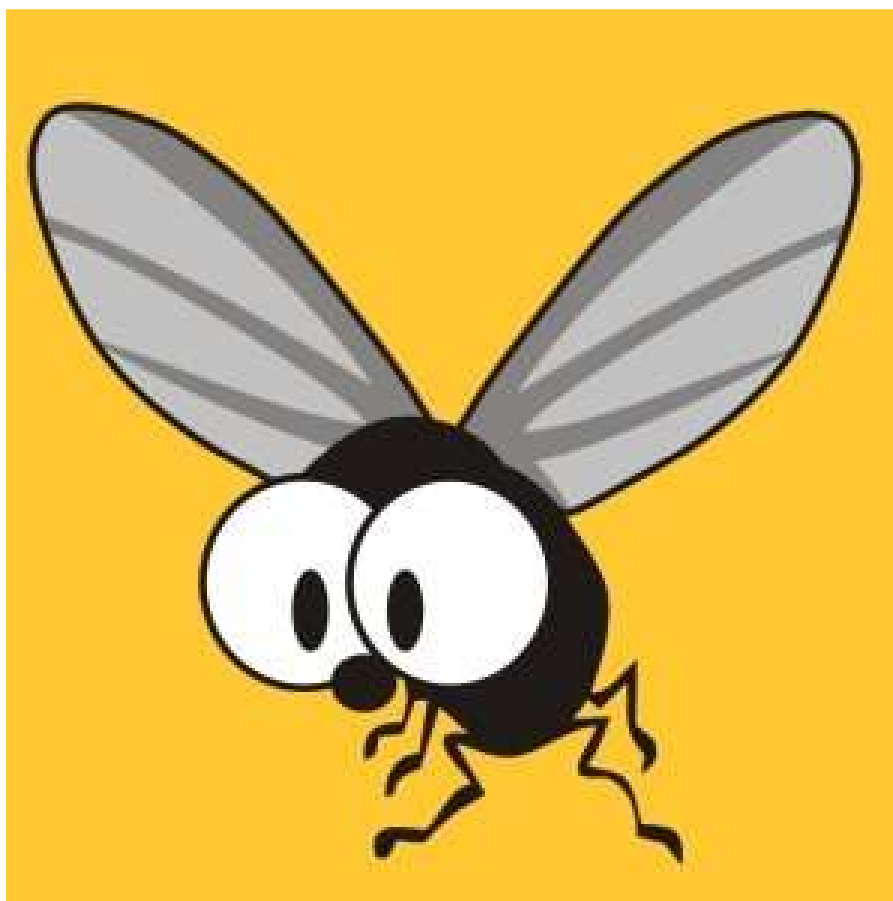


La Estrategia de la Mosca

(Tips para **NEGOCIAR**, ganar y salir zumbando)

Como la Neurociencia ayuda a la **NEGOCIACIÓN** con mayúsculas



Coach Empresarial Dr. Martín Arévalo

Autor entre otros de: El Cliente Oculto, Menudo Matrimonio, Creador de Sueños, Reinvéntate, Pólvora para el Éxito, A ver si espabilas que ya está bien, Cuando la mente se funde con la magia y Escuela de Éxito Empresarial entre otros.

Prólogo:

Antes de comenzar me gustaría querido lector hacerle una pregunta.

¿Ha metido alguna vez a moscas y abejas en una botella y las ha puesto mirando al sol?

