

Negociación Profesional

Diferencias contra la Venta

El escuchar la palabra NEGOCIACIÓN se entiende como un evento de alto impacto, y es verdad, las técnicas que se necesitan para llegar a un acuerdo de un proyecto millonario son de mucho impacto y de alta especialidad.

La negociación si tiene sus diferentes contra la venta, ya que se gestiona a través de diversas citas y con diferentes personas, por lo que debes conocer todo aquello qué provoca el éxito en cada una y cómo convertirlo en un hábito diario.

Por tanto, comenzaremos con una tabla comparativa entre la venta y la negociación.

Tabla Comparativa

VENTA	NEGOCIACIÓN
Abordar en frío	Establecer una base de empatía
Conocer tu producto	Conocer a la persona
Hablar a todos desde el mismo Pitch	Hablar varios lenguajes
Marcar los beneficios del producto	Marcar objetivos
Presentación extensa (casada)	Presentación breve
Preguntar si le agrada la idea	Conocer y medir el problema (preguntas)
Seguir hablando de tus productos	Brindar soluciones a partir de casos de éxito
Enfocarse en una sola solución	Re estructurar soluciones constantemente
Esperas un sí	Diriges acuerdos
Nos da miedo recibir objeciones	Despertar objeciones - Pasos de aprobación
Proponer solo lo que tengo en mente	Ofrecer opciones A/B/C
“Quedo atento a sus ordenes”	Definir plan de trabajo y responsables

Como puedes ver, las diferencias son bastas, y no quiere decir que la venta sea mala, sino que simplemente la negocaiación requiere habilidades más complejas y de mayor profundidad.

Estas habilidades las clasificaremos en 4 pares:

1	Leer al cliente y marcar objetivos	2	Preguntar inteligentemente y priorizar
Romper el Hielo Conocer el VAK Conocer código reptil	Marcar Confirmar Ampliar	Problema = Origen, Cambio e Impacto Prioridades de acción Solución = Anteriores, Actuales y Futuras	
3	Flexibilidad de soluciones y objeciones	4	Plan de acción y comandos
Por problema Propuesta DQDL Por historia Por acuerdo	Calificación, qué hace falta Mejoras y validaciones De qué y quién depende la decisión Coneptencia y fechas de inicio	Lista de problemas y prioridades Mejor solución Fechas de inicio / seguimiento Acciones y responsables	
Ante todos los pares, existe un paso sumamente importante llamado: ACUERDOS			

1.- Leer al cliente y marcar objetivos

Romper el Hielo

Es sumamente importante que ocupes tus minutos previos a la reunión para conocer a tus prospectos. Además de ayudarnos a perder el nervio, nos ayuda a leer a cada uno de ellos, ya que la mayoría de ocasiones, no solo es el director o dueño de la compañía, sino que se acompaña importantes miembros de la mesa directiva, gerentes de producción, ventas, finanzas, RH etc.

Por tanto, mientras te llevan a la sala de juntas, se reúnen todos, o toman su asiento debes abrir conversación de forma inteligente para conocer detalles de su personalidad y sus intereses.

Los temas que más te recomendamos tocar son:

F = Familia
 O = Ocupación
 R = Recreación
 D = Dinero
 Historias de la empresa
 Clientes favoritos
 Intereses personales
 Metas del negocio / personales

Trata de hablar poco y ocupa tu tiempo y talento en preguntar “porqué” le gusta, “porqué” cree que hayan crecido tanto, etc. Así mismo, te recomendamos que te enfoques en lo positivo, de manera que cuando se vayan a la mesa de negociación, se sientan cómodos con tu presencia y tu plática. Estarán felices por comenzar.

Así mismo, hablamos de “su personalidad”; aquí deberás enfocarte en sus palabras, sus gestos, su tono y velocidad de habla, sus movimientos corporales e incluso el movimiento de sus ojos ya que te darán pistas sobre qué y cómo debes dirigirte a ellos.

