

¿UTILIZAS PREGUNTAS PARA VENDER?



YoNoSeVender
Pero tengo que hacerlo

INDICE

Se puede preguntar de todo	3
Guiar al cliente	5
Cada pregunta tiene un objetivo	7
Tipos de preguntas	9
Organizar y Planificar tus preguntas	11
Yo no se vender	12



"A nadie le gustan los interrogatorios"

S E PUEDE PREGUNTAR DE TODO

Tenía un tío que siempre repetía; “no existen las preguntas tontas, sino las respuestas innecesarias”. Me reía mucho de su frase y me la quedé durante toda mi infancia.

Cuando crecí y estudié pedagogía me percaté que esa frase no venía a cuento en el aula y por lo tanto la desestimé por años. Ya era suficiente con que los propios compañeros de curso tildaran a alguien de tonto por cierta pregunta, lo que terminaba por enseñarle al estudiante que lo mejor era tener la boca cerrada.

Y ni hablar de cuando el profesor preguntaba. Se debía tener la respuesta correcta. Y la respuesta correcta era la que tenía el profesor en su cabeza... En resumen, en el colegio uno aprende a no preguntar y a adivinar rápido la respuesta que quiere el otro. De comprensión, poco o nada...

Cuando tomé el camino de la venta, fui aprendiendo que preguntar era una de las cosas que no podías dejar de hacer.

Los buenos vendedores, por su experiencia, saben la importancia que tiene hacer preguntas en la venta. Tan importante es, que Peter Drucker, hacia el final de su carrera, afirmaba que: “lo verdaderamente peligroso es hacer la pregunta incorrecta”. Es decir hacer la pregunta incorrecta es peor que tener una mala respuesta.

El problema es que no te enseñan a preguntar.

Mi generación era la de no hablar mientras los adultos estuvieran conversando. Así fue que aprendimos a callar por sobre preguntar. Aunque no todo fue tan malo. Debimos aprender a leer entre líneas o, como dijo el mismo maestro Drucker alguna vez: “a escuchar lo que no se decía”.

La generación posterior no fue excluida de la conversación en la mesa. Muy por el contrario, crecieron con el derecho de hablar y tener opinión de todo. Podían preguntar lo que quisieran, lo cual tampoco es que fuera solo ventajas. Si no pones cuidado con lo que preguntas podrías dejar una mala impresión o lisa y llanamente, podrían dejarte sin respuesta.

Entonces, ¿cómo hacer las preguntas correctas?, ¿qué puedo preguntar? Para que me ayude en mi proceso de ventas

Lo primero que tienes que saber es que efectivamente, **se puede preguntar todo**.

¿Dónde está la trampa? Hay tres cosas que tienes que saber en este momento:

1. **Debes ser respetuoso al preguntar.** Seguramente has intentado, alguna vez, preguntar por algo que sabes puede ser complejo para la otra persona. Seguro que piensas que si hay confianza será sencillo, lo cual es muy cierto. Y también es cierto que tus preguntas

van generando la credibilidad en tu interlocutor y, con ello, te ganas su confianza. Entonces, la próxima vez que quieras preguntar algo sensible o que pueda parecer incómodo a la otra persona, solicita su permiso para hacerlo. Un simple, “¿te puedo hacer una pregunta un tanto incómoda?” Podría ser suficiente. En otras, deberás ser todavía más sutil y adelantarte; “es posible que durante el proceso de ayudarte en lo que necesitas te haga algunas preguntas difíciles. Te advierto desde ya que estás en tu derecho de no responderlas o de indicarme si crees que se me ha pasado la mano”.

2. **Debes entender que alguien no quiera responder eso que le preguntas.** Y está bien. No todos queremos contestar siempre todo. Pero quizás lo más importante que debes aprender de eso es que no te responderá con “esa” pregunta, por lo que, si necesitas su respuesta, tendrás que hacerla de otra manera.
3. Otra cosa importante es que **aprendas a respetar los silencios.** No todos responden de inmediato. Piénsalo un momento. Seguro conoces personas que se toman su tiempo para responder. Quizá tu eres de ese tipo. Y entonces, debes saber que no está mal. Te cuento esto porque hay mucha gente que se pone muy incómoda cuando se produce un silencio en una conversación. Debes dar el tiempo suficiente para que la persona piense la respuesta que te quiere dar.