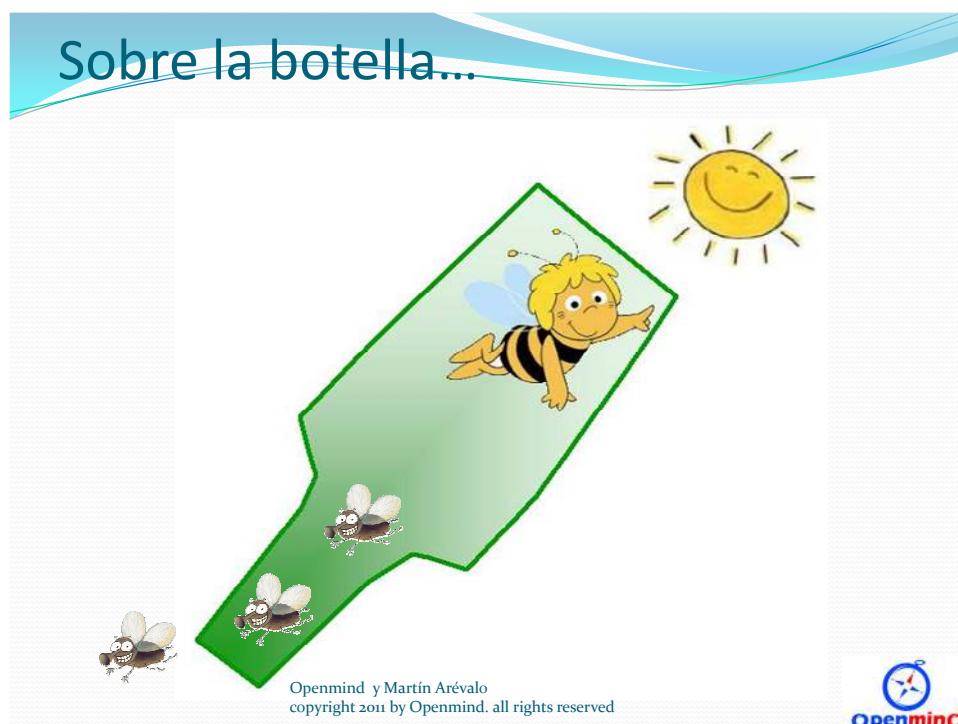
Bueno. Puede ser el sol o una luz. Eso es lo de menos.

¿Lo ha hecho? ¿Sí?

Ya veo que no y seguramente se estará haciendo la siguiente pregunta.

¿A este hombre se le ha ido la cabeza? A eso, francamente, no soy capaz de responderle.

Verá. Cuando hacemos ese experimento ocurre lo siguiente:



Las moscas dan un par de vueltas, chocan contra el vidrio, y con su vuelo en círculo consiguen salir de la botella.

Sin embargo, la abeja se dará de cabezazos contra el grueso vidrio del fondo y lamentablemente morirá a menos que la saquemos.

No cambiará de opinión y seguirá y seguirá hasta morir.

No es capaz de pensar de otra manera.

¿Qué lección aprende usted de este experimento? Aparte que soy un poco rarito eso ya lo sabemos. Aparte de eso? Venga que usted es capaz...vamos...

Pues sí, que la abeja se obceca con una postura y no es capaz de cambiar, aunque eso le lleve a la muerte.

La mosca sin embargo con su volar molesto y dando vueltas, consigue salir para darnos un poquito más de lata a los humanos. Así de simple.

Por ese motivo el título del libro. **LA ESTRATEGIA DE LA MOSCA.**

La mosca consigue salir airosa casi de cualquier tipo de situación.

Le da vueltas a todo y así consigue salir. Si fuese una negociación, le daría vueltas a todo y encontraría soluciones creativas.

Eso no significa que se convierta usted en mosca, ni de vueltas sin parar, aunque sí es cierto que existen dentro del ser humano algunos a los que se le llama moscones y moscas cojoneras y algunos son más pesados que una mosca. Pero no, no me refiero a eso.

Verá. La negociación es un arte y está compuesta de una parte muy importante que es la comunicación, y dentro de ella cómo comunicamos, a quién comunicamos, la empatía, la escucha activa y la asertividad.

Veremos todas ellas en este libro.

El libro, más bien son Tips, "consejos simples" para poder negociar con efectividad.

Una guía simple y efectiva para ello.

Sí me gustaría compartir con usted, ya que la cosa va de animales, tres estrategias de tres animales distintos.

Son los siguientes:

CARPA:

- Sigue la ley de la menor resistencia. Es prácticamente ciega. Quien vive como una carpa (y realmente existen muchas personas con esas características), no está al corriente de lo que sucede. Esta desconectada de la realidad. Tiene miedo a decir no.

No jugaré, no negociaré porque sé que no ganaré.

“el universo es un lugar de escasez”

TIBURON:

- El tiburón por su parte consigue ver a corto plazo, pero ignora las consecuencias del largo plazo.
- Siempre quiere sacar ventaja sobre los otros.
- Siempre juega al juego de GANAR-PERDER
- No tiene confianza ni en sí mismo ni en los demás, y no inspira confianza en nadie.
- Piensa que el Universo es un lugar de escasez donde yo tengo que ganar como sea.