Hagamos algunos ejemplos de cómo romper el hielo:

Leer al cliente de acuerdo a su personalidad (P.N.L./ V.A.K.)

Existe otro método que te permite entender la personalidad del cliente para adaptar tu mensaje en ritmo, lenguaje corporal, palabras y técnicas y así lograr comunicarte apropiadamente a cada uno. Este método se basa en la P.N.L. (programación neurolingüística), que se entiende como el análisis de patrones del comportamiento humano.



	Ojos	Velocidad	Manos	Cuerpo	Palabras	Lenguaje	TÉCNICA
V	Arriba	Rápido	Fuera	Observa	Ver, observar, mirar...	General	Preguntas de cierre Entonces #nombre... Tu te refieres... Lo que tu quieres decir... Es correcto decir que...
A	En medio	Lento	Neutras	Te escucha	Oye, escucha, cuéntame, dime, silencio...	Particular	Preguntas de apertura Oye... Dime... #nombre...
K	Abajo	Medio	Dentro	Se acerca	Siento, duro, fuerte, arriba, constante...	General	Preguntas de acción Entonces, ¿cómo te gustaría? ¿Para cuándo quieres...? ¿Qué pasa si no, entonces cuándo comenzamos? ¿Qué te detiene para...?

Escribe 3 preguntas y aplícalas a 3 compañeros tuyos para detectar hacia donde se mueven sus ojos así, descubrirás su lenguaje V.A.K.

1.
2.
3.

Compañero 1			
Compañero 2			
Compañero 3			

Código Reptil

Son 10 conceptos que marca Jurgen Klaric después de analizar las neurociencias y apoyarse de alta tecnología para descifrar al cerebro humano a un nuevo nivel.

Estos conceptos son los más profundos de todo ser humano, engloban las razones más instintivas y básicas de supervivencia y existencia humana. Te compartimos algunos datos de ellos que podrás reconocer en cada uno de tus prospectos.

Te ayudarán a dirigir tu negociación, ya que no todos tienen las mismas razones ni objetivos. Por ejemplo, el dueño de negocio puede ser que desea revolucionar el negocio familiar de 3 generaciones, o bien es un operador quien no puede fallar nuevamente porque pierde su trabajo y su familia quedaría sin un ingreso básico, o, quizá sea un gerente que se siente celoso porque otros hayan sido promovidos y tenga rencor o ganas de mejorar sus resultados.

Cada uno de estos supuestos, te darán una visión más clara sobre por qué es importante para ellos tu presencia, en algunos casos sabrás hasta porque te rechazan.

Para entender el código reptil debes preguntarte “¿Qué desean obtener?, ¿Por qué desean tenerlo? ¿En quién se quieren convertir o como quieren vivir?, ¿Qué pasa si no se soluciona el problema?, ¿Cuál es el peor escenario? y su nivel de urgencia.

Objetivos

Aunque parezca obvio, no todos saben a que van a la reunión. Es decir, el dueño de negocio conoce el resultado negativo, pero no las causas ni la visión de su equipo, mientras finanzas cree que el problema son las ventas, el equipo de ventas piensa que es producción, y producción piensa que el tema es desde planeación, y así sucesivamente “se echan la bolita”.

Por tal motivo, comienza la platica entorno a los objetivos, te recomendamos sigas estos 3 sencillos pasos:

MARCAR	<p>Agradezco (agradecemos) su tiempo para esta reunión, mi nombre es... de la empresa... estamos aquí reunidos para ver, analizar y discutir #problemas</p> <p>Hace unos días #persona nos buscó para platicarnos sobre #problemas desde hace #tiempo</p> <p>Por tanto, los temas que deseamos tratar hoy son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - #tema1 - #tema2 - #tema3
CONFIRMAR	<p>¿Es esto correcto?, ¿Les hace sentido?, ¿Estamos en la misma página?</p>
AMPLIAR	<p>Perfecto, comentame que hace falta, ¿Me repites tu nombre porfavor? // De acuerdo</p> <p>¿Alguién más quiere aportar al objetivo? ¿Qué otro tema consideran importante para revisar? ¿Alguien tiene una visión diferente?</p> <p>Correcto, lo he anotado, me gustaría comenzar por entender el problema y su situación actual, ¿Les parece bien?</p>

Perfecto, vamos a practicarlo paso a paso.

