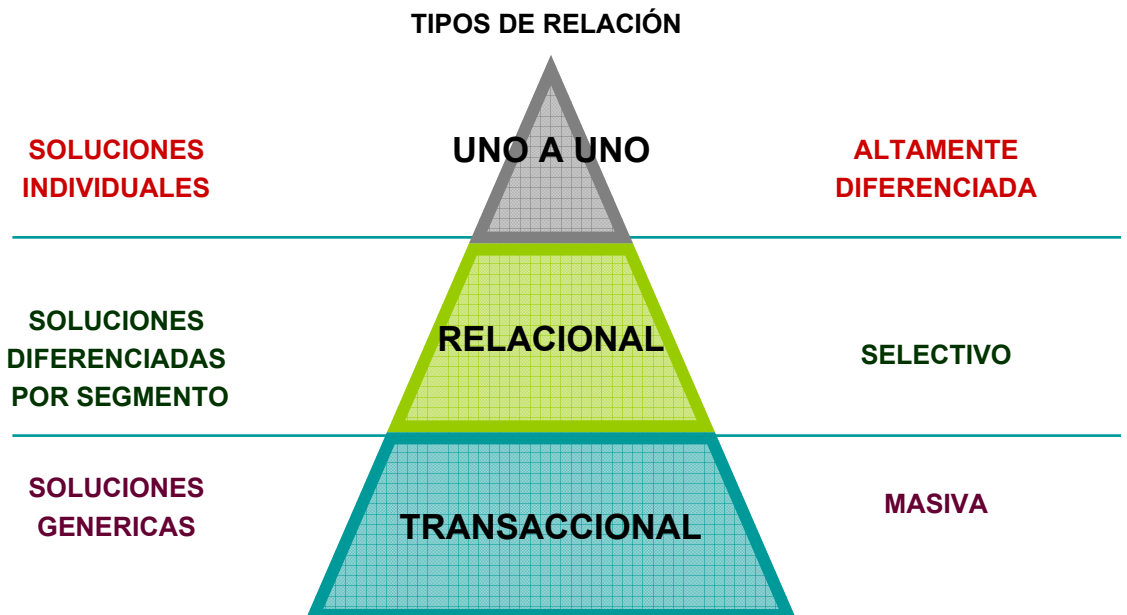




## LAS VENTAS CONSULTIVAS

Por Carlos Alberto Mejía C.  
Consultor /Gerente

En el argot de las ventas se suele hablar de tres tipos de ventas: transaccionales, relacionales y uno a uno, como se muestra en el gráfico:



Veamos que significa cada una de ellas:

### 1. Las ventas transaccionales

Se refieren al tipo de ventas masivas, donde los productos se toman como se encuentran, es decir, son productos genéricos, iguales para todos los públicos y no admiten mayor interacción del vendedor con el comprador. Son los llamados productos de “góndola”. Como ejemplo puede citarse las ventas en un supermercado. El contacto entre el vendedor y el cliente es circunstancial y no requiere permanencia.

## 2. Las ventas relacionales

Se refieren al caso en el cual existe una interacción entre el vendedor y el cliente, como condición de la venta. El vendedor interviene para asistir al cliente, conocer sus necesidades, interpretar sus gustos y ofrecerle el producto adecuado de la gama disponible. Un buen ejemplo sería el concesionario de vehículos. Esta venta empieza a ser personalizada. El contacto cliente-vendedor es ocasional, pero requiere alguna permanencia aunque no sea frecuente, se busca que genere lealtad y recompra.

## 3. Las ventas uno a uno

Se trata del caso en el cual el vendedor debe estudiar extensamente las necesidades del cliente para “diseñar” una solución que cumpla con sus especificaciones. Su propósito es conocer detalladamente al cliente, sus necesidades y aspiraciones y/o su cadena de valor, para ser capaces de encontrar la solución adecuada a partir de las capacidades de productos y servicios disponibles. Este tipo de venta, por ejemplo, se encuentra frecuentemente en los servicios de los operadores logísticos o los servicios bancarios de banca privada. Esta venta es totalmente personalizada, la relación entre el vendedor y el cliente es estrecha, frecuente y se basa en el mutuo conocimiento y confianza. En algunos casos se trata de verdaderas soluciones hechas “a la medida” del cliente, donde el proveedor se “vuelve” parte de la cadena de valor del cliente.

A medida que hemos ido agregando más intensidad de relación entre el cliente y el vendedor, nos acercamos al modelo de las ventas consultivas, donde el lema es “venderle al cliente lo que necesita, no lo que yo quiero vender”, es decir, conocer claramente las necesidades y motivaciones del cliente para poder servirlo en la forma en que lo requiere, buscando con ello suministrarle la máxima satisfacción y la mayor percepción de valor.

En contraprestación, la empresa vendedora obtendrá la mejor relación con su cliente, para extender su permanencia, potenciar o profundizar su realización económica y generar lealtad y recompra. En algunos casos el proveedor llega, inclusive, a compartir los beneficios del cliente con la solución adoptada, estos son los llamados modelos de pricing.

**El vendedor consultivo cumple, entonces, con cuatro papeles diferentes, así:**

### A. El vendedor persona

Es decir, la propia persona del vendedor en cuanto a los niveles de confianza, empatía y simpatía que sea capaz de desarrollar para el cliente. Se dice frecuentemente “el que primero se vende es el vendedor”, sin esta condición, por más que tengamos un buen producto o servicio, la venta no podrá hacerse.

### B. El vendedor promotor

Se relaciona con las capacidades de convencimiento, persuasión y manejo de objeciones que debe desarrollar el vendedor para cerrar las ventas y generar la sensación del “buen negocio realizado”, el famoso esquema gana - gana. Esta habilidad incluye las técnicas de prospección y seguimiento del cliente para conocer por anticipado sus características y necesidades. Un vendedor, buen promotor, hace siempre una preparación extensa de sus visitas o interacciones con el cliente y allí radica parte de su éxito.



### C. El vendedor técnico - asesor

Es el conocimiento técnico propiamente dicho de los productos, servicios y valores agregados, la capacidad de entender las circunstancias y soluciones que el cliente requiere y adaptar la propuesta ofrecida a esas especificaciones, generando conocimiento, confianza y seguridad en el cliente.

### D. El vendedor estratega

El vendedor como estratega juega un papel dual. El primero para comprender el alcance de las soluciones entregadas al cliente y cómo se mejoran sus niveles de competitividad y posicionamiento en el mercado, es decir, cómo impacta la propuesta ofrecida a la propia estrategia del cliente.

El segundo, para entender y avizorar las oportunidades de negocios que pueden desarrollarse con el cliente a favor de su propia compañía, generando la continuidad en la relación, la profundización en las ventas, el relacionamiento basado en el conocimiento, la confianza y la mutua lealtad. Este papel, por supuesto es el más difícil de desarrollar, pero la habilidad, el entrenamiento y la experiencia sucesiva, permiten acrecentarlo y pulirlo, hasta que se vuelve un "olfato" para saber dónde hay buenos negocios y cómo y con quién conducirlos.

Por cierto, parte de la habilidad del vendedor estratega es el entendimiento político de las compañías, es decir, quién o quiénes influyen en las decisiones frente a un tema determinado y saber cómo y cuándo acercarse a ellos.

Cada vez más las compañías avanzan desde modelos transaccionales hacia modelos de ventas consultivas. No es mala idea pensarlo para su empresa, ¿Es viable, posible y conveniente?

## Planning S.A.

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)