Para que yo gane los demás tienen que perder.

DELFIN:

- Existe una tercera forma de comunicarse con el mundo.
- Es una alternativa que por desgracia tienen pocas personas.
- Es la estrategia de cultivar la confianza en todos los sentidos: en sí mismo y en los demás.
- Juega al ganar-ganar.
- Piensa que el universo es un lugar abundante en el que para que el gane nadie tiene que perder.

Espero que este libro le sea de utilidad para conseguir mejores negociaciones.

Un fuerte abrazo y recuerde:

Siempre mejor "la estrategia de ganar-ganar".

Gracias.

Martín Arévalo

Coach Empresarial y conferenciante



Dirigido y aprenderá:

Gerentes, Directivos, Ejecutivos. Jefes de Ventas y/o Compras.

Y a cualquier persona que quiera negociar con éxito.

O sea. A todo el mundo ya que todos negociamos todos los días.

- Porque negociamos todos los días, y en cualquier situación.
- Porque ser un experto en negociación te reportará la posibilidad de controlar situaciones de conflicto, en vez de que las situaciones de conflicto te controlen a ti.
- Porque si no eres un experto en negociación, ¿cómo sabes que has llegado a un buen acuerdo?, o ¿Cómo sabes que un mejor acuerdo no hubiera sido posible?
- Porque si *más vale un mal acuerdo que un buen pleito*, imagínate lo que vale un buen acuerdo.
- Porque saber negociar bien te reportará enormes beneficios, especialmente en este contexto de crisis económica y de negociaciones difíciles.

Índice:

Prólogo

Dirigido a:

¿Qué es negociar?

Facilitadores

Escucha activa

Test de Escucha Activa

¿Qué es la asertividad?

Empatía

Preparación

Posiciones y lugar de la reunión

Separar a las personas del problema

Más sobre comunicación

Un poco más sobre comunicación

Armas del negociador

Tipos de preguntas

Manejo de objeciones

Sobre Martín

Ninguna parte de este libro puede ser reproducida o transmitida de ninguna forma o por ningún medio electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación o mediante cualquier almacenaje de información y sistema de recuperación, sin permiso del poseedor de los derechos de autor.

© Del texto, por Martín Arévalo

© De las ilustraciones, por Martín Arévalo

¿Qué es negociar?

“Nunca negocies desde el temor y nunca temas negociar”

John F. Kennedy

“La **negociación** se puede definir como la relación que establecen dos o más personas en relación con un **asunto determinado** con vista a **acercar posiciones** y poder llegar a un **acuerdo** que sea beneficioso para todos ellos.”

La negociación se inicia, obviamente cuando hay **diferencias en las posiciones que mantienen las partes**.

Si estas posiciones fueran coincidentes no haría falta negociar.

Una regla que debe presidir cualquier negociación y que facilita enormemente el poder llegar a un acuerdo es el **respeto a la otra parte**.

Lo que se llama “separar a las personas del problema, en este caso de la negociación”.

No se le debe considerar como un enemigo al que hay que vencer. Muy al contrario, hay que verlo como un **colaborador** con el que se va a intentar trabajar estrechamente con vista a superar las diferencias existentes y llegar a un acuerdo aceptable.

Hay que tener muy claro que **cuando se negocia uno no se enfrenta con personas, sino que se enfrenta con problemas**. Hay que buscar un acuerdo que satisfaga las necesidades de todos los implicados.

¿Desde cuándo negociamos?

Buena pregunta.

Pues negociamos desde que nacemos. El llanto cuando éramos pequeños era, sigue siendo y seguirá siendo un arma de negociación.

Incluso continuando con la infancia, eso lo sabrán muy bien los hermanos pequeños, sobre todo los que eran los más pequeños de varios hermanos, seis, siete, cinco hermanos, aquello de o me lo das o se lo cuento todo a papa... Lo recuerdan. Seguro que sí.

Eso sí que era una negociación potente. Sí señor.

Vamos a empezar con los facilitadores en la negociación.