Recuerda que veremos muchas técnicas “obvias”, sin embargo hay detalles que debes conocer que hacen la diferencia al momento de una negociación. Además, te compartimos que para Grupo Nuwek no existe nada obvio en el día a día, para lo que a Juan se la hace obvio, para Lupita es extraño, y viceversa.

PRIMER MOMENTO DE ACUERDOS

Para cada par de habilidades, la clave está en generar acuerdos. Esto quiere decir que no pases al siguiente par de habilidades sin haber preguntado a cada miembro de la mesa si estás en lo correcto, si hay una diferencia de opinión.

¡Y cuidado!, si encuentras que SI HAY UNA DIFERENCIA es momento de hacer consenso entre los presentes. Te darás cuenta, que muchas veces estás ahí para mediar y escribir el acuerdo entre todos.

Ahora si, cuando todos digan que si, es momento de avanzar.

Como última recomendación SIEMPRE ESCRIBELO.

2.- Preguntar inteligentemente y Priorizar

Preguntas Inteligentes

En gran diferenciador con la venta, es que la negociación no se centra en el Pitch de venta, sino en **explorar los problemas** y las causas que originaron la cita, y para ello la mejor técnica y la que más necesita práctica es hacer “Preguntas inteligentes”.

Cuando un vendedor sabe preguntar, logrará dirigir su pitch y presentación de forma precisa con mínima posibilidad de equivocarse y con la máxima de cerrar el trato.

Las preguntas no son al azar, son un SISTEMA. Son un paso a paso que van desde identificar:

- El Objetivo y Problema
- Los Previos
- Las Implicaciones
- El Deseo y la Visión
- Las Acciones

Te daremos una lista de preguntas que hemos recopilado a lo largo de nuestra experiencia y junto con la asesoría personalizada, lograremos crear TU PROPIO SISTEMA DE PREGUNTAS.

Prioridades de Acción

Ya que averiguaste y exploraste las razones del porque se acercan, las formas en las que ya intentaron lidiar con el problema, han cuantificado el resultado, definido que desea y lo que están dispuestos a realizar para solucionarlo, es momento de identificar los temas importantes y urgentes dentro de una lista.

El reto que enfrentas está en definir la prioridad entre ellos, te recomendamos utilices la experiencia de cada integrante de la mesa para llegar a ese objetivo. Involucralos a todos.

Es muy fácil que te digan que NO a ti, pero es bastante difícil que digan que NO a algo que ellos mismos dijeron.

Con esta técnica, **lograrás enfocar tu propuesta hacia los puntos claves que te han dicho.**

Soluciones PASADO // PRESENTE // FUTURO

Cuando conoces el origen del problema, te recomendamos que dibujes escenarios de soluciones, es decir que abordes y explores aún más el DESEO y LAS ACCIONES que necesitan y LAS ACCIONES que están dispuestos a tomar para lograrlo. ¡Pero cuidado!, también sé inteligente y averigua las acciones QUE NO ESTÁN DISPUESTOS A TOMAR, ya que define el rango de tu solución y hasta el presupuesto que destinarán.

Puedes partir desde las soluciones que ya han intentado y que no les resultaron como ellos deseaban. Averigua que pasó, cómo lo realizaron, durante cuánto tiempo y por qué consideran que no resultó.

Ahora que ya conoces el pasado, pregunta sobre el presente y el futuro. Nos referimos a conocer cómo gestionan el problema actualmente, que los orilló a venir y qué desean cambiar. Muy importante, reconoce que a veces la aspiración no es técnica, sino del código reptil como “libertad, tiempo, reconocimiento, ahorro, integración etc.” Y que tu estás ahí por ser el personal técnico, el puente. Es decir, en ocasiones no necesitan saber el cómo, sino el objetivo final, y en otras tantas, tienen experiencias tan malas con otros proveedores que su decisión dependerá del cómo lo resolverás tu a diferencia de lo que ya conocen.