Si quieres saber más acerca de la importancia de las preguntas en el proceso de ventas te puede servir ver este video: <https://youtu.be/fJQB4dj2vnA>



PREGUNTAR PARA GUIAR AL CLIENTE

Quizá la parte más importante de hacer una pregunta es formularla de tal manera que el interlocutor nos quiera responder.

El mejor consejo que alguna vez recibí cuando aprendía de preguntas fue: “Nunca des la impresión de imponer criterio”

Y, ¿qué significa eso? Te estarás preguntando. Déjame que te responda con un ejemplo:

Seguro alguna vez has sido abordado por un vendedor y cuando le has dicho que ya tienes un producto de elección para eso, te ha preguntado algo así como: “¿Y le ha ido bien?” Esa es la típica pregunta en que el vendedor espera que te des cuenta del error y el comprador se da cuenta hacia donde lo quieren llevar y tiene dos opciones; se calla y le mira compasivamente o le indica, muy seguro de si mismo, “por supuesto que me ha ido muy bien”.

En el fondo, hacer una pregunta esperando que te respondan algo que tu quieres o necesitas que te respondan no está bien. De lo que debieras preocuparte es de comprender lo que está viviendo o sintiendo la otra persona. Idealmente debieras tomar la misma perspectiva que el para realmente poder ayudarlo. Y la única manera es que hagas las preguntas acertadas.

Y lo acertado hacer son preguntas que vayan permitiendo a la persona ir llegando a una conclusión que le permita tomar decisiones adecuadas.

“El vendedor no le dice al cliente lo que debe hacer, sino que lo guía, a través de preguntas, en el proceso de la mejor toma de decisiones para el”. Es otra frase que debes aprender si quieres llegar a ser un buen vendedor.

La pregunta que en este minuto ronda en tu cabeza puede ser del tipo: “todo esto está muy bien, pero ¿cómo se hace?”

Ya sabemos que debemos guiar al cliente y no interrogarlo ni imponer nuestro criterio en sus respuestas. Ahora veamos un caso para que nos quede más claro cómo podríamos guiar a un cliente con las preguntas:

Imagina que quieres vender un curso de idiomas. ¿Qué preguntas crees que le ayudarán a tu cliente a tomar una mejor decisión?

Seguramente la primera pregunta que se nos ocurra será: “¿Por qué quieres tomar un curso de idiomas? Esa es fácil.

¿Cuál debiera ser la segunda pregunta?

Acá la cosa se complica. La mayoría de las personas indican que depende de lo que responda en la primera pregunta, lo cual es bastante cierto. Ahora imagina cualquier respuesta mientras te pregunto: ¿y cuándo te gustaría hablar ese idioma? Ya sea que lo necesite para su trabajo o porque es un gusto personal que soñó desde pequeño, la pregunta aplica de la misma manera. Y fíjate que no le hemos preguntado ¿cuándo quieres iniciar el programa? Ya que esa

pregunta no sería para ayudarlo a tomar la mejor decisión pues lo centraría en la limitación del tiempo, mientras que la pregunta que hicimos lo ayuda a cumplir su sueño.

¿Cuál sería la tercera pregunta?

Nuevamente podríamos indicar que depende de la segunda pregunta, no obstante, independiente de esa respuesta, podría ser algo así como: “¿te imaginas hablando ese idioma? ¿qué mejoraría en tu vida al hablar ese idioma? ¿qué están diciendo las personas que te quieren al escucharte hablar así? ¿Cómo te sientes hablándolo?

En ningún caso hemos impuesto criterio al hacer las preguntas ya que hemos estado todo el tiempo intentando entender la importancia que tiene para la otra persona el poder hablar en ese idioma.

Un detalle muy importante que debes saber a estas alturas es que los buenos vendedores hablan mucho menos que los vendedores promedio. En serio, hay estadísticas que lo demuestran. ¿Cómo lo hacen? Fácil, van guiando al cliente con preguntas que los hagan hablar a ellos mientras se dedican a entender lo que realmente necesita la otra persona.

Ves que es simple.