Facilitadores

“La diplomacia es el arte de conseguir que los demás hagan con gusto lo que uno desea que hagan”.

Dale Carnegie

- **Saber Escuchar. -**

A todos nos gusta hablar. Y hablamos mucho, más de lo que deberíamos.

En cambio, escuchar nos ayuda a conocer más y mejor a la otra parte, obtener información útil y apreciar mejor sus necesidades y motivaciones. La Escucha Activa es una de las herramientas fundamentales en la negociación.

- **Saber Observar. -**

El lenguaje no verbal nos dice más cosas que las propias palabras. Conocerlo nos ayuda a determinar actitudes, sinceridades y disposiciones en cada momento de nuestro oponente.

Y cuando tenemos dos o más personas enfrente, nos informa muy claramente de las contradicciones que entre ellas puede haber.

- **Conocer a la otra parte. -**

Una buena preparación de la negociación es el primer paso (como en todo) hacia el camino del éxito. Conocer los datos de

interés, las fortalezas y las debilidades de la otra parte va a ser de gran ayuda para la consecución de nuestros propósitos.

- **Tener Objetivos concretos. -**

No siempre se tienen los objetivos claros. Muchas veces vamos a la negociación como a una prueba de hasta dónde podemos llegar: "Voy a ver que puedo sacar". La ambigüedad es mala compañera de la negociación. Tenemos que tener muy claro cuáles son nuestros objetivos y -por descontado- qué estamos dispuestos a ceder para obtenerlos.

- **Espíritu Positivo. -**

Posiblemente tendremos que negociar más veces con nuestro oponente y difícilmente lo conseguiremos si en la presente ocasión lo machacamos o, simplemente, termina con la sensación de haber perdido. La actitud "Yo gano - Tu ganas" predispondrá a la otra parte y favorecerá la relación futura.

- **Flexibilidad. -**

Ser como el Bambú.

Sabido es que el árbol rígido es el que más pronto cae.

Cada situación tiene una forma de actuar más adecuada, y cada posicionamiento de la otra parte tiene su técnica de neutralización. En una negociación es vital, por lo tanto, saber adaptar la propia estrategia a cada situación.

- **Adáptate. -**

Sabido es que el árbol rígido es el que más pronto cae. Cada situación tiene una forma de actuar más adecuada, y cada posicionamiento de la otra parte tiene su técnica de neutralización. En una negociación es vital, por lo tanto, saber adaptar la propia estrategia a cada situación.

- **Sé cómo la mosca. -**

La negociación es un arte y, como tal, se nutre de estos dos factores esenciales. Desarrollar esta faceta es imprescindible para todo buen negociador.

Tal y como dijimos al principio de este libro justamente en el Prólogo.

El vuelo de la mosca, dar vueltas a la negociación y poder encontrar soluciones creativas.

- **Sobre las presiones. -**

En toda negociación existen presiones, tanto a nivel interno como externo. Asumir y saber convivir con las propias y ejercer las técnicas para crearlas en la otra parte favorecerá nuestra acción negociadora.

Lo más importante es saber dominar la...escucha activa!!!

Escucha Activa

“Lo más importante en una negociación es escuchar lo que no se dice”

Peter Drucker

- Pero...

¿Qué es la escucha activa?

La escucha activa significa escuchar y entender la comunicación desde el punto de vista del que habla.

¿Cuál es la diferencia entre el oír y el escuchar?

Existen grandes diferencias. El oír es simplemente percibir vibraciones de sonido.

Mientras que escuchar es entender, comprender o dar sentido a lo que se oye.

La escucha efectiva tiene que ser necesariamente activa por encima de lo pasivo.

La escucha activa se refiere a la habilidad de escuchar no sólo lo que la persona está expresando directamente, sino también los sentimientos, ideas o pensamientos que subyacen a lo que se está diciendo.

Para llegar a entender a alguien se precisa asimismo cierta empatía, es decir, saber ponerse en el lugar de la otra persona.

- **Elementos que facilitan la escucha activa:**

Disposición psicológica: prepararse interiormente para escuchar.

Observar al otro: identificar el contenido de lo que dice, los objetivos y los sentimientos.