Con esta técnica, **lograrás enfocar tu propuesta desde lo que desean obtener, lo que no desean y que están dispuestos a hacer.**

SEGUNDO MOMENTO DE ACUERDOS

Para cada par de habilidades, la clave está en generar acuerdos. Esto quiere decir que no pases al siguiente par de habilidades sin haber preguntado a cada miembro de la mesa si estás en lo correcto, si hay una diferencia de opinión.

¡Y cuidado!, si encuentras que SI HAY UNA DIFERENCIA es momento de hacer consenso entre los presentes. Te darás cuenta, que muchas veces estás ahí para mediar y escribir el acuerdo entre todos.

Los acuerdos en este par de habilidades se basan en :

- 1- Crear una lista de problemas y su prioridad
- 2- Qué esperan del futuro
- 3- Qué solución no desean repetir
- 4- Hasta donde están dispuestos a accionarse

Recuerda, escríbelo y repasalo con la mesa. Cuando todos digan que si, es momento de avanzar.

SISTEMA DE PREGUNTAS

APERTURA BASE	EXPLORAR
<ul style="list-style-type: none"> - ¿Me permite hacerle una pregunta? - Tengo una pregunta rápida que hacerle, ¿Puedo? - Antes de comenzar tengo algunas dudas... 	<ul style="list-style-type: none"> - ¿A qué te refieres con...? - Cuando dices..., ¿A qué te refieres? - Entonces #nombre#, ¿Es correcto decir que...? - Entiendo, ¿entonces lo que tu quieres es...? - Así que... ¿Es correcto? - Ok, veo que su interés está en... ¿Es correcto? - Si entiendo bien, ¿Me estas diciendo que...? - ...¿Voy entendiendo bien? - ¿Me puedes explicar un poco más sobre...?
EL OBJETIVO Y PROBLEMA	LAS IMPLICACIONES
<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué le motivó a llamarnos? - ¿Porqué vino usted a este...? - ¿Qué le llamó la atención de nosotros? - ¿Qué espera obtener de...? - ¿Me puede explicar un poco más sobre...? - ¿Porqué siente/ve/piensa/crea que necesita...? - ¿Qué es lo que más le preocupa sobre...? - ¿Porqué desea comprar un...? - ¿Porqué no simplemente sigue con...? - Actualmente, ¿Cómo funciona? - ¿Qué si están haciendo bien? 	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es lo peor que podría pasar? - ¿Cuánto te ha costado esta situación? - ¿Cuánto cuesta continuar así? - Del 0 al 10, ¿Qué tan urgente es esta situación? - ¿Qué otras áreas se ven perjudicadas por este problema? - ¿Quién resulta afectado por...? - ¿De qué forma se ven afectados tus clientes? - ¿Qué sentiría usted si pasara...? - ¿A quién perjudica/beneficia el comprar...? - ¿Qué busca evitar con...?
LOS PREVIOS	- EL DESEO Y LA VISIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué sucedió? - ¿Desde cuándo está así? - ¿Cómo se dieron cuenta? - ¿Qué respuestan han intentado hacer? - ¿Quién ha intervenido? - ¿Quién interviene en el problema? - ¿Qué cambió que causó el problema? - ¿Qué cree que deba de cambiar? - ¿Qué ha resultado de las soluciones que han intentado? - ¿Qué no ha resultado y porque creen que no funcionó? 	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué resultado espera obtener? - ¿Cuál es el mejor escenario? - ¿Cuánto tiempo toma en tener ese escenario? - ¿Por dónde cree que se deba empezar? - ¿Cuánto dinero representaría ahorrar / ganar si lo soluciona? - ¿Ya vió algunas opciones o proveedores? - ¿Qué le gustó, qué no le gusto? - ¿Para cuándo debe estar solucionado? - ¿Qué soluciones tienen pensadas en este momento?