ADA PREGUNTA TIENE SU OBJETIVO

Cuando la gente no sabe de ventas, tiende a pensar que los vendedores son tipos muy extrovertidos, que tienen el “don de la palabra” y una capacidad de improvisación única. La verdad no puede estar más alejada de ese prejuicio.

En la venta, la improvisación, en general es mala para los resultados. Es importante saber que necesitarás un poco de arte para vender. Pero debes saber que hay mucho de ciencia en esto. Bueno, y también un poco de deporte, si lo vemos como el ejercicio que debe hacerse a menudo para lograr la maestría.

Entonces, ¿en qué minuto, el vendedor, prepara sus preguntas? ¿cuándo está frente al cliente? ¿cuándo va camino a reunirse con el? ¿cuándo fija la reunión? La verdad es que las preguntas están confeccionadas mucho antes. Indistintamente del modelo de ventas que utilices, las preguntas se generan cuando estás preparando la venta, lo que generalmente se denomina análisis previo.

Lo recomendable es tener una batería de preguntas a las que recurrir en determinado momento.

¿Cómo se generan las preguntas? Lo mejor es que al formular la pregunta pienses en la respuesta que te podría dar el cliente. Muchas veces sucede que haces la pregunta esperando que te responda determinada cosa y te responde algo que no está siquiera cerca de lo que pensaste que iba a responder. Los vendedores promedio tienden a culpar al cliente por eso y lo tratan de pesado y otras cosas peores, cuando la verdad es que una pregunta bien hecha da poco lugar a una respuesta tan distante.

Imaginemos, por un momento, que estás a punto de cerrar una venta y el cliente te dice que lo tiene que pensar, ¿qué pregunta le harías?

- A) ¿te lo tienes que pensar?
- B) ¿porqué lo tienes que pensar?
- C) ¿qué es lo que tienes que pensar?

¿Por cuál te inclinas?

Ahí es donde empieza a tomar sentido el objetivo que tengas para formularla. Vamos a pensar un poco, ¿a qué respuesta me lleva cada una?

La alternativa A) me lleva a una respuesta de SI o NO, ¿es eso lo que quieres? Pues entonces esa es la pregunta que debes hacer. La alternativa B), por su parte nos lleva a que elabore una respuesta más larga, donde explique por qué tiene que pensarlo, ¿es eso lo que quieres? Pues

entonces ya sabes que debes hacer. La alternativa C), se parece a la B) en cuanto a que la persona tiene que explicarse, pero no en cuanto a por qué tiene que pensarlo sino en lo que tiene que pensar. ¿Es eso lo que quieres? Pues entonces no lo pienses más.

¿Te das cuenta? No es que una pregunta sea mala o sea “tonta” como decíamos de niño, sino que hay una pregunta que me lleva, de mejor manera, al objetivo que persigo.

El otro modo de generar la pregunta es pensando desde la respuesta del cliente. Como veíamos en el ejemplo del curso de idiomas, yo podría ayudarle mejor si entiendo cuándo necesita estar hablando fluidamente el idioma enseñado, entonces las posibles preguntas para eso son:

- A) ¿te ves hablando este idioma en 3 meses?
- B) ¿cuándo quieres comenzar?
- C) ¿cuándo te gustaría estar hablando ese idioma?

Nuevamente pareciera que las tres preguntas son muy similares, pero si piensas en la respuesta que quieres, solo una de ellas lo logra de la mejor manera.

Ahora puede que te estés preguntando, ¿y cómo logro saber si la pregunta está bien formulada? Hay un consejo que nunca falla: pregúntale a los niños. Si un niño, ideal de unos 10 a 12 años, te brinda la respuesta que esperabas para esa pregunta, quiere decir que lo has logrado.



Cada
pregunta
tienen su
objetivo

T IPOS DE PREGUNTAS

De acuerdo a la bibliografía que elijas, podrías fijarte en diferentes clasificaciones de tipos de preguntas.

En lo que todos parecen estar de acuerdo es en que la primera clasificación es entre preguntas abiertas y cerradas. Las segundas son aquellas en que la opción de respuesta es muy acotada. En general se circunscriben a responder si o no. Por su parte, las preguntas abiertas, requieren de más elaboración por parte de quien las responde.