Expresar al otro que le escuchas con comunicación verbal (ya veo, umm, uh, etc.) y no verbal (contacto visual, gestos, inclinación del cuerpo, etc.).

- **Elementos a evitar en la escucha activa:**

No distraernos, porque distraerse es fácil en determinados momentos. La curva de la atención se inicia en un punto muy alto, disminuye a medida que el mensaje continúa y vuelve a ascender hacia el final del mensaje.

No interrumpir al que habla.

No juzgar.

No ofrecer ayuda o soluciones prematuras.

- No rechazar lo que el otro esté sintiendo, por ejemplo: "no te preocupes, eso no es nada".
- No contar "tu historia" cuando el otro necesita hablarte.
- No contraargumentar. Por ejemplo: el otro dice **"me siento mal"** y **tú respondes "y yo también"**.
- Evitar el **"síndrome del experto"**: ya tienes las respuestas al problema de la otra persona, antes incluso de que te haya contado la mitad.

- **Habilidades para la escucha activa:**

Mostrar empatía:

Escuchar activamente las emociones de los demás es tratar de **"meternos en su pellejo"** y entender sus motivos. Es escuchar sus sentimientos y hacerle saber que **"nos hacemos cargo"**, intentar entender lo que siente esa persona. No se trata de mostrar alegría, si siquiera de ser simpáticos. Simplemente, que somos capaces de ponernos en su lugar. Sin embargo, no significa aceptar ni estar de acuerdo con la posición del otro. **Para**

demostrar esa actitud, usaremos frases como: “entiendo lo que sientes”, “noto que...”.

Parafrasear.

Este concepto significa verificar o decir con las propias palabras lo que parece que el emisor acaba de decir. Es muy importante en el proceso de escucha ya que ayuda a comprender lo que el otro está diciendo y permite verificar si realmente se está entendiendo y no malinterpretando lo que se dice. Un ejemplo de parafrasear puede ser: **“Entonces, según veo, lo que pasaba era que...”**, **“¿Quieres decir que te sentiste...?”**.

Emitir palabras de refuerzo o cumplidos.

Pueden definirse como verbalizaciones que suponen un halago para la otra persona o refuerzan su discurso al transmitir que uno aprueba, está de acuerdo o comprende lo que se acaba de decir. Algunos ejemplos serían: **“Me encanta hablar contigo” o “Debes ser muy bueno jugando al tenis”**. Otro tipo de frases menos directas sirven también para transmitir el interés por la conversación: **“Bien”, “umm” o “¡Estupendo!”**.

Resumir:

Mediante esta habilidad informamos a la otra persona de nuestro grado de comprensión o de la necesidad de mayor aclaración. Expresiones de resumen serían:

“Si no te he entendido mal...”

“O sea, que lo que me estás diciendo es...”

“A ver si te he entendido bien...”

- Expresiones de aclaración serían:
- **“¿Es correcto?”**

“¿Estoy en lo cierto?”

- **Cuidar la comunicación no verbal.** Para ello, tendremos en cuenta lo siguiente:
 - La comunicación no verbal debe de ir acorde con la verbal. Decir " **ya sabes que te quiero**" con cara de fastidio dejará a la otra persona peor que si no se hubiera dicho nada.
 - Contacto visual. Es el porcentaje de tiempo que se está mirando a los ojos de la otra persona. El contacto visual debe ser frecuente, pero no exagerado.
- **Elegir el lugar y el momento adecuados.**

En ocasiones, un buen estilo comunicativo, un modelo coherente o un contenido adecuado pueden irse al traste si no hemos elegido el momento adecuado para transmitirlo o entablar una relación. Es importante cuidar algunos aspectos que se refieren al momento en el que se quiere establecer la comunicación.