- LAS ACCIONES	¡ACUERDOS!
<ul style="list-style-type: none"> - ¿De quién depende la decisión? - ¿Qué debe suceder para que comiencen una nueva solución? - ¿Qué detendría la toma de la decisión? - ¿Qué necesita un proveedor para ser confiable para ustedes? - ¿Qué deben observar en una propuesta para comenzar? - ¿Qué plan es el más cómodo para comenzar? - ¿Cuál es el primer paso para ustedes? - ¿Qué debe suceder ahora internamente para continuar? - Hasta el momento, ¿Qué creen que funcionaría mejor? 	<ul style="list-style-type: none"> - Hago un resumen antes de continuar, - Antes de avanzar, quiero revisar que estoy entendiendo los puntos más importantes... - Quiero revisar con ustedes lo más importante - Denme un segundo, estoy repasando la lista de lo más importante que me han comentado Entonces, ¿Es correcto decir que...? Así que, ¿Lo más importante para ustedes es...? Y que, ¿Les gustaría comenzar con...?
<p>EXTRA - PUENTES o LLAVES VERBALES (Pitch de Acercamiento)</p>	
<p>Yo se que tú... Me preocupa que... No quiero que tu... Tu empresa sufre de... Entiendo que tienes... Yo también he sufrido... Es importante que cuides... Note que tienes... Es bastante común que... Entiendo que necesitas... Tu lo que buscas es... Lo que tu empresa requiere es... Te funciona que tengas... Es bastante útil que... Es importante que tengas... Yo quiero que tu te sientas... Esto te hará sentir... Esta solución te da... Quiero que estes... Busco que te sientas... Así lograrás estar/sentirte...</p>	

3.- Flexibilidad de soluciones y Objeciones

Introducción

Es momento de dar propuestas a los problemas que escuchaste, toda la información que recuperaste a partir de las preguntas inteligentes te ayudarán a guiar tu conversación, sin embargo tienen algunas bases previas, recuerda:

1. - El objetivo que marcaron desde el comienzo, cuando comienzas a hablar ten en cuenta por qué estás ahí
2. La lista de problemas, ya que más que escucharte, debes ser claro en como resolver lo que ellos te han dicho.
3. Las prioridades, ya que debes enfocarte en lo que **MÁS LES PREOCUPA** a ellos, y de ahí poco a poco aterrizar hasta el más mínimo detalle.

Parece obvio, pero existen muchos negociadores que hablan de todo, de nada y de su producto, cuando lo más importante es atacar de forma específica la lista de problemas y cumplir los objetivos que se marcaron desde el comienzo.

Sin embargo, si existen algunas técnicas que favorecen la negociación y que recomendamos antes de continuar al cierre de venta,

Por Problema

Una de las ventajas que tienes al negociar es que ahora conoces los problemas que aquejan a tu posible cliente, así como las soluciones que han intentado, que les ha funcionado y que no; de forma que podrás dirigir tus propuestas precisamente diferenciándote de aquello que no te funcionó.

Te recomendamos que cuando expliques tu solución menciones **EL TIEMPO** en el que vas a resolver dicho problema.

Propuesta DQDL

Una de las técnicas que es más clara en la mente de los clientes es tocar estos 4 puntos, aunque no necesariamente en orden:

- 1- lo que **DEJAS**
- 2- lo que **QUITAS**
- 3- lo que **DAS**
- 4- lo que **LOGRARÁN**

Es decir, menciona lo que están haciendo bien que debe permanecer, seguido de lo que van a eliminar, que van desde procesos, pasos, personal, problemas, tiempos etc.

Continúa con lo que les van a dar, es decir, la solución, productos y servicios que tu empresa da y finalmente cierra fuerte tu presentación con los logros que pueden esperar de ello.

