

5.5.2. PRESENTACIÓN Y ESCUCHA ACTIVA

Una vez hechas las presentaciones, desde que entras, debes recordar ciertas pautas de etiqueta:

- Saluda con mano firme, mirando a los ojos y sonriendo mientras dices tu nombre, seguido de un breve "encantado" o "mucho gusto", olvida frases como "hola" más típicas de un bar que de una sala de reuniones.
- Recuerda, si eres caballero saludar primero a las señoras; si es al revés, te brindarán la misma cortesía.
- Nunca optes por sentarte en las cabeceras de las mesas, siempre en un lateral y mejor el más lejano para que los siguientes en entrar vayan ocupando el resto de asientos y no se tenga que levantar nadie para dejar pasar.

Desde este momento intervendrás y escucharás. Cuando sea el turno de escuchar practica la escucha activa:

- No interrumpas, a no ser necesario porque el contrario tome un camino equivocado.
- Mira a los ojos mientras escuchas.
- No asientas nerviosamente.
- Si hay pausas en las que el interlocutor espera saber si has recogido la información correctamente, aprovecha para repetir de forma breve lo que has escuchado en las últimas frases, introduciéndolo con un "es decir", o "si no le he entendido mal", o "en síntesis...".
- No introduces casos tuyos similares. Estás escuchando, no siendo el protagonista.

5.5.3. DESARROLLO Y DIRECCIÓN DE LA REUNIÓN

Si vas a la reunión y no la abre su interlocutor, es muy probable que se relajen en un sillón y te digan: "Bueno, pues Ud. nos dirá...". En esos momentos un vendedor poco preparado piensa "tierra trágame", pero un vendedor que ha visualizado mentalmente lo que puede ocurrir ha contado con eso y no le sorprende esa salida, de modo que comienza tranquilamente a presentar la reunión.

Nunca empieces presentando tu producto como si fueras un catálogo parlante. Presentar la reunión es dar la pauta para conocer al candidato antes de presentar tus servicios; que no se te olvide que lo que quieres es vender un servicio o producto adaptado a las necesidades del cliente, pero si no conocemos las necesidades del cliente ¿qué vamos a poder venderle? ¿Alguna vez has ido al médico y te ha enunciado el vademécum? No, te ha preguntado qué te ocurre, pues aquí funciona de manera similar.

Una de las mejores maneras de empezar el desarrollo de una reunión es revirtiendo la invitación a comenzar, con una pregunta simple, por ejemplo: "¿Exactamente cómo se desarrolla la actividad en esta empresa?", o... "¿exactamente, a qué se dedican como marca o producto o servicio?". A todo profesional le encanta hablar sobre su empresa o negocio, y si van a estar dispuestos a pagar a alguien por sus servicios, qué menos que contarles exactamente a lo que se dedican. Esta parte es clave para ganar cierta confianza del candidato, la cual nos debe conducir al éxito en nuestra presentación.

5.5.4. ETIQUETA Y LENGUAJE NO VERBAL

Quien piense que no todos los aspectos son importantes se confunde sobremanera. Absolutamente TODO, es válido e importante en una reunión. Y DE TODO PODEMOS SACAR PARTIDO PARA VENDER NOS MEJOR.

Comentaré en dos bloques la verdadera importancia de los detalles:

1. ETIQUETA

A. VESTIMENTA

Los monos de trabajo son exactamente eso, ropa dirigida al trabajo, pero ¡ojo!, éstos no son solo los azules de cuerpo entero que llevan cremallera. Los monos de trabajo son también las corbatas, vestidos, faldas y trajes, pues por finos que sean o parezcan no dejan de ser monos de faena en nuestras reuniones. Viste siempre elegante, no demasiado, ya que además de quedarte fuera de juego si rozas lo excéntrico, puedes hacer sentir inferior a tu interlocutor, que es quien manda y decide en su empresa.

Utiliza ropa adecuada para cada visita; elegante, que te haga parecer seguro, que venda bien tu imagen. Incluso en el marketing de algunos libros aconsejan tener diseñado una especie de uniforme de reuniones, las más relajadas con prendas más cómodas, las más difíciles con trajes más rígidos de lucha, de seguridad, las novedosas con seriedad, ni colores fuertes ni ropa de sport o alegre en demasía.

B. ACTITUDES

En la presentación primero se escucha, de modo que nos basta con una actitud relajada. Esto hará sentirse al interlocutor más aceptado y hablará más. A nosotros su información nos importa. El hecho de que de vez en cuando tomemos nota de algo gustará al interlocutor, quien permitirá que nuestro cliente se sienta cómodo en "un hilo" de conversación interesante en su reunión, pues no se nos olvide que es él quien quiere también sacar algo. De esta forma estaremos obteniendo más información sobre el producto a ofertar.

La comodidad en exceso pondrá en guardia al interlocutor. Una persona recostada demasiado en su silla da impresión de abandono y dejadez, lo que para un financiero o empresario supone perder el tiempo. Si sus asuntos no te importan o le das esa sensación, despídete de tu éxito.

