



Observatorio de Recursos Humanos

01.08.16

## Autoconfianza, valor real del producto y discurso eficaz, las tres claves del proceso de venta



El empoderamiento y la confianza en uno mismo son dos de las claves para conseguir una buena venta. **Medialuna** ha analizado con directivos comerciales los factores que aseguran el éxito a la hora de vender un producto o servicio en España, así como las principales dificultades para afrontar los procesos de venta.



Asistentes a la jornada del pasado 5 de septiembre celebrada en Madrid.

Durante la sesión ‘Sin Vergüenza. Comunicación para vender’, impartida este mes de julio, se han detectado **tres factores de éxito: “Amarse a sí mismo, valorar la oferta y construir un discurso eficaz”**.

Los directores de ventas que acudieron a la jornada, pertenecientes a empresas de cosmética, papelería, automoción, formación..., están de acuerdo en que les cuesta sintetizar para mostrar el verdadero valor que tiene para el comprador el producto o servicio que ofrecen. “A veces nos da vergüenza vender. Los comerciales estamos mal vistos en España”, coincidían los asistentes.

“España tiene un problema de ventas, es decir, de confianza y hay que solucionarlo urgentemente”, aseguró **Mercedes Pescador**, creadora del método ‘Sin vergüenza’ y fundadora de Medialuna.

Durante la jornada tuvieron un papel destacado las habilidades emocionales y las técnicas de comunicación en el proceso de ventas, dos elementos que se pueden adquirir. Medialuna señala el método ‘Sin Vergüenza’ como medio para lograr las cualidades más necesarias: **escucha activa, empatía, autoconocimiento y la capacidad de mostrarse como un colaborador**. Está claro que para cualquier objetivo comercial es necesario entrenarse y practicar, solo de este modo sabremos cuáles son las habilidades a mejorar.

“La mayoría de los líderes, en cualquier ámbito de la vida, muestran una gran confianza en sí mismos”, comentó Pescadero, a lo que añadió que “**no puedes vender aquello en lo que no crees**; y si lo haces estarás actuando en contra de tus propios valores y acabarás fracasando”.

#### PRINCIPALES OBSTÁCULOS DURANTE EL PROCESO DE VENTA

- El factor **tiempo**: “Ahora me es imposible”.
- El **precio**: “No cuento con presupuesto”.
- La falta de **necesidad**: “No veo qué puede aportarme este producto”.

Durante la jornada tuvieron lugar diversas prácticas que ejemplarizasen la teoría, con diferentes escenarios y situaciones, aportando soluciones y convirtiendo esas objeciones comunes en oportunidades de venta.

Para los interesados, Medialuna volverá a impartir, el próximo **5 de septiembre**, una nueva sesión del taller ‘**Sin Vergüenza. Comunicación para vender**’. Para más información contacta con [escuela@medialunacom.es](mailto:escuela@medialunacom.es)

<http://www.observatoriorh.com/gestion/autoconfianza-valor-real-del-producto-y-discurso-eficaz-las-tres-claves-del-proceso-de-venta.html>

**02.08.16**

## Claves para el éxito en los procesos de ventas

MARTES, 02 DE AGOSTO DE 2016 14:11



Recursos Humanos RRHH Press. ¿Qué factores determinan el éxito a la hora de vender un producto o un servicio en España? La consultora **Medialuna** ha identificado tres durante la sesión '*Sin Vergüenza. Comunicación para vender*', impartida días atrás a directores comerciales de diversas compañías: "*Amarse a sí mismo, valorar la oferta y construir un discurso eficaz*".

Las emociones ocupan un espacio destacado en cualquier proceso de ventas, según los expertos: "*Si no valoras lo que ofreces o no crees en ti, nadie lo hará*", asegura **Mercedes Pescador**, creadora del método '*Sin Vergüenza*' y fundadora de Medialuna; "*para aumentar las ventas hay que empoderarse*", asegura.

¿Cuáles son las mayores dificultades en los procesos de venta y qué influye en su efectividad? Directores comerciales y jefes de ventas de empresas diversas especializadas en cosmética, papelería, automoción y formación, están de acuerdo en algunas de ellas: "*Nos cuesta sintetizar, mostrar el verdadero valor que tiene para el comprador nuestro producto o servicio. A veces, nos da vergüenza vender. Los comerciales estamos mal vistos en España*", apuntaron algunos asistentes al taller de expertos en ventas impartido por Medialuna en Madrid.

"*Sin embargo, comercial es el trabajo más creativo y necesario en cualquier empresa*", coincidieron todos. "*España tiene un problema de ventas, es decir, de confianza, y hay que solucionarlo urgentemente*", comentó Pescador.

### **Personalidad y emociones, claves**

Las habilidades emocionales y técnicas para mejorar la comunicación en el proceso de ventas pueden adquirirse. Medialuna ha creado un método de aprendizaje llamado '*Sin Vergüenza*' para lograr cualidades tan necesarias como la escucha activa, la empatía, el conocimiento de uno mismo y la capacidad para mostrarse a los demás como un colaborador, en cualquier proceso de ventas.

Diversos estudios muestran que un hábito puede asimilarse al cabo de 21 días practicándolo de forma constante. "*El ensayo y la práctica son entrenamientos necesarios*", aseguran desde Medialuna, "*y lo hemos puesto en marcha para mejorar los resultados comerciales en cualquier organización*". En este sentido, "*la mayoría de los líderes en cualquier ámbito de la vida muestran una gran confianza en sí mismos*".

Para lograr cualquier objetivo comercial es preciso entrenarse, practicar y mejorar las habilidades de comunicación y la relación con uno mismo. *“Nosotros somos la principal herramienta en cualquier proceso de venta. Si no creemos en nosotros mismos, nadie lo hará”*, asegura Pescador.

Esta es una faceta que requiere entrenamiento y reflexión, según el grupo de directivos comerciales que asistió a la sesión de Medialuna. *“No puedes vender aquello en lo que no crees; y, si lo haces, estarás actuando en contra de tus propios valores y acabarás fracasando”*.

### **Objeciones más comunes**

Durante la sesión, los expertos y veteranos comerciales analizaron las objeciones más comunes en el proceso de venta por parte del potencial comprador: El factor **tiempo** (*“ahora me es imposible”*), el **precio** (*“no cuento con el presupuesto”*) y la **falta de necesidad** (*“no veo lo que este producto puede aportarme”*).

Medialuna realizó durante la sesión diferentes ensayos y discursos enfocados a gestionar eficazmente diferentes escenarios y situaciones, aportando soluciones y convirtiendo esas objeciones comunes en oportunidades comerciales.

Las emociones son determinantes, tanto como la autenticidad, según los asistentes: *“Si no amas lo que vendes, debes tomar decisiones. Nunca intentes vender nada en lo que no creas, porque podrás hacerlo una vez, dos o tres, pero acabarás fracasando”*, argumentaron desde Medialuna.

Por último, algunos de los asistentes explicaron el valor de la comunicación no verbal y de la voz, uno de los elementos de comunicación determinantes en procesos de venta telefónica.

[http://www.rrhhpress.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=34613:claves-para-el-exito-en-los-procesos-de-ventas&catid=45:miscelanea&Itemid=159](http://www.rrhhpress.com/index.php?option=com_content&view=article&id=34613:claves-para-el-exito-en-los-procesos-de-ventas&catid=45:miscelanea&Itemid=159)