Recuerda **VALIDAR** en este punto, es decir, preguntale si les queda claro, si les hace sentido, si es lo que esperaban, si cumple sus expectativas etc. La pregunta que sea congruente al momento, pero no te permitas continuar a otra solución o continuar sin conocer lo que les agrada y lo que podrían cambiar.

Historias

La técnica favorita en ventas sin duda es contar historias para reforzar nuestra propuesta, ya que genera mucha confianza y seguridad escuchar los casos de éxito previos a la cita.

Recuerda la ley de ventas: No hables de lo que puedes hacer, sino de lo que has hecho.

Así, las historias tienen personajes reales con problemas reales que ya han sido superados gracias a la participación con tu producto o servicio. Es importante que utilices detalles, datos, o números del antes y después. Eso dará mayor fuerza.

TERCER MOMENTO DE ACUERDOS

Al finalizar esta presentación de tus soluciones por problema, ya que dijiste exactamente que harás y utilizaste historias reales para fortalecer tu propuesta, es momento de llegar a acuerdos sobre si les funciona o no. Por ello, debemos despertar las objeciones en ese momento, ya que una vez que salgan de la mesa hablarán de todas sus dudas y **NO ESTARÁS AHÍ PARA RESOLVERLAS.**

Así que llega a acuerdos dentro de la mesa. Por tanto, te recomendamos preguntar:

1. - Hasta este momento, ¿Qué calificación le dan a tus propuestas?
2. ¿Qué podrían mejorar ellos, o que punto creen que pueda mejorar?
En muchas ocasiones los clientes no saben del tema, no creen que son expertos cuando no lo son, por tanto, es importante escuchar su postura y resolver ahí sus dudas.
3. - ¿De qué o quién depende la toma de decisiones?
Es importante que sepas el paso a paso del proyecto, porque podrás rastrear los bloqueos y los avances, uno de los peores errores que se cometen en la negociación es salir sin saber que pasará o a quien le toca tomar la decisión.
4. - Díganme, ¿Qué otra solución están viendo? ¿Qué les agradó? ¿De qué depende que tomen la decisión?, ¿Cómo visualizan tu solución al momento?
Es muy importante que sean honestos contigo, y tu con ellos, si logras identificar las propuestas que están en su mesa y las califican podrás dar una mejor propuesta o verificar que realmente eres apto para el trabajo.

Finalmente, pero no menos importante, no te salgas con una **PROMESA DE VENTA**, si no con una **AGENDA DE TRABAJO.**

Fechas de Inicio - Agenda de Trabajo

Ya conoces el paso a paso, ponle fecha y responsable.

Decíamos que un problema del cierre es que **ESPERAMOS** la famosa llamada de aceptación, pero en realidad te invitamos que ahí mismo en la cita definan el proceso de aceptación. Marcamos en el paso anterior que tengas claro que sigue y quien tomará la decisión, ahora **PONLE FECHA.**

- Entiendo Sr Perez, entonces pasará por Compras y después por el área Tecnológica, ¿correcto?
- Perfecto, ¿cuánto tiempo tarda estar en compras?, ¿Podríamos pensar que FECHA podemos dar seguimiento?

O bien, define tu el paso a paso para comenzar, indica qué información previa necesitas y para cuando. **SIEMPRE TEN UN PLAN IMPRESO** donde muestres tus etapas por mes. **SIEMPRE.**

MAS EJERCICIOS DE HISTORIAS

Todos tenemos casos de éxito, y son los que más nos gusta presumir, y para ser honestos son lo que más le gusta escuchar al cliente porque da confianza y seguridad. Es lo único que es más poderoso que el mismo vendedor, las historias de éxito.

