PARTE VII

PERSONAS

Las Personas son la quinta "P" de la comercialización.

Su negocio puede estar ubicado en un buen lugar, tener buenos productos a precios que los clientes están dispuestos a pagar y su estrategia de promoción podrá ser muy atractiva. Muchas personas visitan su negocio, pero sus ventas podrían seguir bajas. ¿Por qué será?

¿Será que no tiene a las personas adecuadas para vender sus productos?!

1. ¿Qué tan importantes son las personas en la comercialización?



LIVEWORKSHEETS



Si ambos hospedajes ofrecen instalaciones similares al mismo precio, ¿en cuál quisiera hospedarse? ¿Por qué?

.....

.....

Con toda seguridad, Ud. prefiere *Casa de Huéspedes El Rosal*, ¿verdad? Aunque la recepcionista de *La Casa de Huéspedes Orquídea* no hizo nada malo, no ha sido tan servicial como el recepcionista de *la Casa de Huéspedes El Rosal*. Como puede ver, es el recepcionista el que marca la diferencia en la *Casa de Huéspedes El Rosal*.

ACTIVIDAD 17

Recuerde sus experiencias. ¿Conoce negocios que son especiales debido a su gente?

.....

.....

.....

En muchos casos, los competidores rápidamente pueden copiar sus productos, su lista de precios, sus canales de distribución y hasta sus actividades de promoción. Pero en cuanto a las personas, eso no es tan fácil de copiar.

LIVEWORKSHEETS

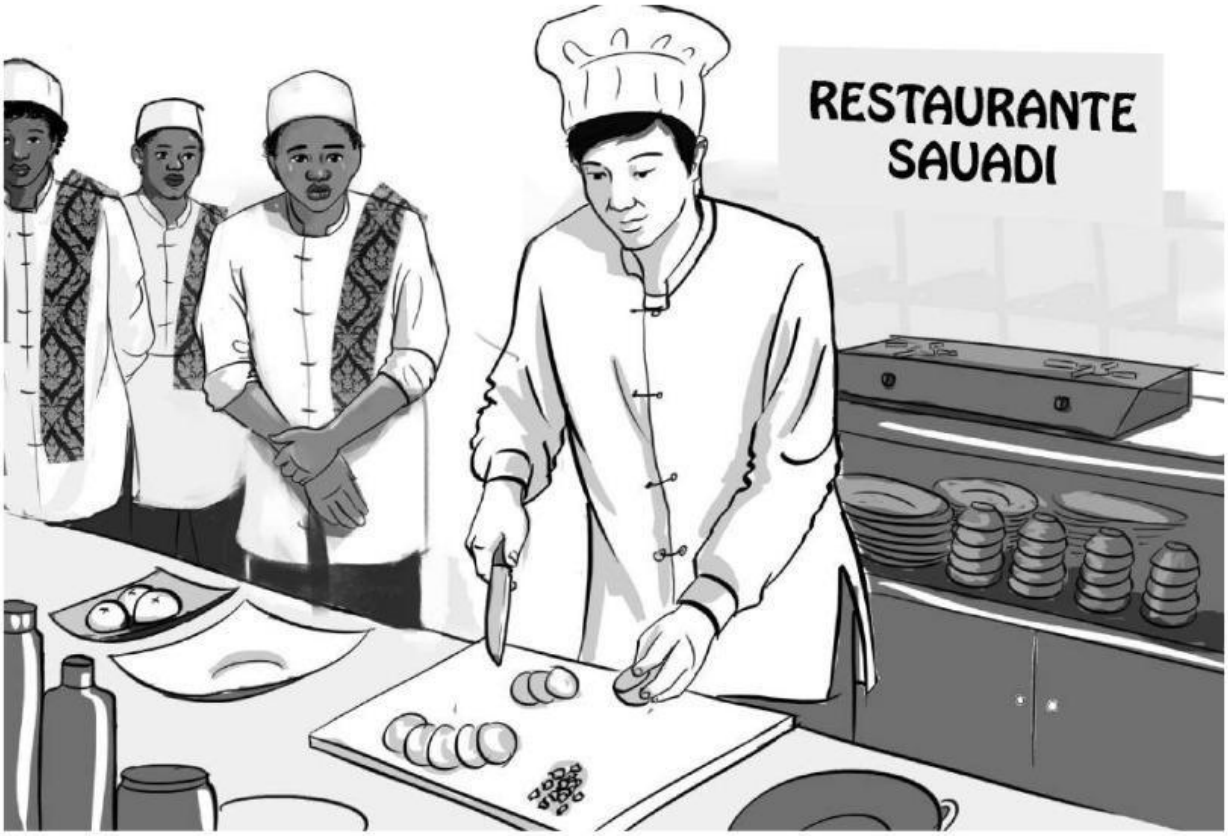
Las personas son muy importantes en la comercialización porque a menudo marcan la diferencia que sus competidores casi no pueden copiar.

