



CÁMARA DE  
COMERCIO  
E INDUSTRIA  
DE EL SALVADOR

---

# MODULO I - LA VENTA MODERNA: EL ANTES Y EL HOY

---

Programa incrementando la competitividad para la venta



## La venta moderna: el antes y el hoy

Todos vendemos, queramos o no. No necesariamente vender un producto, podemos vender una idea, un concepto, una estrategia... y eso lo hacemos desde muy pequeños.

También es cierto que la figura del ejecutivo ha estado infravalorada, en parte porque muchas personas han llegado a la venta de manera accidental, porque se les da bien hablar con la gente y/o tenían un buen discurso.

### **Características que debe tener todo Ejecutivo Moderno**

- Profesional altamente especializado
- Considerará primero los beneficios del cliente ante que los propios.
- Detectará de manera eficaz el problema del cliente
- Tendrá valores éticos
- Buscará soluciones y no problemas ante cualquier situación
- Aportarán valor añadido a la empresa y al cliente

El ejecutivo profesional hoy en día no se limita simplemente a vender y brindar el servicio al cliente, sino que su tarea incluye un conjunto amplio de actividades que le permiten lograr determinados objetivos como:

- ✓ Captar nuevos clientes
  - ✓ Retener a los actuales
  - ✓ Mejorar la participación en el mercado
  - ✓ Establecer un nexo entre el cliente y la empresa
  - ✓ Contribuir a la resolución de problemas o conflictos
  - ✓ Administrar adecuadamente su cartera de clientes
- ✓ Integrarse a las actividades de marketing de la empresa que representa.
  - ✓ Conocer la profundidad de todos los productos y servicios que ofrece la empresa.
  - ✓ Conocer el mercado y la competencia.
  - ✓ Formarse constantemente para actualizar sus técnicas y estrategias de venta

## Las competencias del ejecutivo profesional



Los conocimientos técnicos acerca del producto o servicio son necesarios para cualquier profesional en ventas.

Sin embargo, existen diferentes habilidades que suponen un auténtico valor añadido para los profesionales de ventas.

¿Qué competencias son las máspreciadas en el mundo de las ventas?

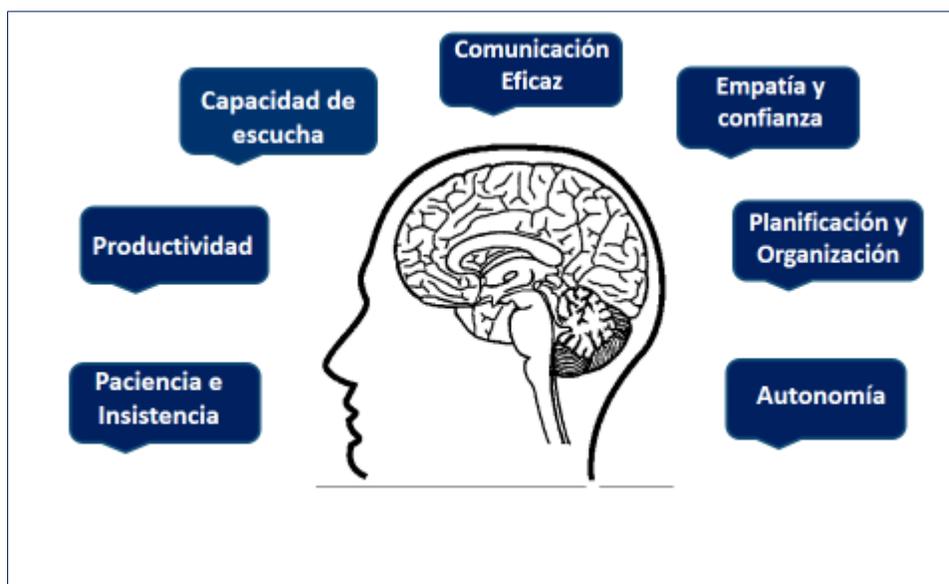
Todo buen ejecutivo profesional debe tener esta triple competencia técnica:

**Conocimiento técnico de su entorno de trabajo.** Es decir, debe conocer perfectamente sus productos o servicios, su mercado, su clientela, la competencia, etc.

**Conocimiento técnico.** De la venta en sí, así como de las posibles objeciones y como enfrentarla.

**Conocimiento técnico de la Gestión y la Economía,** De la capacidad para comprender los problemas de su empresa y clientela respecto al plano financiero, con la capacidad suficiente de adaptarse a los mismos, siendo capaz de hablar el lenguaje de una persona de negocios. En otras palabras, hay que ser capaces de asesorar a nuestros propios clientes.

## LAS COMPETENCIAS DEL EJECUTIVO PROFESIONAL



Los conocimientos técnicos, acerca de un producto o servicio, son muy valorados entre los ejecutivos de cualquier sector. Sin embargo, existen diferentes habilidades que suponen un auténtico valor añadido para los profesionales de las ventas. Estas son:

**Capacidad de escucha.** Ésta es una de las habilidades más buscadas entre los ejecutivos profesionales. Esta competencia supone una herramienta muy valiosa para el ejecutivo, ya que si el cliente se siente escuchado se puede establecer una relación duradera y de calidad. Es el primer paso para facilitar la comunicación y la relación comercial con el cliente.

**Comunicación eficaz.** Para un ejecutivo profesional es fundamental demostrar sus habilidades comunicativas. Se trata de

transmitir los mensajes necesarios de forma que el cliente comprenda de manera fidedigna, lo que el vendedor pretende comunicar, en cuanto al producto o servicio que comercializa.

**Empatía y confianza.** Para un ejecutivo es esencial lograr una buena sintonía con su cliente y generar un clima de confianza. Con la empatía, el ejecutivo consigue que su cliente se sienta valorado, ya que puede llegar a sentir que entienden sus necesidades y preocupaciones en relación al producto o servicio.

**Proactividad.** El ejecutivo profesional se anticipa, con iniciativa y energía, en su relación con el cliente y en su principal objetivo, que es el cierre de ventas. Esto se extiende a cuestiones clave como ofrecer nuevos descuentos, o productos o servicios alternativos, buscando, si cabe, nuevas necesidades del cliente.

**Paciencia e insistencia.** En el mundo de los negocios, se valora a las personas con una alta tolerancia a la frustración y, sobre todo, perseverantes e insistentes. Es habitual entre los ejecutivos que muestren una gran capacidad para crear un buen vínculo con el cliente pero que sin embargo no demuestran el interés necesario para cerrar de forma efectiva una venta.

**Planificación y organización del trabajo.** Además de la relación con el cliente, el ejecutivo tiene que demostrar una alta capacidad para gestionar su agenda y toda la documentación relacionada con las visitas, informes, etc. Ésta es una de las habilidades más buscadas entre los grandes ejecutivos, ya que es muy habitual que carezcan de ella.

**Autonomía.** Dado el carácter autónomo de la labor de ventas, es imprescindible que el ejecutivo sea capaz de mostrar independencia, tanto en la gestión de su propia agenda como en su relación con los clientes. Esto no contradice el hecho que todos los ejecutivos deben ser debidamente supervisados por los responsables.