



**ESTRATEGIAS NO
VERBALES QUE
MEJORAN LAS
RELACIONES**

EL EFECTO DEL LENGUAJE CORPORAL SOBRE LAS RELACIONES




El lenguaje corporal: es una forma de comunicación no verbal que se ha definido como “mensajes silenciosos”.



El lenguaje corporal:

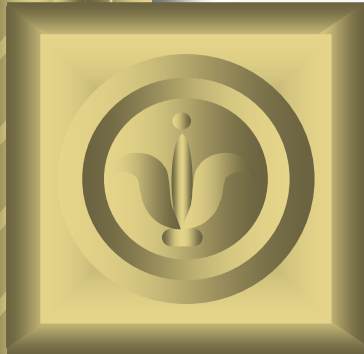
- Un vendedor que se inclina hacia delante en su silla mientras habla con un cliente (en lugar de sentarse desgarbadamente) es más probable que comunique un sentimiento de interés hacia esta persona.



Los estudios indican que en una conversación típica entre dos personas, sólo 10% de nuestra comprensión viene de las palabras que dijo la otra persona y como 40% de nuestro conocimiento viene de lo que escuchamos.

Todo mensaje hablado tiene un elemento vocal, que proviene no de lo que decimos, sino de **cómo** lo decimos. La voz comunica en muchas formas: por medio de su tono, volumen, rapidez.

ENTRADA Y PORTE



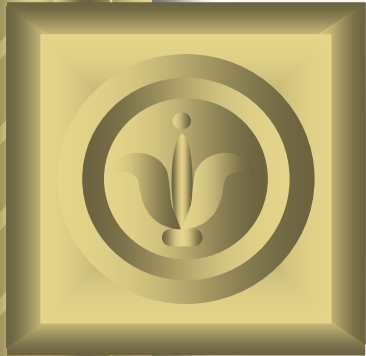
Uno puede comunicar confianza con pasos firmes, buena postura y una sonrisa amistosa. Una actividad de confianza comunica al cliente el mensaje “esta reunión será benéfica para usted.




EL APRETÓN DE MANOS

- **Grado de firmeza.**
- **Contacto visual durante el apretón de manos.**
- **Profundidad del agarre.**
- **Duración del apretón de manos.**
- **Grado de sequedad de las manos.**

CONTACTO VISUAL



Los ojos transmiten más información que cualquier otra parte del cuerpo. Puesto que es tan revelador el contacto visual, necesitamos observar algunas reglas no escritas acerca de la forma de ver a otras personas.

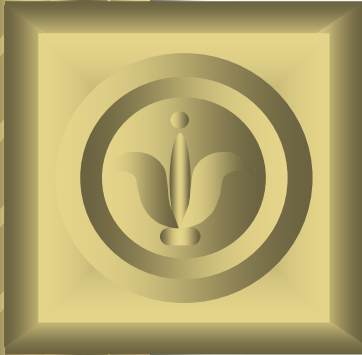


- Para algunas personas, el contacto visual directo no es fácil.

Con el fin de vencer este problema, los vendedores deben enfocar sus ojos en el triángulo formado por los dos ojos y el centro de la frente del interlocutor.

Para construir un buen entendimiento mutuo, su vista debe encontrar la de la otra persona de 60 a 70% del tiempo.

EXPRESIONES FACIALES



El cliente está buscando continuamente la congruencia entre nuestras palabras y nuestras acciones.

Nuestras expresiones faciales proporcionan la mejor prueba para el cliente.

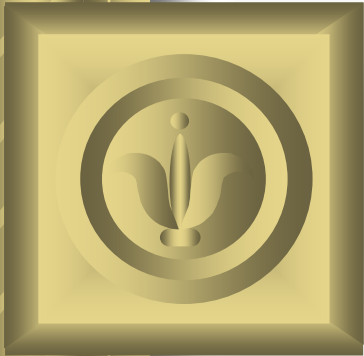



La sonrisa


- Si usted le falta compromiso, su actitud será evidente para el cliente.
- Una de las expresiones faciales más importantes es la sonrisa.
- Una sonrisa agradable en momentos apropiados le transmitirá cordialidad.
- Las sonrisas intermitentes disparan emociones positivas.

EL EFECTO DEL LENGUAJE SUPERFICIAL SOBRE LAS RELACIONES

Éste se define como un patrón de impresiones inmediatas basadas en la apariencia.

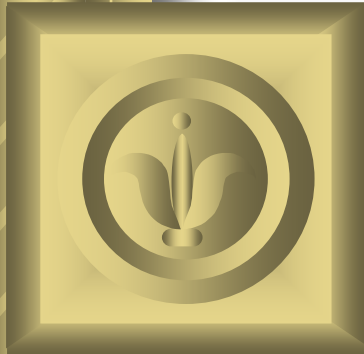


- 
- La ropa que vestimos, el largo y estilo de nuestro peinado, los perfumes que usamos, las joyas que traemos, todo se combina para hacer una declaración acerca de nosotros a otras personas, una declaración de suma importancia para alguien que participa en ventas.



En el trabajo en ventas debemos tratar de anticipar las expectativas de nuestra clientela. La ropa que visten los vendedores sí significa una diferencia para la aceptación del cliente, porque comunica mensajes poderosos. La ropa que vestimos puede influir en nuestra credibilidad y en que parezcamos agradables.