2. ¿Cómo identificar a las personas clave que hacen que su negocio sea diferente?

En cada negocio hay personas clave que crean la ventaja competitiva para su negocio. Ud. debería poder identificar al personal clave de su negocio y sus responsabilidades específicas.

Use la Posición que ha establecido para su producto como guía.

Ana posiciona al *Restaurante Sauadi* como restaurante de auténtica comida tailandesa, así que es importante que el cocinero ejecutivo sea experto chef de comida tailandesa. Si el cocinero es de nacionalidad tailandesa, es más fácil que Ana promueva la posición de su restaurante. Además del cocinero, los meseros y las camareras añaden a la imagen vistiendo ropa típica tailandesa y al llegar los huéspedes saludan de la manera típica tailandesa, aunque no sean tailandeses.



LIVEWORKSHEETS

La tienda de Caterina se posiciona siempre vendiendo nuevas marcas prestigiosas de celulares. Aparte de vender el producto correcto, Caterina necesita vendedores listos que pueden aprender rápidamente las nuevas funciones y explicarlas a los clientes.



En general, debe buscar:

- Personas con habilidades especializadas técnicas que diferencian su producto del de otros.
- Personas con buenas habilidades de servicio al cliente. Aunque el artículo que proporciona sea promedio, pero si su servicio es excelente, los clientes van a querer regresar.
- Personas con buenas habilidades para la venta consultiva. En otras palabras, pueden entender cómo ser sensibles a las necesidades de los clientes y saben cómo presentar apropiadamente un producto que sea apropiado para estos clientes. Esto se diferencia de las habilidades de ventas que suelen ser lo que se enseña a los empleados, es decir vender el mayor número de artículos.

ACTIVIDAD 18

1. En su negocio, ¿Quiénes son las personas importantes que hacen una diferencia?

.....

.....

.....

2. ¿Las personas adecuadas trabajan para Ud.? De no ser así, ¿qué haría para que esas personas trabajen para Ud.?

.....

LIVEWORKSHEETS

Para tener a las personas adecuadas, podría:

- Reclutar personal nuevo con requisitos claramente definidos.
- Contratar a expertos a medio-tiempo para hacer ciertas cosas, en especial en casos donde la habilidad que se requiere es inusual y contratar a alguien con esa habilidad resulte caro.
- Capacitar a su personal actual para que sean sensibles con los clientes y sus necesidades.
- Usar una combinación de los puntos antes mencionados. En otras palabras, reclute personal con algunas de las características necesarias y luego capacítelos para que desarrollen las características y habilidades que se necesitan para el negocio pero que ellos no tienen.

Lea más sobre la gestión de personal en MANUAL MESUN: el Recurso Humano y la Productividad.

3. Mejore sus habilidades como vendedor

Ya hizo varias cosas para atraer a los clientes para que lleguen a su negocio. Pero su producto todavía no se ha vendido. Su éxito en las ventas depende de sus habilidades para vender. Sus habilidades como vendedor a veces pueden ser la diferencia entre el éxito y el fracaso del negocio.

3.1. ¿Qué tipo de vendedor es Ud.?

Veamos a Moisés. Él busca comprar una lámpara de quinqué:





LIVEWORKSHEETS



ACTIVIDAD 19

1. ¿Qué problemas identifica con la vendedora?

.....

.....

2. ¿Cómo cree que se siente el cliente?

.....

.....

3. ¿Cree que el cliente vaya a comprar algo de esta tienda en el futuro?

.....

.....

LIVEWORKSHEETS

4. Si a otros clientes los tratan igual que a Moisés, ¿qué cree que le va a pasar a este negocio?

.....

.....

Vea la respuesta en la página 76.

