



CÁMARA DE  
COMERCIO  
E INDUSTRIA  
DE EL SALVADOR

---

## MODULO IV - DETECTANDO LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

---

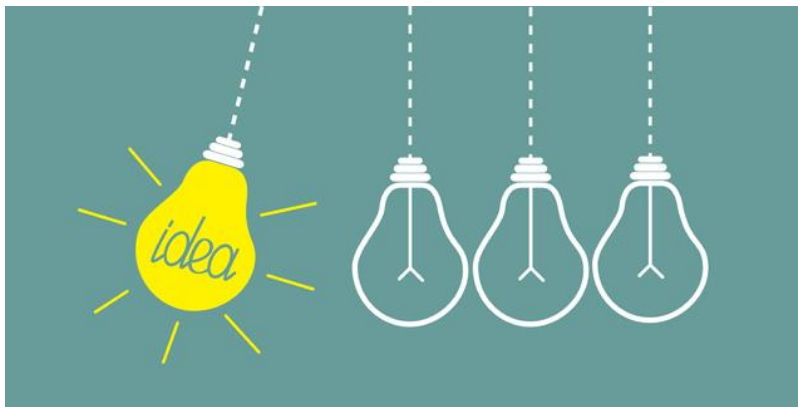
Programa incrementando la competitividad para la venta



## PARA QUE SIRVE CONOCER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

El propósito de cualquier empresa es hacer y conservar a los clientes y la única forma posible de hacer esto es saber:

### *Qué necesitan los clientes*



El propósito de cualquier empresa es hacer y conservar clientes, y la única forma posible de hacer esto es saber “qué necesitan los clientes”.

Pero a la hora de obtener esta información, se comete el error de preguntar mucho en lugar de escuchar más. La competencia cada vez es más difícil para las empresas y para los ejecutivos profesionales, es por ello que éstos deben estar mejor preparados y aplicar todos sus conocimientos, habilidades y competencias así como actitudes para el buen desempeño en las ventas, el secreto

del éxito son las personas que nos compran, aquellas que llamamos clientes.

Conocer al cliente, escucharle es fundamental para cualquier ejecutivo profesional. Las redes sociales pueden ayudarnos a comprender a nuestro cliente potencial para adaptarnos a sus necesidades.

Así mismo, no todos los clientes son iguales y deberemos fijar necesidades por cada segmento. La estrategia online y el marketing online son algunas formas para ayudarnos a identificar dichas necesidades.

Por un lado, crear una necesidad al cliente es impulsarlo hacia la adquisición de nuestro producto o servicio, pero además debemos responder a sus expectativas con la resolución de algún problema o la mejora de la vida de los clientes. El éxito de un Ejecutivo Profesional dependerá de la capacidad que tenga de identificar la necesidad del cliente y de la experiencia de compra o de obtención del servicio por parte del cliente.

El Ejecutivo Profesional hoy en día requiere:

- Estar mejor preparado
- Contar con conocimientos
- Perfeccionar habilidades
- Desarrollar competencias
- Buena actitud
- Para el buen desempeño en las ventas

Sin embargo, no solo se trata de satisfacerlo con un producto y/o servicio de calidad a un precio competitivo, sino también respondiendo a necesidades más sofisticadas que tienen una importancia clave y que, sin embargo, muchas veces no se tienen en cuenta.

Entre ellas, por ejemplo, anticiparse a las mismas, estar atentos a las necesidades inusuales, a los requerimientos particulares o, por ejemplo, cuidar la relación con el cliente en sus distintas facetas para que la compra o el servicio se conviertan en una experiencia positiva que satisfaga sus necesidades.

Usar activos intangibles para generar valor para el cliente aumentaría su satisfacción y, por ende, cubriría de forma más completa sus necesidades y avanzaremos en el proceso de fidelización, al tiempo que aumentarían nuestros ingresos.

En concreto, los ejecutivos profesionales que saben cubrir esas necesidades más elevadas e intangibles (necesidades de autoestima, afectivas, de realización personal, creativas, etc.) están recibiendo una creciente aceptación por parte de los clientes y éstos los refieren con sus allegados.

En esta era de la tecnología las redes sociales son un excelente insumo para saber qué es lo que el cliente requiere y buscar la forma de cómo podemos adaptarnos a esas necesidades.

