



CÁMARA DE
COMERCIO
E INDUSTRIA
DE EL SALVADOR

MODULO VIII - COMO NEGOCIAR LAS OBJECIONES

Programa incrementando la competitividad para la venta



ESTRATEGIAS QUE UTILIZAN LOS CLIENTES DIFÍCILES

1. Desgastar al ejecutivo de ventas
2. Buscan confundir al ejecutivo de ventas
3. Acortan los plazos
4. Aumentan sus exigencias
5. Mencionan a la competencia
6. Negocian en su oficina



“Un optimista ve una oportunidad en toda calamidad. Un pesimista, ve una calamidad en toda oportunidad”

]Winston Churchill

Las actividades de venta son en sí un claro y definido proceso de negociación interpersonal. Esto es tan evidente que son muchas las personas que evitan dedicarse a esa actividad, porque estiman erróneamente que las ventas son conflictivas y desagradables.

BARRERAS A LAS NEGOCIACIONES EXITOSAS

Las negociaciones no son confrontación: por el contrario de confrontación las negociaciones deben caracterizarse porque las partes trabajan conjuntamente para encontrar una solución, en lugar de que cada parte trate de ganar. La actitud que se tenga para negociar será la que determine el tono de la interacción

Tratar de ganar a toda costa: el punto de vista adecuado en una negociación es tratar de encontrar soluciones en las cuales todas las partes sean ganadoras. Hay que esforzarse por no ver la negociación, como un concurso que se debe ganar a cualquier precio. El peor enemigo en una negociación es perder la racionalidad.



No mantener algún grado de empatía: dado que en una negociación se trata de conseguir soluciones aceptables para ambas partes, es necesario entender las necesidades de la otra parte y sus deseos en relación con el asunto del cual se está tratando.

Enfocarse en la personalidad, no en el asunto específico: cuando la otra parte no nos agrada, tenemos la tendencia a enfatizar lo difícil que es tratar con esa persona en particular. Cuando esto ocurre, toda negociación se hace imposible.

Discutir no es parte de una negociación: cualquier discusión que se suscite en una negociación es contraria a los acuerdos que se espera. Los fundamentos de toda negociación deben basarse en hechos, no en opiniones.