Moisés va a otra tienda:





LIVEWORKSHEETS



LIVEWORKSHEETS

ACTIVIDAD 20



1. Haga una lista de las cosas buenas que hizo la vendedora de la segunda tienda.

.....

.....

2. ¿Cómo cree que se siente el cliente?

.....

.....

3. Si a otros clientes los tratan igual que a Moisés, ¿qué cree que le va a pasar a este negocio?

.....

.....

Vea la respuesta en la página 77.

3.2. ¿Cómo llegar a ser un vendedor con éxito?

Para mejorar sus habilidades como vendedor para aumentar sus ventas debe:

- **Conocer a sus clientes y sus necesidades**

  Escuchar y hacer preguntas para averiguar lo que el cliente necesita realmente. Luego, satisfacer las necesidades del cliente, dar sugerencias y ofrecer bienes y servicios adecuados.

- **Sepa cómo tratar a sus clientes**

  Trate sus clientes de la manera que le gusta que lo traten cuando es cliente:

  - Sea amable y amigable para que los clientes se sientan bienvenidos y disfruten la visita a su negocio: Salúdelos, ofrézcales su ayuda o pídales que esperen un momento mientras atiende a otros.
  - No hable demasiado. Escuche con cuidado a lo que digan sus clientes y haga preguntas para averiguar lo que necesitan.
  - Siempre sea honesto y confiable. Por ejemplo, dígale a sus clientes lo bueno y lo malo de un producto.
  - No entre en desacuerdo con sus clientes si deciden que no quieren un producto. Nunca se debata con un cliente. Haga que sus clientes sientan que tienen la razón.
  - Agradezca a sus clientes por visitar su negocio.

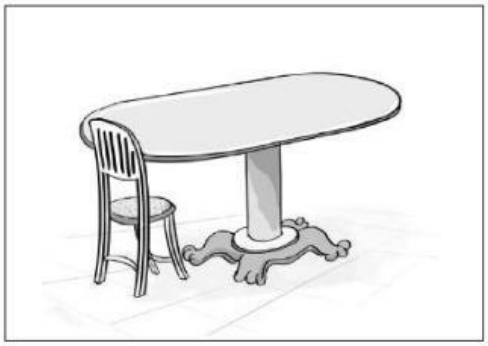
LIVEWORKSHEETS

- **Conozca sus productos y cómo venderlos**

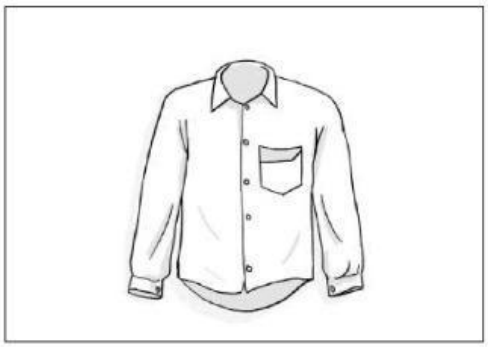
Puede que sus clientes hagan muchas preguntas sobre sus productos. Asegúrese de tener las respuestas.



- ¿Este detergente se usa con agua fría o caliente?
- ¿Este detergente es muy fuerte? ¿Va a dañar mis manos?
- ¿Cuánto se usa para una lavada?



- ¿Cómo mantener los muebles limpios y con brillo?
- Si se derrama una bebida en esta madera, ¿va a dejar mancha?
- ¿El sol daña este tipo de madera?



- ¿Éste qué material es?
- ¿Es un material duradero?
- ¿Este material se encoje?
- ¿El color se destiñe?

Aunque conozca muy bien su producto, puede ser que no pueda vender mucho. La razón podría ser que no sabe cómo mostrar y explicar el producto a sus clientes.

Si es cliente, ¿cuál de los siguientes vendedores le explica el producto mejor?

Vendedor A	Vendedor B
La cámara tiene siete mega pixeles. Tiene un acercamiento óptico de hasta diez veces.	Esta cámara toma fotos de muy alta calidad y tiene siete mega pixeles. Puede tomar fotos desde una mayor distancia gracias a su acercamiento óptico de hasta diez veces

Probablemente lo convencería más el vendedor B, ¿verdad? A diferencia del vendedor A, quien se concentra en describir las características de la cámara, el vendedor B explica las funciones y los beneficios que le dan las características, llamando más su atención.