SENCILLEZ



La sencillez del vestido se refleja en camisas blancas o azul claro para los hombres y blusas blancas, cremas, azules y rosa pálida para las mujeres. Estos colores están de moda estación tras estación dentro de la comunidad de negocios. Para los hombres, trajes azul marino o gris son apropiados en una amplia gama de situaciones de venta.

CONVENIENCIA

En algunas áreas de negocios, el trabajo básico con corbata es un requerimiento rígido para los hombres.


CALIDAD

Susan Bixler dice: “si usted desea que se le respete, tiene que vestirse tan bien o mejor que las normas de su industria”.

EL EFECTO DE LA CALIDAD DE LA VOZ EN LAS RELACIONES



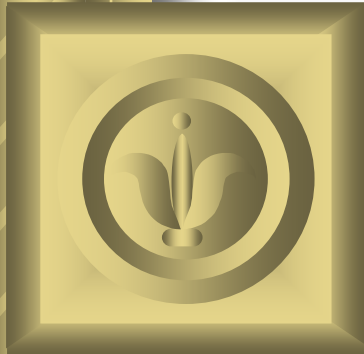
- 1. No hable demasiado rápido o demasiado lento:**
2. La presentación más lenta permite que las otras personas lo sigan, y da tiempo al orador para que piense por anticipado que evalúe la situación y haga juicios.




Desde luego, siempre hay cierto riesgo en hablar con demasiada lentitud, El cliente puede impacientarse.

Evite un patrón que sea monótono e incoloro: La peor clase de voz no tiene color y ningún sentimiento. El entusiasmo es el elemento crucial de una presentación efectiva en ventas.

EL EFECTO DE LOS MODALES SOBRE SUS RELACIONES



- 1. Evite la tentación de dirigirse a un nuevo cliente potencial por su nombre:** En un ambiente de negocios, demasiada familiaridad con demasiada rapidez puede ocasionar irritación.
- 2. Evite comentarios o cuentos ofensivos:** El lenguaje corriente y cuentos de color subido pueden hacer un daño irreparable a su imagen.



3. No exprese sus puntos de vista personales sobre temas políticos o religiosos: Rara vez hay una posición “segura” que se pueda tomar en estas áreas, de modo que es mejor evitar totalmente estos temas.

4. Cuando usted invita a un cliente a almorzar, no discuta el negocio antes de ordenar la comida a menos que el cliente inicie el tema: Tenga en cuenta que los almuerzos y las cenas de negocios sirven diferentes propósitos en distintas culturas.

ESTRATEGIAS CONVERSACIONALES QUE FORTALECEN LAS RELACIONES




La base para una relación de largo plazo con el cliente con frecuencia es una conversación de tipo “conozcámonos”, que tiene lugar antes que cualquier discusión de los asuntos de negocios.



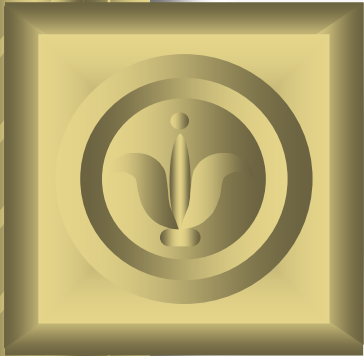
Dale Carnegie para construir relaciones fuertes:

- interérese realmente en otras personas
- Sea un buen escucha. Aliente a los otros a que hablen acerca de ellos mismos.
- Hable con respecto a los intereses de la otra persona.



La duración de esta conversación dependerá de su sensación de la reacción del cliente potencial a su saludo, qué tan ocupado parece estar éste, y su conocimiento de temas de interés mutuo.

CUMPLIDOS




Cuando usted ofrece un cumplido sincero a su prospecto, está diciendo: “algo en usted es especial”. Sin embargo, su admiración no debe expresarse en superlativos falsos, pues se transparentarán.



BUSQUEDA DE CONOCIDOS O INTERSES MUTUOS

Un modo frecuente de establecer un contacto social con un nuevo cliente potencial es encontrar amistades o intereses en común.


- 
- Recuerde que su objetivo es establecer y mantener una buena relación con su cliente potencial. Evite abrumarlo con demasiadas preguntas, proporcionar consejos no solicitados o insistir en un asunto que no le interesa a su prospecto.

ESTRATEGIAS PARA LA SUPERACIÓN PERSONAL



El vendedor esta dedicando tiempo a mantenerse en buena forma física. La condición física es parte importante de un programa de superación personal.

- 1. Reconózcase usted mismo:** Dése usted mismo en reconocimiento por éxitos pasados y presentes.




2. Reozca a otros: Muestre su reconocimiento a otros siempre que sea posible. En el acto de construir a otros nos contruimos a nosotros mismos.

3. Use su imaginación: La imaginación, que es la capacidad de visualizar lo que puede ser y proyectar esa visión hacia la realidad, proporciona los medios de resolver muchos problemas relacionados con las ventas.



4. Practique la determinación:

Cuando nos alejamos de tareas difíciles, fijamos un precedente para fracasos futuros. Fíjese una meta en la cual perseverar en cualquier empresa que emprenda.



Los esfuerzos de superación personal pueden no siempre terminar en nuevas habilidades o capacidades, pero nos pueden dar la motivación para utilizar más plenamente el talento que ya tenemos.

Los esfuerzos de superación personal pueden no siempre terminar en nuevas habilidades o capacidades, pero nos pueden dar la motivación para utilizar más plenamente el talento que ya tenemos.