Capacidad de escucha activa

- 1.- ¿Recuerdas el color de los ojos de tu interlocutor?
- 2.- ¿Respondes al teléfono mientras otras personas te hablan?
- 3.- ¿Te concentras en el mensaje de tu interlocutor?
- 4.- ¿Piensas en la respuesta que darás, mientras tu interlocutor habla?
- 5.- ¿Prestas atención a los gestos de quien te habla?
- 6.- ¿Animas a la otra persona para que siga hablando?
- 7.- En tu última entrevista, ¿interrumpiste a tu interlocutor?
- 8.- ¿Sueles resumir el mensaje principal de lo escuchado?
- 9.- ¿Terminas alguna frase de la persona que te habla sin esperar que ella finalice?
- 10.- ¿Asientes con la cabeza mientras te hablan?
- 11.- ¿Escuchas parcialmente sólo lo que te interesa del mensaje?
- 12.- ¿Prejuizas la forma de hablar o vestir de tu interlocutor?
- 13.- ¿Recuerdas el mensaje central de una entrevista que mantuviste el día anterior?
- 14.- ¿Intentas aprender algo de lo que te cuentan?
- 15.- Mientras estás escuchando, ¿juegas con algún objeto?
- 16.- ¿Le pides a tu interlocutor que te aclare algún punto?
- 17.- Cuando te dicen algo con lo que no estás de acuerdo, ¿dejas de escuchar?
- 18.- ¿Interpretas el mensaje de tu interlocutor desde su punto de vista?

Suma 1 punto a cada respuesta según:

Sí preguntas 1, 3, 5, 6, 8, 10, 13, 14, 16, 18

No preguntas 2, 4, 7, 9, 11, 12, 15, 17

Suma el total de puntos obtenidos.

Entre 0 y 8 puntos: no te gusta escuchar. Prestas poca atención a quienes te hablan.

Entre 9 y 14 puntos: tu capacidad de escucha es buena. Tu nivel de comprensión de lo escuchado es aceptable.

Entre 15 y 18 puntos: sabes escuchar de forma excelente. Captas fielmente el mensaje de tu interlocutor.

¿Qué es la asertividad?

“Trata de evitar el ultimátum. Puede arrinconarnos a ti y a tu oponente en un callejón sin salida”.

Jim Henning

- Hay quien considera que asertividad y habilidades sociales son términos sinónimos. Sin embargo, vamos a considerar que la asertividad es solo una parte de las habilidades sociales, aquella que reúne las conductas y pensamientos que nos permiten defender los derechos de cada uno sin agredir ni ser agredido.
- **Pongamos un ejemplo: Usted se sienta en un restaurante a cenar. Cuando el camarero le trae lo que ha pedido, se da cuenta de que la copa está sucia, con marcas de pintura de labios de otra persona.**

Usted podría:

- No decir nada y usar la copa sucia, aunque a disgusto.
- Armar un gran escándalo en el local y decir al camarero que nunca volverá a ir a ese establecimiento.
- Llamar al camarero y pedirle que por favor le cambie la copa.
- Este ejemplo ilustra los tres puntos principales del continuo de asertividad:

Estilo pasivo Estilo asertivo Estilo agresivo

- En este sentido, el entrenamiento asertivo no consiste en convertir personas sumisas en quejicas y acusadoras, sino a enseñar que la gente tiene derecho a defender sus derechos ante situaciones que a todas luces son injustas.
- **No hay que interrumpir nunca a la gente. Interrumpir es de mala educación.**
 - Usted tiene derecho a interrumpir a su interlocutor para pedir una explicación.
- **Los problemas de uno no le interesan a nadie más y no hay que hacerles perder el tiempo escuchándolos.**
 - Usted tiene derecho a pedir ayuda o apoyo emocional.

Usted tiene derecho a decir "NO".

- **Cuando alguien tiene un problema hay que ayudarlo.**
 - Usted tiene el derecho de decidir cuándo prestar ayuda a los demás y cuando no.

Vamos a ver un ejemplo ilustrativo de lo que queremos decir:

- Mujer: "Javier, ¿podrías ir a recoger a los niños al colegio?, tengo aun que preparar la lección para mañana y creo no me dará tiempo."
- Marido: "Lo siento Carmen, pero acabo de volver del trabajo y estoy muy cansado, ve tú."
- Mujer: "Sé que estás muy cansado, normal porque te esfuerzas mucho en tu trabajo. Tu jefe debería de darse cuenta de eso y no cargarte con tantas tareas."
- Pero te pido el favor de que recojas los niños, ya que tengo que hacer este trabajo para mañana. Luego podremos descansar."
- **RECUERDE:** Ser asertivo no significa querer llevar siempre la razón, sino expresar nuestras opiniones y puntos de vista, sean estos correctos o no. Todos tenemos también derecho a:

EQUIVOCARNOS.

