

## **MEJORES PRÁCTICAS EN EL PROCESO DE VENTAS**

El éxito en la actividad aseguradora depende del adecuado proceder del promotor durante el proceso de ventas. Para ello es esencial su empatía con el potencial asegurado y la búsqueda de su total satisfacción una vez adquiridos los productos o servicios.

Chip Bell y Ron Zemke, expertos en el campo de ventas, comparten algunos consejos al respecto:

### **1. Conozca íntimamente a sus clientes**

Es importante escucharlos de manera personal, entenderlos y responder a sus necesidades y expectativas, aún en los casos en los cuales cambien de parecer. Después, debe asegurarse de que todos en su equipo hagan lo mismo y que estén motivados para lograr idénticos fines.

### **2. Construya una visión de servicio que todos vean claramente**

Se puede articular y vivir la mentalidad de servicio al cliente, tanto frente a ellos como en su ausencia. Su visión de servicio debe ser fácil de entender, estar escrita y ser verificable. También debe contar con sistemas de medición, como encuestas, buzón de sugerencias o reclamos, para comprobar su eficacia y poder compararla con la de la competencia.

### **3. Haga “gratificante” el proceso de entrega de servicio**

Un proceso de entrega de servicio bien diseñado hará que sea más fácil para los clientes hacer negocios con la empresa. El proceso debe ser amigable con los empleados y con los clientes, así como contar con mecanismos de retroalimentación para corregir los resultados inadecuados o indeseables.

### **4. Entrene continuamente al personal**

Los líderes empresariales han entendido que mantener a todos sus trabajadores actualizados en tecnología, en conocimientos vinculados a su actividad empresarial y destrezas laborales facilita el manejo de los aspectos críticos del negocio, incluyendo la adecuada comprensión de las exigencias de los clientes.

Seguir estos útiles consejos los ayudará en el proceso de ventas sólo si conocen y aplican el concepto de *empatía empresarial*. Pero, ¿qué es la empatía? Es la capacidad que posee una persona para entender las preferencias y hasta el estado de ánimo de otro individuo. La empatía, en el caso empresarial, es un importante recurso

para quienes trabajan directamente con el público, ya que los ayuda a mejorar la atención brindada.

Para alcanzar un buen trato hacia el cliente, es importante destacar dos de los principales aspectos necesarios para lograr un buen proceso de empatía:

1) Reconocimiento del estado emocional del cliente. Para esto el promotor deberá preguntarse: ¿Qué está pasando por la mente del cliente? o ¿por qué se comporta de una determinada manera?

2) Aplicación de algunas de las técnicas básicas para lograr la empatía, como, por ejemplo, la conexión visual y la adaptación de su conducta a un nivel que sea mejor apreciado por el cliente. Es decir, si éste está alterado y habla fuerte, el asesor debe controlar su tono de voz a fin de no incrementar su posible molestia.

Igualmente, es aconsejable que el asesor utilice frases que le indiquen al cliente que lo entiende y lo puede ayudar. Por ejemplo: “yo en su lugar me sentiría igual, lo entiendo...”

Por último, leer e interpretar el lenguaje corporal del cliente. Sus movimientos y gestos pueden revelar inseguridad o duda en relación a la decisión que debe tomar. En ese caso, es aconsejable orientarlo, ayudarlo, asumiendo, por empatía, lo que realmente necesita.

En síntesis, la apropiada atención a los clientes permitirá que el éxito de la organización sea mayor y, a su vez, estimulará su crecimiento y expansión. Un cliente satisfecho es el resultado de un excelente proceso de venta llevado a cabo por un grandioso asesor.