



CÁMARA DE
COMERCIO
E INDUSTRIA
DE EL SALVADOR

MODULO I - LA MARCA PERSONAL

Programa incrementando la competitividad para la venta



La marca personal

La marca personal es la percepción que los demás tienen de ti. En el mundo laboral actual se ha convertido en un elemento clave para poder crecer profesionalmente. La marca personal es el modo en el que te vendes.

Por ello es importante prestar atención a lo que estás transmitiendo y trabajarlo.

En tu vida profesional, ¿crees que tus clientes, empleados, proveedores, potenciales clientes te perciben correctamente?

¿Crees que estás transmitiendo tu YO adecuadamente?

El cumplimiento de tus metas de ventas depende mucho de la imagen que transmites, de tu marca personal.

- La marca personal no es más que la percepción que los demás tienen de ti.
- En el mundo laboral actual se ha convertido en un elemento clave para poder crecer profesionalmente.
- Al final, la marca personal es el modo en el que te vendes ante los demás.
- La finalidad de la marca personal es la misma que la de la marca comercial: llamar la atención de nuestro público objetivo y ser reconocidos.

Imagen personal

La imagen personal es algo más que la mera apariencia. Es el conjunto de detalles como:

- La ropa que vestimos (Limpia, planchada, combinada)
- El perfume que usamos
- El maquillaje y los accesorios
- La barba bien recortada y el pelo bien peinado
- La actitud positiva
- El tono y volumen de nuestra voz

- Nuestros gestos
- La sonrisa con la que llegamos a la oficina cada mañana.

El Ejecutivo Profesional cuida cada detalle ya que éstos suma no restan. Asegúrate que tu **protocolo de imagen** hable bien sin palabras acerca de tu profesionalismo y te dé una excelente primera impresión a tus clientes.

El protocolo de imagen personal constituye un elemento diferenciador: la imagen, los buenos modales, la cortesía, la excelente comunicación fortalecen el respeto, profesionalismo y la seguridad para forjar comportamientos profesionales y cooperativos, que permiten generar y sostener negocios.

PROTOCOLO DE IMAGEN PERSONAL

1. Tu persuasión comienza con tu puntualidad

Si llegas tarde a la cita tu primera impresión sufrirá un daño muy grave. ¿Qué le asegura a tu cliente que cumplirás con lo que prometes u ofreces?

Para que llegues con puntualidad inglesa, procura llegar 10 min antes de la hora acordada, pues en lo que te anuncias y eres conducido por las oficinas hasta llegar al cliente podrían pasar varios minutos. En varias ocasiones el proceso de registro puede ser tardado, sé precavido.

En caso de que por cualquier circunstancia sepas llegarás tarde a la cita, lo primero que debes de hacer es “avisar y preguntar si aún pueden recibirte”; así muestras respeto por el tiempo de quien visitas.

2. Vístete para impresionar positivamente

Suele suceder que nos confiamos en que el cliente sólo evaluará la calidad del producto por sus propios beneficios, cuando en realidad asociarán la imagen de la marca con la imagen del vendedor, sólo que jamás dirán lo que pensaron al hacer esta asociación.

Sólo existe una única oportunidad para causar una buena impresión, así que ¿por qué desperdiciarla? Vístete para el éxito apropiadamente. No lo olvides, eres un profesional y debes lucir como tal.

3. Sé cordial y no olvides saludar a quien interactúe contigo

Cuando de negocios se trata toda interacción que realizas puede ser valiosa, así que no olvides que la buena educación y cortesía son bienvenidas en cualquier lugar. Saluda a cada persona con la que tu mirada se cruce y sonrío cordialmente, nunca sabes a quien acabas de saludar y podría tratarse del jefe del cliente al que visitas.

4. Da un saludo de mano firme y sonrío

Tu saludo profesional es muy poderoso y muchos ejecutivos creen que la venta comienza cuando hablan de su producto. Error. La manera en que saludas de mano muestra tu seguridad y confianza. Da un apretón firme (sin destrozarle los huesos y más si tu cliente es mujer) cuidando que tu mano y la de tu cliente embonen perfectamente, mira a los ojos y sonrío.

5. Elige muy bien en dónde sentarte

Esta regla es sumamente poderosa. El lugar que eliges para sentarte puede determinar el curso de tu venta, así que toma una buena decisión. Si tu cliente te recibe en su oficina elige la silla que te permita quedar de frente y sin ningún objeto que impida tu visibilidad. Si te conducen a una sala de juntas jamás te sientes en las cabeceras, pues están destinadas a los altos mandos de la empresa que visitas, elige uno de los asientos laterales que queden frente a la puerta, así tu cliente no se distraerá con cada persona que pase.

6. Jamás olvides tus tarjetas de presentación

Ir a la guerra sin fusil no tiene sentido. Tú tarjeta de presentación tiene un poder psicológico pocas veces valorado, pues representa tu profesionalismo al proporcionar tus datos de contacto y dar la primera impresión de la marca a la que representas. Deberás entregarla justo en el momento en que inicias el tema de negocios, no al final, como muchos acostumbran. Además de que la función de la tarjeta es “presentarte profesionalmente” te ayudará a no olvidar el nombre de tu cliente.

7. Dirígete siempre a tu cliente por su nombre

No existe sonido más persuasivo para tu cliente que su nombre. Antepón el Sr./Srita. a su primer apellido si no aparece su título en la tarjeta de presentación, si sabes el título menciónalo; por ejemplo “Lic. López”. Si tu cliente te ha pedido que lo tutees, ¡perfecto! podrás decir su nombre proyectándole mayor confianza, aprovéchalo. Recordar nombres es una de las habilidades más importantes para todo vendedor.

8. Haz tu presentación verbal en el momento perfecto

Dentro del protocolo de imagen en las ventas está el identificar el momento ideal para hacer la presentación verbal de tu producto o servicio. En ese instante tu seguridad debe eliminar todo aquello que afecta a una presentación de ventas: carecer de estructura,

muletillas, alargar las palabras, dudar, hablar en voz baja y monótona, y no ir al grano de manera sutil pero convincente.

Todo material audiovisual debe tener una presentación impecable, más si se trata de una muestra física de tu producto.

9. Cuida tu lenguaje corporal al estar sentado

Lo más importante es inspirar confianza, así que jamás ocultes tus manos debajo del escritorio mientras hablas, asiente con la cabeza cuando el cliente te exprese algo que para él es muy importante, en verdad escucha lo que está diciendo, evita ser de los ejecutivos que se enfocan en hablar y no en escuchar, al hablar de los beneficios cuida tu tono de voz, se alegre y optimista, inclina tu torso o acércate un poco más al escritorio cuando debas decirle el por qué debe comprarte a ti y, uno de los más obvios y a veces subestimado, mantén contacto visual al hablarle y escucharle.

Al despedirte, sin poner como determinante si te compró o no, cuida tu saludo de mano, vuelve a sonreír y mírale a los ojos. La actitud corporal del cliente te dirá sin palabras si te ha ido bien.

10. Al finalizar la cita agradece

Muy pocos ejecutivos profesionales tienen el gesto de agradecer el tiempo que el cliente les ha dado, así como el reconocer las atenciones brindadas, háyase tratado de un vaso de agua, una taza de café o té. En los negocios la cortesía y el saber estar hablan siempre sin palabras de un hombre o mujer profesional de alto nivel.

Logras identificar que otros puntos son importantes para conservar tu imagen profesional?
