



MARIANO PAREDES

Vocal

EOA ESPAÑA

www.eoa-spain.es

Yo, tu cliente

||||||| UN NEGOCIO P2P (PERSON TO PERSON)

Permitidme que os cuente una historia. Hace ahora siete años mi hijo David se fracturó un brazo jugando al fútbol. El traumatólogo de urgencias hizo varias preguntas: ¿Qué ha ocurrido? ¿Cómo? ¿A qué hora? ¿Qué intervenciones se habían efectuado? Todo fue muy rápido mientras llegábamos a los *boxes* de urgencias donde estaba David.

Se acercó, le observó y manipuló el brazo, repitió algunas preguntas e hizo alguna nueva: ¿Cómo te llamas? —desde ese momento siempre le llamó por su nombre— ¿Qué edad tienes? ¿Contra quién jugabais? ¿En qué posición juegas? Todo en cinco minutos.

Sin soltarle la mano se dirigió a ambos mirándonos a la cara y nos dijo que quizás habría más roturas y daños, que harían radiografías para un mejor diagnóstico, después limpiarían la herida, colocarían los huesos y le prepararían para la intervención quirúrgica. Y que, a pesar de ser una herida muy aparatosa, no era grave, aun-

Hospital Center y en el Monte Mecaí, tengo tal y cual premio, escribo en la revista Traumatology of the World, paso consulta en Madrid, París, Londres y Nueva York, y ... Esperen ahí fuera y luego les avisaremos". ¿Qué habrías hecho ante esta situación y tu hijo con el brazo roto? Seguramente, organizar un lío importante.

Cómo esperas que reaccione tu cliente cuando, en lugar de escucharle, le cuentas tus soluciones o le envías una oferta en la que las primeras 20 páginas hablan de tu empresa, estrategia, organización, departamentos, ingresos, productos, servicios, etc. Y luego hablas otro rato —o unas cuantas páginas más— de lo bien que funciona lo que le vas a vender: características, plan de proyecto, condiciones de venta, de pago, etc.

Tu cliente reacciona igual que nosotros con el médico, pero se calla y le da el contrato a otro proveedor. Y, como es educado, no te dice nada. Y tú no aprendes y sigues perdiendo contratos.

► ¿TAN DISTINTO ES TU NEGOCIO?

Tú crees que sí, porque usas venta consultiva, venta compleja, *rapid selling* y eres tan iluso que piensas que tu negocio es B2B, B2C o B2G. No te engañes, tu negocio es P2P (*person to person*), personas que venden a personas. Tiene que ver con cosas tan antiguas como educación, respeto, empatía, confianza, compromiso, retroalimentación y credibilidad personal. Eso es lo que debes trabajar si quieres ganar. Estudia a tu cliente antes de visitarle, no le hagas perder su tiempo; entiéndele, haz preguntas inteligentes, escucha y sé asertivo; haz retroalimentación y pide confirmación. Y métete en sus zapatos.

Tu cliente tiene problemas o no te habría llamado; no te conoce, no sabe cómo trabajas ni si eres de fiar; si te contrata y se equivoca, arriesga su puesto de trabajo y prestigio. ✕

Tu cliente reacciona igual que con el médico, pero se calla y le da el contrato a otro proveedor

que sí dolorosa, y seguramente no habría problemas.

David y yo quedamos tranquilos y confiados en que todo iba a salir bien.

► EL OTRO TRAUMATÓLOGO

Supón que al llegar el traumatólogo nos dice *"Hola, buenos días, me llamo Jaus, doctor Jaus, tengo 45 años, 20 de experiencia, primero de promoción en la Universidad de Galenolandia, tengo un máster en la Bones University con sobresaliente cum laude, he trabajado en el Woman's*