Empatía

“Mi padre decía que no había que quedarse con todo el dinero que había en un trato, porque si uno se hacía una reputación de quedarse con todo el dinero, ya no había más tratos”.

J. Paul Getty

- **¿QUE ES?**
- **La empatía es la capacidad de entender los pensamientos y emociones ajenas, de ponerse en el lugar de los demás y compartir sus sentimientos.**

La empatía se da en todas las personas en mayor o menor grado. No se trata de un don especial con el que nacemos, sino de **una cualidad que podemos desarrollar y potenciar.**

Se encuentra dentro de lo que llamamos inteligencia emocional, la cual sí podemos trabajarla, lo contrario de la inteligencia racional.

OBSTACULOS DE LA EMPATIA:

- Las personas que están excesivamente pendientes de sí mismas tienen más dificultades para pensar en los demás y ponerse en su lugar.
- Por lo tanto, para el desarrollo de la empatía tendríamos que **ser capaces de salir de nosotros mismos e intentar entrar en el mundo del otro.**

ESTRATEGIAS PARA DESARROLLAR LA EMPATIA:

- **Escuchar con la mente abierta y sin prejuicios;**

Prestar atención y no mostrar interés por lo que nos están contando, ya que es suficiente con saber lo que el otro siente, sino que tenemos que demostrárselo; no interrumpir mientras nos

están hablando y evitar convertirnos en un experto que se dedica a dar consejos en lugar de intentar sentir lo que el otro siente.

- **Habilidad de descubrir, reconocer y recompensar las cualidades y logros de los demás.**

Esto va a contribuir, no solamente a fomentar sus capacidades, sino que descubrirán también, nuestra preocupación e interés por ellos.

¿Cómo expresar la empatía?

- Una de ellas es **hacer preguntas abiertas**. Preguntas que ayudan a continuar la conversación y le hacen ver a la otra persona que estamos interesados por lo que nos está contando.
- Es importante, también, intentar **avanzar lentamente en el diálogo**, de esta forma estamos ayudando a la otra persona a que tome perspectiva de lo que le ocurre, dejamos que los pensamientos y sentimientos vayan al unísono y nos da tiempo de asimilar y reflexionar sobre el tema.
- En ocasiones los otros no necesitan nuestra opinión y consejo, sino **saber que los estamos entendiendo** y sintiendo lo que ellos nos quieren transmitir.

NORMAS PARA UNA BUENA NEGOCIACION

- El ambiente: el lugar, el ruido que exista, el nivel de intimidad...
- Si vamos a criticar o pedir explicaciones debemos esperar a estar a solas con nuestro interlocutor.
- Si vamos a elogiarlo, será bueno que esté con su grupo u otras personas significativas.

- Si ha comenzado una discusión y vemos que se nos escapa de las manos o que no es el momento apropiado utilizaremos frases como: **“lo más interesante es seguir discutiendo esto en.... más tarde”**.

Preparación

"Haz lo posible por conocer a quien te debes enfrentar.

No te sientes nunca a negociar con extraños"

Somers White

- *"Una buena preparación es el camino más seguro para una buena negociación. No se meta nunca en una negociación hasta que no esté bien preparado y haya conseguido la mayor información posible acerca de sus interlocutores".*

Cuestiones que se consideran fundamentales de la preparación de la negociación.

¿SABEMOS QUIEN ES EL D.A.N.?

El DAN es la persona que dirige, autoriza y negocia.

O la persona que tiene el dinero, acuerda y negocia.

Es la persona con la que debemos sentarnos.

Si lo hacemos con otra persona no será igual. Eso está claro.

Tenemos que sentarnos directamente con ella, de lo contrario solo "hablaremos con personas que son intermediarios y no solo la negociación se resentirá, sino uno mismo también con todo lo que ello conlleva. Tiempo, asperezas... y el no poder avanzar todo lo que se deba.

Recopile la mayor cantidad posible de información sobre "la otra parte".

"Un factor que frecuentemente impide una buena negociación es la falta de información sobre qué es lo que motiva a la otra parte".

