

Artículo: LA CONGRUENCIA EN LAS VENTAS



Congruencia, es una palabra que tiene un alcance mayor del que en ocasiones se le da y va más allá de solo el tener y mantener elementos comunes, armónicos y alineados. Es un concepto que nos permite ponderar no solo el aspecto exterior y el comportamiento de una persona, sino incluso actitudes, conductas y sus decisiones.

Existe una frase coloquial que dice “en la vida no solo hay que ser, hay que parecer” y esto es importante en ventas. No solo hay que ser asesor comercial, hay que parecer asesor

Todo ser humano genera información, con sus palabras, con sus gestos, con sus actitudes, con sus acciones, decisiones y desde luego con su conducta. En el caso de un vendedor o asesor, esto se vuelve crítico, toda vez que esta conociendo permanentemente nuevas personas con las cuales interactúa y va estableciendo relaciones y desde luego generando comunicación de forma integral

Bien, antes de seguir déjeme poner un ejemplo que causó revuelo en la prensa internacional hace años y cuyo eje de comunicación fue la “congruencia”:

- Hace años las grandes armadoras tuvieron **serios problemas económicos** y los CEO´s de Ford, GM y Chrysler, acudieron con el presidente de los EUA, de ese momento, con el Sr. Obama, a pedirle un apoyo económico de 30 mil millones de dólares. Fueron duramente criticados por la prensa mundial porque los 3 CEO´s llegaron a la Casa Blanca en sus Jets privados, limousinas y con todos los lujos de grandes magnates. Y la pregunta fue generalizada **¿no que estaban en crisis?**

Se les olvido a estos CEO´s un pequeño detalle, en la vida no solo hay que ser, hay que también parecer

Por increíble que parezca, siempre les recomiendo a los vendedores el cuidar su imagen, lo que dicen, las decisiones que toman, su conducta, lo que proyectan, lo que hacen. Los clientes y prospectos se sienten más empáticos y cómodos con vendedores que son “congruentes” y se decepcionan de vendedores incongruentes, los cuales a veces no conocen bien sus productos y peor aun no los usan de forma personal.

Ahora bien, no existe una fórmula única de definir y explicar la congruencia. En ventas depende del tipo de venta que se realice.

- Si vendo productos de belleza y cuidado personal, debo de ser congruente con cuidar mi imagen personal, para ser congruente con los productos y servicios que comercializo
- Si vendo equipos de alta precisión, debo de ser congruente y llegar a tiempo y ser puntual en mis reuniones y en la entrega de información y compromisos con el cliente
- Si vendo equipos de tecnología, como son computadoras, tablets, smartphones, debo de ser congruente usando equipos electrónicos en mis presentaciones y realizando una comunicación online y con el uso de la tecnología. Sería muy incongruente usando el papel y medios tradicionales de comunicación.

Desde luego el concepto también implica a los Directores y Gerentes, si soy un líder voy a pedir a mis colaboradores enfoque al cliente y generar una cultura de servicio en la empresa, cuando soy el que menos lo hago. Es como una empresa a la cual le di una conferencia recientemente con el tema del ADN del Servicio al Cliente. Resulta que los directores de esa empresa querían un trato preferencial y prioritario incluso no respetando la fila de atención en donde estaban los clientes esperando

La “congruencia” en síntesis, es el conjunto de todo lo que hacemos. Profesionalizarnos como vendedores, es algo sobre el cual se debe de reflexionar y trabajar de manera personal. Partiendo de hacer conciencia sobre su importancia y preguntarnos ¿Cómo quiero que me vean mis clientes y prospectos? ¿Soy congruente? Lo que si me queda claro es que no existen fórmulas únicas o universales, pero si existen elementos clave o visibles, cómo, por ejemplo: El saludo, nuestra imagen, nuestra comunicación verbal y no verbal, los hábitos como la puntualidad, nuestra vestimenta, nuestra conducta en general, el alineamiento de objetivos y los elementos de apoyo que utilizamos, el conocer, incluso el usar nuestros propios productos y servicios. En síntesis, una oportunidad para mostrarse como un profesional en las ventas

FERNANDO VELASCO PINO; es Conferencista e Instructor Internacional en temas de Ventas, Servicio al Cliente, Motivación y Negociación; ha capacitado a más de 250,000 Ejecutivos y Empresarios, a más de 2,000 diferentes empresas, en más de 9 diferentes países de Latinoamérica; www.velascopeino.mx. Es el instructor que más equipos de venta ha entrenado en forma directa en México.

Enero 2018