



VENTAS DE TANGIBLES

[Este Documento representa una pequeña parte del Manual que recibe cada Participante](#)

[Vea el Temario del Curso - Solicite aquí su Cotización](#)

...NEGOCIACION: CONCEPTOS

“La negociación es un medio básico para lograr lo que queremos de otros”.

“La negociación es una comunicación de doble vía para llegar a un acuerdo cuando personas comparten intereses en común, pero que también tienen algunos intereses opuestos”.



PORQUE COMPRAMOS

Porque a través de nuestro razonamiento llegamos a la **comprensión** y la **convicción** de que ese producto o servicio, nos reporta un beneficio. Es decir, yo gano algo más.

Requisitos:

1. Comprensión: Que el cliente comprenda lo que le digo.
2. Convicción: Que el cliente crea lo que le digo.
3. Percepción de un beneficio.



Para entender la percepción de beneficio debemos hablar de las necesidades, pero estableceremos dos tipos diferentes de ellas.

NECESIDAD



- **Lógica:** Es aquella que nace del uso normal y general que tiene un producto o servicio, para un gran número de personas y a través de ese uso, es por donde esas personas, perciben el beneficio.

Ejemplos:

- El Televisor nos sirve a todos para ver y escuchar algún programa que se transmita.



- Yo compro fideos porque normalmente sirven para alimentarme.
- Un auto nos sirve para trasladarnos de un lugar a otro.
- **Emocional:** Es aquella que nace del uso particular que cada individuo le asigna a un producto o servicio, y es a través de ese uso, que ese cliente, percibe el beneficio.

Ejemplos:

- El Televisor me sirve para ver mi programa favorito que son películas de ciencia ficción. El programa favorito para Ud., son las noticias. Para Ud. es ver carreras de autos, etc.
- Yo, compro fideos para que mi hija realice un trabajo manual en el jardín infantil y se saque una buena nota.
- Yo compro ese auto porque tiene más elementos de seguridad, de tal manera que si choco o me chocan, protejo mejor mi vida.



Como conclusión, debemos saber que siempre nuestro comportamiento de compra al igual que el de nuestros clientes, está motivado (determinado) por las necesidades emocionales y el asunto es que cada individuo, tiene o puede tener necesidades emocionales diferentes.

Por lo tanto, si quiero llegar a una buena negociación o venta, debo primero averiguar cual o cuales son las necesidades emocionales de ese cliente en particular, pasando a ser esa necesidad el "Beneficio o Ganancia", para ese cliente.

Y la única forma de averiguar esa necesidad emocional es "preguntando", es decir, usando la Técnica de la Entrevista o Ingeniería del Acuerdo....