Las preguntas cerradas se utilizan para fijar o reforzar algún punto ya tratado o para precisar o no un rumbo de seguimiento de la conversación. Un ejemplo simple, ¿estamos de acuerdo entonces, en qué esto es importante para usted? Puede decir SI o puede decir NO, no hay más opción.

Las preguntas abiertas, en cambio, se utilizan cuando quieres obtener más información de tu cliente, por ejemplo, ¿porqué esto le ayudaría? ¿cómo piensa que esto podría ayudarle? ¿porqué piensa usted en esa solución? ¿qué otras soluciones han estado evaluando? etc. Como ves, son preguntas que no tienen límite para su respuesta.

Existe un tipo de preguntas intermedias entre ellas que se hacen llamar “de menú”, es decir, son más largas que si o no en su respuesta pero no den mayor elaboración de parte de quien responde: ¿usted le da más importancia a la calidad, al servicio, al precio o a la disponibilidad? Queremos saber un poco más y le pedimos al cliente que nos ayude a saber qué es lo importante para su toma de decisión.

Hay un tipo que no parece pregunta y es la llamada de “Continuidad” que nos sirve para que el cliente continúe explicando su postura. Es la típica, cuénteme más, o ¿entonces...? Lo bueno de este tipo es que el cliente no lo toma como pregunta sino como genuino interés del vendedor por saber más.

Un tipo parecido a este último son las preguntas de “eco” que, como su nombre lo indica significa replicar lo último dicho por el cliente y así, incitarle a explicarse más.

Otro tipo de pregunta son las “comparativas o de contraste” en que haces que tu cliente se explique sobre temas que quieres clarificar. Se utilizan, principalmente, cuando hay mención de una competencia y se establece una comparativa sobre las diferencias. Entonces, ¿en qué caso usted preferiría una solución sencilla o una más robusta?

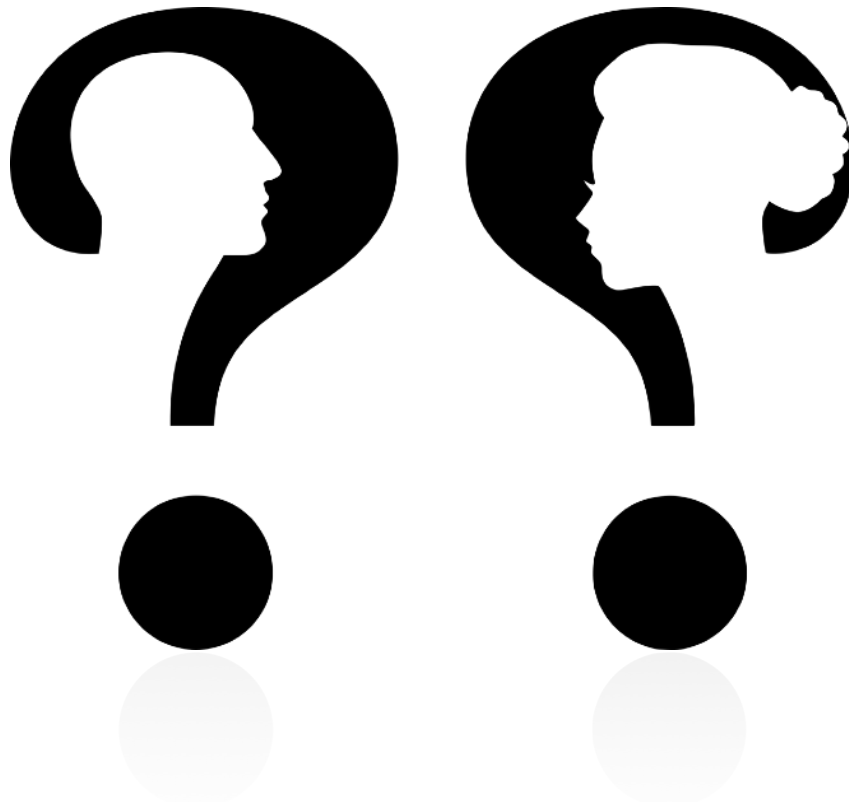
Otro tipo de preguntas muy útiles en ventas son las de “exploración” que se utilizan cuando uno no está totalmente seguro de haber entendido al cliente. Por ejemplo, se puede decir de la siguiente manera: “permítame ver si entendí, ¿lo que usted quiere decir es que...?”

