



CÁMARA DE
COMERCIO
E INDUSTRIA
DE EL SALVADOR

MODULO III - TIPOLOGIA CLIENTES Y LOS MOTIVOS DE COMPRAS

Programa incrementando la competitividad para la venta



TIPOLOGIA DE CLIENTES

La tipología de un cliente no es estática, sino que cada persona puede variar en su conducta dependiendo del entorno y el momento en el que se encuentra.

Algunos tipos de clientes son los siguientes:

1. Cliente racional

Sabe lo que quiere y necesita.

Es concreto y conciso en demandas y opiniones.

Pide información exacta.



2. Cliente hablador(a)

Expone diversos temas incluso sin relación con la compra.

Se interesa por la opinión del vendedor.

Necesita que estén pendientes de él

3. Cliente reservado

Evitar mirar a los ojos

Procura mantener distancia con el ejecutivo de ventas

No exterioriza sus intereses ni opiniones

Busca información completa

Necesita tiempo para valorar y decidir



4. Cliente dominante

Necesita expresar sus conocimientos, mostrar superioridad y controlar la conversación.

Cree conocer los productos

Duda de la información ofrecida sobre productos y servicios de las soluciones aportadas

Exige mucha atención

Busca continuamente que lo elogien

5. Cliente indeciso

Muestra una actitud de duda e indecisión

Demanda gran cantidad de información para la toma de decisiones.

Necesita mucho tiempo para decidirse



6. Cliente impaciente

Siempre tiene prisa

Necesitan que le presten atención

Se pone nervioso mientras espera

7. Cliente agresivo

El cliente agresivo es sin duda la peor tipología que podemos encontrarnos. Se trata de personas que continuamente están de mal humor y **buscan una discusión** por algo que ha podido suceder y que no les ha gustado.



En muchas ocasiones pueden llegar a ser ofensivos y es necesario aplicar altas dosis de diplomacia con ellos.



8. Cliente reflexivo - metódico

Personas introvertidas, lentas de acción y reacción, orientada a las personas, tranquila y a veces indecisa, pero a pesar de ello **¡DECIDE!** Piensa mucho en su entorno cuando compra.