Por el contrario si le avasallas echándote demasiado en su mesa y abarcando su territorio, le acorralarás y perderás el inicio de confianza que estabas generando, de ese modo no te dará información de sus necesidades y no sabrás cómo ajustar tu servicio o producto a las mismas. Por tanto, recto, en la silla, relajado y mirando siempre a los ojos a la hora de escuchar.

C. LENGUAJE VERBAL

Las palabras, repasadas, imaginadas o practicadas te darán seguridad. Debes dotarlas de un tono suave y de una cadencia no demasiado rápida pero sí fluida para que ni aturda ni aburra a quien te escucha.

Valerse de un escrito o proyección es ideal para desviar de vez en cuando la vista del interlocutor. Señala siempre con un bolígrafo o lápiz en el papel (a no ser que tus manos estén descuidadas, ya que en este detalle tu aspecto también es importante).

Enfatiza, ya que las reuniones son apasionantes. Seguro que en algunos comentarios coincides con el candidato. Celébralo enarcando las cejas de forma natural y espontánea: "¡claro!, ¡exactamente!...".

Da la entrada a las objeciones y contra objeciones que has preparado con frases que inviten a la escucha: "eso es cierto, pero debe Ud. saber que...", "tiene toda la razón, no obstante le comento que en este aspecto...". Convierte así la entrada positiva en la negación a presentar, de ese modo será acogida con la lógica correspondiente y parecerá menos negativa y menos grave. Es algo a tener en cuenta cuando uno visita a otro en su terreno.

D. CORTESÍA

La buena educación nunca se pasa de moda. Si puedes presumir de ella gustarás más, y si además eres más joven que tu interlocutor éste lo valorará más aún. No olvidemos dos aspectos: el primero que si tu venta tiene mantenimiento, verás a ese candidato en más ocasiones cuando ya sea cliente, y, segundo, que en una venta casi nunca se vende técnicamente el producto como tal. Nos vendemos nosotros junto con los beneficios que vamos a hacer obtener a quien nos escucha.

E. MATERIAL

Por mucho que nos guste ese bolígrafo deteriorado, jamás debemos caer en que sea ese y no otro nuestro señalador. No hay que comprarse plumas caras, basta un sencillito lápiz con la punta bien afilada. Ese es el detalle que al final nuestro candidato va a ver cuando señalemos donde queremos que mire. La elegancia, la sencillez, la limpieza. Quien obvia estos detalles se pregunta qué le diferencia del resto si su producto es igual que aquel que al final han contratado. No solo será por un lápiz afilado, pero no te quepa duda de que todo esto habrá influido para hacerte ganar su confianza y con ella sus decisiones.

Lleva tus carpetas impecables y tus papeles ordenados, presenta los documentos de cara a quien los lee, ten siempre todos estos detalles en cuenta, los desastres hacen que sea literal el planteamiento de ¿en manos de quién estoy?

2. LENGUAJE NO VERBAL.

A. MIRADA.

Mira siempre a los ojos; quienes miran hacia abajo tienen algo que ocultar. Pese a tu posible timidez, hazlo, o te interpretarán de forma equivocada. No juzgues con la mirada, no estás trabajando en una

jornada de sentimientos, simplemente informas, escuchas y acoplas, de momento, nada más; lo contrario sería un error y un atrevimiento.

B. MANOS.

Cuidado con las manos. Separadas y abiertas te disponen neutral a la escucha, con los brazos cruzados te defiendes, los puños cerrados demuestran objeciones y aguante involuntario de difícil control (violento para quien lo observa). Simplemente apoya tus manos bien visibles en la mesa y sin rigidez. Cuidado con los jugueteos con el lápiz, ya que pueden distraerte demasiado a ti y a quien te mira, amén de absurdos accidentes repentinos.

C. PIERNAS

Como todo lo comentado, relajadas, ni demasiado abiertas ni demasiado apretadas dando impresión de miedo.

En síntesis, da a tu interlocutor aspecto no verbal de dominio de tu presentación, y de comodidad ante su presencia. De esta forma inspirarás lo mismo.

5.5.5. AGENDA DEL CIERRE

Una vez la reunión va llegando a su final, todo está planteado, expuesto y el candidato muestra su intención de retrasar un adelanto de respuesta con frases como "bueno...", "estas hojas son para mí ¿verdad?", intentado decir que a los largo de unos días lo revisará.

Un buen vendedor nunca se levanta sin un compromiso, no hablo de que el candidato compre en ese momento —eso es descortés, molesto y hasta violento— hablo de agenda, hablo de que nadie se debe levantar mientras no se toma buena nota de cuándo se vuelve a hablar. Dalo por sentado, nunca hagas preguntas abiertas que te dejen fácil su no, es diferente preguntar: "¿Le parece que mañana por la tarde hablemos?" o "¿lo ve usted interesante?".