LIVEWORKSHEETS

Diga lo que diga sobre su producto, los clientes siempre se preguntan: "¿En qué me beneficia a mí?" Por tanto, un buen vendedor debe:

- **Primero**, decirle al cliente lo que puede hacer el producto y cómo le puede servir.
- **Luego**, dar la información que sea necesaria.



ACTIVIDAD 21

1. ¿Sus vendedores son lo suficientemente buenos para su negocio?

.....

.....

2. ¿Qué deben hacer para mejorar?

.....

.....



RESUMEN

La quinta "P" de la comercialización es **personas**. Las personas son muy importantes en la comercialización porque suelen ser la diferencia que a sus competidores les cuesta copiar.

Use la Posición que ha establecido para su negocio para identificar a las personas clave que necesita en su compañía. En general, debe buscar:

- Personas con habilidades técnicas que diferencien su producto de otros.
- Personas con buenas habilidades de servicio al cliente.
- Personas con buenas habilidades para la venta consultiva, es decir, que puedan entender las necesidades del cliente y presentarles un producto apropiado.

Las habilidades para la venta pueden significar la diferencia entre éxito y fracaso. Para tener éxito como vendedor y aumentar sus ventas:

- Conozca a sus clientes y comprenda sus necesidades
- Sepa cómo tratar a sus clientes
- Conozca sus productos y cómo venderlos.

LIVEWORKSHEETS



EVALUACIÓN 7

Acaba de finalizar la Parte VII de este manual. Realice el ejercicio a continuación para verificar su comprensión. Termine el ejercicio antes de comparar sus respuestas con las de la página 94.

¿Cuál es correcta?

Seleccione el final correcto o que sea mejor para cada oración:

1. Un buen vendedor es el que...
   a. Habla más para convencer a los clientes que compren sus productos.
   b. Escucha y hace preguntas para averiguar lo que quiere cada cliente.
   c. Se asegura de que cada cliente siempre compre algo de la tienda.

2. Cuando le presente un producto a los clientes, primero debe...
   a. Explicarles todas las características del producto.
   b. Explicarles todas las funciones y los beneficios del producto.
   c. Explicarles cómo el producto satisface su necesidad.

3. Para identificar las personas clave para su negocio, Ud. debe...
   a. Ver cómo sus competidores seleccionan a personas clave.
   b. Usar su la Posición de su negocio como guía.
   c. Preguntar a los clientes quien es importante para ellos en su negocio.



RESPUESTAS A LAS ACTIVIDADES

Actividad 19

1. Hay muchos problemas con esta vendedora:
   - Es grosera y ruda.
   - Ignora al cliente, lee el periódico, le habla a un amigo que llega a la tienda y le habla a otro amigo por teléfono.
   - No es servicial. El cliente tiene que encontrar el producto por sí solo.
   - No le explica cómo funciona el producto.

2. El cliente siente que no lo respeta. Probablemente se sienta molesto porque no lo atiende bien el vendedor y no lo ayuda a hacer su compra.
3. No, el cliente probablemente no compre nada de esta tienda a futuro.

LIVEWORKSHEETS

4. Los clientes hablarán del mal servicio. El negocio tendrá mala reputación y perderá más clientes. Las ventas y ganancias bajarán y al final, el negocio tendrá que cerrar.

Actividad 20

1. La vendedora tiene buenas habilidades para la venta:
   - Saluda al cliente cuando entra.
   - Le ofrece ayuda y sugerencias.
   - Es amable, amigable y hace que el cliente se sienta cómodo.
   - Le explica al cliente que hay una selección de modelos de lámpara.
   - Le muestra los productos y le explica la diferencia entre ambos modelos.
   - Le explica al cliente lo bueno de cada modelo.
   - Escucha y hace preguntas para averiguar lo que necesita el cliente.
   - Contesta el teléfono de manera amable y se disculpa con el cliente por la interrupción.
   - Le da al cliente toda la información que necesita.
   - Es paciente y le da al cliente tiempo para hacer preguntas para decidir si quiere comprar.
   - Da una buena impresión. Tiene buena presentación y se ve presentable.

2. El cliente se siente bienvenido, respetado y siente que es importante para el negocio.

3. Los clientes satisfechos hablarán del servicio bueno, útil y agradable que recibieron en este negocio. El negocio tendrá buena reputación y obtendrá más clientes. A más clientes satisfechos, mayores ventas y ganancias más grandes.

LIVEWORKSHEETS