles “S” y “C” son más analíticos, fríos y calculadores por lo que intentar “forzar” el cierre de la venta rápidamente provocaría un importante rechazo.

Por todo esto, el hecho de poder intuir el perfil del cliente permite saber por dónde ir para conectar con él y persuadirle. Porque como también señala el especialista en DISC, “la comunicación puede construir puentes o puede levantar muros”.

Siguiendo esa máxima y sobre todo para generar una excelencia comercial, durante toda la formación se realizan una cantidad de dinámicas en las que se recrean ejemplos reales que permiten interiorizar el aprendizaje de una manera más rápida y eficaz.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/202913-ra-business-training-de-la-eficacia-a-la-excelencia-comercial.htm