



## LOS MODELOS DE ASESORÍA

Por Carlos Alberto Mejía C.  
Consultor / Gerente

Frecuentemente las empresas acompañan su solución de producto con niveles de información y asesoría a los clientes, como parte de su propuesta de valor. Existen diversidad de formas o modelos para llevar a cabo este propósito, las cuales dependen del tipo de producto, las características del cliente y la intensidad de la relación que se desee tener.

Vamos a examinar algunos de esos modelos:

### 1. Modelo centrado en el trámite

En este caso estamos al frente de la sola información que se proporciona al cliente relacionada con el trámite necesario para adquirir el producto o servicio que desea. Supone este modelo que existe un gran conocimiento por parte del cliente sobre el producto, por lo cual no requiere mayor asesoría en su decisión. El cuidado que hay que tener es que el trámite sea bien entendido y quede bien hecho para que la compra se perfeccione.

**Sin lugar a dudas, lo que los clientes están buscando son trámites sencillos y tiempo de respuesta oportuno, por lo tanto, la atención diligente del encargado ayudará mucho a generar satisfacción por parte del cliente, quien lo tomará como un hecho de valor, inductor de sentimientos de recompra.**

### 2. Modelo centrado en el producto

Cuando el producto presenta algún nivel de novedad o complejidad para el comprador, se requiere hacer énfasis en sus características y cualidades, de tal forma que esta labor garantice la aceptación y la decisión final de compra.

El principio en este caso es que ninguna de las características del producto, aunque parezcan obvias, debe omitirse ante el cliente. **La exposición de buenas razones sobre las bondades del producto generará sentimientos de seguridad y valor para el cliente dentro de sus expectativas y la sutil comparación con los productos competidores o sustitutos, permitirá resaltar las ventajas de lo que se va a comprar, lo cual será agradecido por el cliente.**

[www.planning.com.co](http://www.planning.com.co)



LA ESTRATEGIA  
DEL CONOCIMIENTO

El entrenamiento de los vendedores o asesores, en este caso, exige un conocimiento extenso del producto propio y el de la competencia, a más de los trámites referidos en el método anterior. Frecuentemente el cliente, además de las características del producto, quiere conocer algo (o mucho) de la empresa vendedora y ésta será otra materia del entrenamiento del equipo de ventas.

El vendedor tendrá, por tanto, que confirmarle al cliente su necesidad o expectativa a través de las características del producto o servicio que va a adquirir e inducir la decisión de compra.

### 3. Modelo centrado en la oportunidad

Cuando existe variedad de productos, la labor de los vendedores es descubrir las reales necesidades y especificaciones de compra de su cliente para suministrarle el producto adecuado con la argumentación correcta. Si esta labor no se hace con profesionalismo, se puede perder la venta. **Con el ánimo de vender más, muchos vendedores terminan por ofrecer lo que no es, lo cual puede generar desconcierto e insatisfacción en el cliente, eliminando su decisión de compra.**

El análisis de la oportunidad y la real necesidad del cliente es un proceso de asesoría y conocimiento del cliente más elaborado que en los casos anteriores, donde hay que identificar muy bien las motivaciones de compra, la capacidad de compra, la disposición de compra, las alternativas de uso, el tipo y variedad del bien realmente necesitado, lo cual lleva a un conocimiento mayor del cliente y sus inclinaciones de compra.

### 4. Modelo de acompañamiento

Algunos productos requieren de relaciones frecuentes con el cliente, por lo cual se crea una relación continua entre el vendedor y su comprador, que parte del mutuo conocimiento y permite generar sentimientos de confianza y seguridad.

Sin embargo, el conocimiento del cliente debe ir más allá de la propia circunstancia y motivación de su compra, la atención a sus inquietudes o reclamos y la invitación a nuevas compras, versiones o innovaciones, es necesario conocerlos en sus características y conductas para poder relacionarse en forma personal y única.

En este caso es vital la generación de confianza, para que el cliente sienta la continuidad de la relación y la conveniencia de la misma. **Un buen vendedor o asesor, debe venderse a sí mismo, tanto como los productos o la empresa que el representa.**

### 5. Modelo consultivo asesor

Es la circunstancia más avanzada, donde se requiere un profundo conocimiento del cliente, su entorno, sus aspiraciones, los intereses derivados de su ciclo de vida, posiblemente su familia, aficiones y ocupación, con buenos niveles de detalle. El objetivo en este caso no es sólo el acompañamiento del cliente, es también el diseño de una solución específica para él, según con su propio interés y circunstancia, dentro de la multiplicidad de posibilidades que la empresa ofrece.

[www.planning.com.co](http://www.planning.com.co)



**Los modelos consultivos se refieren a relaciones complejas, productos diversos, continuidad en la relación y gran vocación de permanencia.**

Es la situación de verdaderos profesionales no sólo en ventas, también en asesoría y conocimiento del cliente, su psicología y conducta, para poder asistirlo y generar la mejor solución para él, la cual será diferente de la que se ofrece a otros clientes. Cada cliente es un universo de relación, duración y atención.

En conclusión, **existen diversos modelos de asesoría e información que las empresas pueden adoptar, generando con ellos una mayor percepción de valor en los clientes y quizás la diferencia frente a otros competidores.**

Junio de 2007

Copyright © Planning S.A. Todos los derechos reservados.

## Acerca de Planning

Si desea conocer más sobre este tema, [pulse aquí](#)

Planning S.A. es una empresa privada colombiana que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.

### Servicios

Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los links:

▪ [Consultoría](#) ▪ [Sistema de Inteligencia Monitor](#) ▪ [Sistema de Inteligencia Planner](#) ▪ [Otras publicaciones](#)

### Recomienda a un amigo

Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#), para entrar a la página de referidos.



Si quiere cancelar su suscripción, [pulse aquí](#), y será removido de nuestra base de datos.

[www.planning.com.co](http://www.planning.com.co)