Como puedes ver, hay diferentes tipos de preguntas de acuerdo como marche el proceso de ventas y a cómo sea tu interlocutor. En general se dice que con personas que hablan poco debemos usar las preguntas abiertas, mientras que con personas que hablan demasiado, debemos preferir las cerradas.

En el capítulo anterior vimos que las preguntas se establecen en el momento del análisis previo. Ahora que sabemos que hay diferentes tipos te sugiero que hagas al menos 10 de cada tipo para tener tu abanico de preguntas en un proceso de ventas.

Si estás pensando que son muchas preguntas, te consulto lo siguiente: ¿cuántas preguntas se hacen en una entrevista de ventas?

Según las estadísticas, los mejores vendedores hacen un promedio de **10,1** preguntas por conversación. Los vendedores promedio hacen solo **6,3** por sesión. ¿cuántas vas a hacer tu en tu próxima entrevista de ventas?



O ORGANIZAR Y PLANIFICAR TUS PREGUNTAS

Ahora que hemos visto la importancia de la preguntas te dejo las cosas más importantes que debes tener en cuenta para que te ayuden en tu proceso de ventas:

1. Genera un listado de preguntas relacionadas a tu solución y a tu cliente
2. Escribe las respuestas que esperas para esas preguntas
3. Realiza el proceso inverso, es decir, escribe las respuestas que quieres obtener y formula la pregunta que te daría esa respuesta
4. Lleva este resultado final a otras personas para que compruebes si recibes lo que escribiste. De preferencia no olvides hablarlas con tus hijos pequeños
5. Separa cada pregunta para cada etapa del proceso de ventas
6. Apréndelas de memoria
7. Ejercítalas solo, hasta que te salgan fluidamente
8. Ejercítalas con personas de tu confianza. Si te sientes bien, ya puedes ir al cliente.
9. Pon atención cuando las formules frente a tu cliente y anota el resultado que conseguiste
10. Haz el seguimiento de la pregunta, esto es: ¿sirvió? ¿debes cambiar algo? ¿desecharla?



YO NO SE VENDER



Hola, ¿cómo estás?

Mi nombre es Marcelo Zuñiga y estudié pedagogía hace muchos años.

Por alguna razón llegué a trabajar en ventas.

Tenía que vender y no sabía cómo hacerlo.

Sólo sabía que no quería ser de esos vendedores que presionan para que uno les compre. No quería pasar por el pesado insistente que no deja de hablar todo el rato.

¿Te pasa lo mismo? ¿quieres o necesitas vender pero no de cualquier manera?

Y si te dijera que existe una manera de vender sin sentir que estás presionando a la gente, ¿te interesaría aprenderla?

Y si te dijera, además, que es muy simple de aprender, ¿estarías dispuesto a intentarlo?

Si aprendieras a cerrar ventas sin insistir, ¿cómo te sentirías?

Hoy quiero ayudarte a que aprendas a vender ayudando a las demás personas.

Para comenzar puedes ingresar a yonosevender.cl y revisar todas los artículos que tengo para compartir.

Además, puedes inscribirte en el formulario de la misma página y te llegarán las actualizaciones a tu correo electrónico. Todo esto es absolutamente gratis. Y lo hago porque es algo que se hacer muy bien. Lo aprendí con más de 23 años de trabajo en ventas y mucha formación en el área. Es mi regalo para ti. Si te sirve, me sentiré más que retribuido. Si quieres que desarrolle otro tema de ventas o tienes dudas, indicamelo en el mismo formulario o envíame un correo a marcelo@yonosevender.cl y con gusto lo desarrollaré.

También puedes, si es más cómodo para ti, dar "me gusta" en la página de yonosevender en Facebook o suscribirte al canal de Youtube.

Todas las herramientas son para ti. Mi cruzada es hacer que la gente entienda la venta como lo que realmente es: una actividad inherentemente humana.

Si necesitas ayuda para aplicarlo al vender TU solución, contáctame: estaré feliz de reunirme contigo y ayudarte.