Entonces, ya que nos contaste una historia general, te diremos varios tipos de historias que pueden ocuparse en diferentes momentos:

1. Problema / Solución en # y \$
2. Muchos problemas y / Múltiples soluciones
3. Vicios Ocultos
4. El miedo más grande que enfrentan
5. El peor escenario / La solución fuera del molde



MAS EJERCICIOS DE CIERRES

Pondremos este 3er paso de la negociación con una fórmula fácil de entender para rematar con el acuerdo al que debemos llegar. Ya que has platicado sobre lo que DEJAS Y QUITAS, así como de lo que DAS Y LOGRAN, es momento de reforzar con historias

DEJAS Y QUITAS DAS Y LOGRAN	REFORZAR CON HISTORIAS	PREGUNTAS DE ACUERDOS MOMENTO DE NEGOCIAR
<p>Dejas _____ infraestructura, personal, procesos.</p> <p>Quitas _____ infraestructura, personal, problemas, nudos, tiempos perdidos, embudos, etc.</p> <p>Das metodologías, soluciones, infraestructura, capacitación, soporte,</p> <p>Logran _____ ahorrar tiempo, eficientar un proceso, ganar más, gastar menos, solucionar un problema, trascender un tiempo, cuidar a alguien, brindar, etc.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Problema / Solución en # y \$ 2. Muchos problemas y / Múltiples soluciones 3. Vicios Ocultos 4. El miedo más grande que enfrentan 5. El peor escenario / La solución fuera del molde 	<p>¿Esto te agrada? ¿Te hace sentido? ¿Crees que funcione así? ¿Ya han intentado algo similar en el pasado? Hasta el momento, ¿Cómo te sientes con la propuesta?</p> <p>Hasta este momento, ¿Qué calificación le dan a tus propuestas?</p> <p>¿Qué podrían mejorar ellos, o que punto creen que pueda mejorar?</p> <p>¿De qué o quién depende la toma de decisiones?</p> <p>Diganme, ¿Qué otra solución están viendo? ¿Qué les agradó? ¿De qué depende que tomen la decisión?, ¿Cómo visualizan tu solución al momento?</p> <p>Ok entiendo,</p> <p>Entonces si yo... entonces tu... Además de... ¿Qué otro tema les preocupa? ¿Qué solución esperas? ¿Exactamente cómo te gustaría que fuera?</p>

4.- Plan de Acción y Comandos

Introducción

Hasta este momento hemos entendido al cliente y marcado objetivos de la reunión; por otro lado, abrimos preguntas para escribir los problemas por prioridad; así mismo ya dimos la propuesta y logramos identificar que tan bien les parece la propuesta hasta el momento.

Por tanto, es momento de avanzar con la negociación. Y hay 2 formas: por un lado tener una fecha para modificar la propuesta tal cuál han platicado o bien, una fecha para comenzar el proceso de trabajo.

¡Como sea VAS GANANDO!

Debes llegar a una fecha y comandar la acción.

¡PLAN DE ACCIÓN!

Opción #1

Tu negociación debe llegar a un plan de acción, HAZ UNA LISTA DE COMO RESUELVES EL PROBLEMA.

¡SISTEMATIZA TU SERVICIO!

Escribe el paso a paso de tu servicio y CUANTO TIEMPO TARDAS para solucionarlo:

ACTIVIDAD	PERSONAL INTERNO / EXTERNO	TIEMPO
1.		
2.		
3.etc...		

Recuerda, sé sumamente claro en la actividad #1, enfocate en ella y para cuando.

Una vez que hagas eso, será claro y podrás darle seguimiento de forma muy precisa. Define QUIEN Y CUANDO COMIENZAN.

¡PLAN DE ACCIÓN!

Opción #2

Vamos a suponer que no tu propuesta aún no es la mejor, aún así debes hacer lo mismo, LISTA DE MEJORAS

¡ESCRIBE LAS MEJORAS!

Escribe el paso a paso de tu servicio y CUANTO TIEMPO TARDAS para solucionarlo:

ACTIVIDAD ORIGINAL	¿QUÉ DESEAN LOS CLIENTES?
1.	
2.	
3.etc...	

Recuerda, sé sumamente claro en lo que van a modificar y define CUANDO ES LA SIGUIENTE JUNTA.