

10 claves para convencer y persuadir a tus clientes



Persuadir a comprar o contratar nuestros servicios es una de las habilidades más relevantes para aumentar nuestras ventas.

"No sólo actuamos de acuerdo a cómo somos, (y lo hacemos), también somos de acuerdo a cómo actuamos. La acción genera ser. Uno deviene de acuerdo a lo que hace".

Rafael Echeverría

Es común escuchar a emprendedores y emprendedoras que señalan que no saben vender, que no tienen las competencias y que les complica enfrentarse a un cliente. Pero, ¿qué pasaría si en vez de pensar en vender, piensas en "comunicar ideas para convencer y persuadir a otras personas"? Persuadir es influenciar o motivar a alguien con argumentos, a querer hacer algo que queremos, pero instando a que la decisión sea tomada por sí mismo.

Prueba las claves que te entregamos a continuación para potenciar tu actividad comercial.

1. Gestiónate tú primero

Para comunicar con efectividad es necesario entrenar las habilidades comunicacionales (hablar, escuchar, empatizar, entre otras). Preocúpate de cómo expresas tus ideas en cualquier momento, fíjate en las reacciones de los demás y crea un plan de acción para potenciar una habilidad por semana.

2. Conoce los beneficios y las debilidades de tu producto

Debes manejar mejor que nadie esta información. Estudia a la competencia, tu propuesta de valor, las tendencias del mercado, datos de la contingencia, todo lo que se pueda transformar en un argumento de venta.

3. Estudia el perfil de tu cliente e identifica lo que hacen

Si hay algo que seduce a cualquiera es que nos interesemos por ellos. Prepárate antes de tu reunión buscando información, y en la cita, realiza preguntas para obtener más detalles y usarlos a tu favor.

4. Demuestra que eres experto en lo que haces

Mostrar una imagen especialista y profesional, es vital para dar una buena impresión. Recuerda elegir tus palabras, tu vestuario y los elementos de marketing para transmitir seguridad, seriedad y solidez.

5. Hazlo sentir especial, sé amable y respetuoso

Concéntrate en la conversación con ese cliente. Sonríe, mira a los ojos y utiliza frases como: "que interesante lo que comentas", "eso te debe hacer sentir orgulloso", "me encantaría que hiciéramos negocios". Demostrarle empatía y curiosidad hará que conecte aún más contigo.

6. Escucha activamente, haz silencio y apaga tus pensamientos

Deja de pensar en lo que vas a decir y escucha lo que dice tu cliente.

7. Sintoniza con cada persona y utiliza sus palabras

Repetir algunas palabras o frases que ha dicho tu cliente, sobre todo cuando describes características de tu producto, además de hacerle sentir que lo escuchaste, percibirá que han sintonizado. Esto le hará sentirse más en confianza contigo.

8. Cuida tu lenguaje no verbal y paraverbal

Seguro has escuchado que el 90% del impacto comunicacional es no verbal, por eso debes usar gestos que transmitan seguridad, expresiones faciales amables y posturas corporales que comuniquen confianza. Debes hacer énfasis en palabras claves, asentir continuamente, y evaluar si es válido usar tecnicismos o si debes usar un lenguaje más simple.

9. Comunica las cualidades de tu producto con emoción

El 80% de las decisiones que tomamos son estimuladas por alguna emoción, tal como lo señaló el Premio Nobel de Economía del año 2002, Daniel Kahneman. Puedes usar palabras que motiven como: "descubrir", "inspirar", "ganar", "crecer", entre otras; mencionar cómo tu producto o servicio solucionará el dolor de ese cliente y recuerda transmitir entusiasmo al decir lo que haces.

10. Muestra testimonios o evidencia

La frase "ver para creer" es más que cierta, es por eso que obtén testimonios de otros clientes, resultados, fotografías y videos que demuestren la experiencia que ofrece tu servicio, o ten a la mano cuadros comparativos con servicios similares. Mientras más preparado estés, mejor impresión dejarás en tu cliente.

Por supuesto, no puedes olvidar que no hay nada más persuasivo que una sonrisa. No menosprecies el poder de una sonrisa, ya que como descubrió Robert Provine: "la risa tiene menos que ver con chistes e historias divertidas y más con la creación de relaciones; sólo el quince por ciento de nuestra risa tiene que ver con chistes" (Pease, 2006).

Y recuerda que, si tú crees en lo que dices, sabes lo que haces y comunicas lo que sientes, estás a un paso de recibir el Sí de tu cliente.

Juan Pablo Iriarte Uribe

Actor y Facilitador de habilidades expresivas y emocionales

Docente de Oratoria - Ingeniería Civil Industrial, U. de Chile

Santiago, 23 de junio de 2020

*Fuente consultada: Allan y Barbara Pease, *El lenguaje del cuerpo*, Editorial Amat, Barcelona, 2006*