Algunas preguntas clave para esto son: ¿quién es?, ¿a quién representa?, ¿qué tipo de persona es, a la hora de negociar? Sobre

esta base: ¿qué tácticas podrá emplear?, ¿cómo podemos neutralizarlo?

- ¿cuáles pueden ser sus intereses con respecto a nosotros?, ¿cuáles son sus fortalezas y debilidades?, ¿qué podría ofrecerme?, ¿qué podríamos ofrecerle que le interesara? (Cosas de alto valor para B y bajo costo para nosotros).

Conozca a su competencia y conozca su C.U.V. siempre.

Usted debe tratar de conocer mejor que nadie lo que ofrece su competencia.

Dicen que no conocer a su competencia es de “necios”. Es una frase que suelo decir siempre en seminarios o conferencias sobre diferenciación.

No es ético criticar a la competencia, pero usted debe estar preparado para fundamentar las ventajas de la oferta suya con respecto a la de otros. Si usted es vendedor y sus precios son superiores a los de la competencia, debe tener bien claro qué ventajas **adicionales supone comprarle a usted. ¿Mayor calidad? ¿Servicio de postventa? ¿Mejores condiciones de pago?**

Es lo que se llama característica única de venta.

Es el motivo, la característica, lo que se llama **unicidad** que nos hace diferentes a los demás competidores.

Es el motivo por el cual nos diferenciamos y por el cual nos elijen y nos compran.

Identifique en forma realista cuáles son sus fortalezas y debilidades, para esa negociación.

- Conociendo lo que puede interesarle a la otra parte, lo que ofrece la competencia y las “ventajas competitivas” que Ud. tiene, debe identificar bien las fortalezas en las que debe

apoyarse y prepararse para las debilidades que pueda señalarle la otra parte.

D.A.F.O.

Ya sabe, debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.



Prepare un listado de lo que puede interesar a la otra parte.

Lo que distingue el comportamiento de negociadores exitosos frente a los “negociadores promedio” es que los primeros generan el doble de opciones para el intercambio. Esto les permite moverse en un espectro mucho más amplio en el intercambio.

Genere una lista de las posibles “ofertas” que Ud. piensa que la otra parte podría hacerle.

Con esto, valore el interés que cada una podría tener para Ud. y las respuestas que convendría darle sobre las mismas, o lo que podría pedirle usted a cambio de su aceptación.

Recopile información sobre negociaciones anteriores sobre ese asunto, que usted pueda utilizar como referencia.

Al igual que hemos comentado en apartados anteriores, es necesario conocer SIEMPRE Y DIGO SIEMPRE a la competencia. Siempre es

necesario estudiar a la otra parte y cuáles son sus comportamientos en negociación y a la persona con la que se va a negociar.

Prepare una lista de “posibles concesiones” que puede hacerle a la otra parte”.

- Pedir algo a cambio.
- Concederla “agonizando”, es decir, como “algo muy excepcional”, “pedir discreción”, lo “último que podemos hacer”.
- “Sobrevalorarla”, como algo que tiene mucho valor para Ud. y que la hace solamente por tratarse de “B”, de nuestras relaciones futuras, etc.

Trate de identificar el “Balance de Poder” que pueda existir entre Ud. y la otra parte.

Cuando Ud. le debe mil dólares al Banco, Ud. está en manos del Banco. Pero, cuando Ud. le debe un millón de dólares, el Banco está en manos de Ud.”. En los años sesenta, Cuba hizo una compra grande a una empresa británica, podía haberla hecho en otra empresa, pero, para la que se seleccionó, la compra cubana representaba un 40% de la producción de ese año.

Imagínese lo que ocurrió. Los cubanos tenían bien cogidos a la empresa suministradora, por lo que, al negociar, siempre tenían las de perder. Una muy buena estrategia.

Defina su “Punto de inicio” en niveles lo suficientemente altos como para poder garantizar el intercambio, pero no tan alto que lo obligue a hacer concesiones en el inicio.

- Se dice que la negociación es una mezcla de “**ciencia**” y de “**arte**”. La “ciencia” está en las regularidades que han demostrado ser efectivas en situaciones anteriores.
- Según experiencias, se obtienen mejores resultados cuando se inicia en niveles relativamente altos (o bajos si vamos a comprar). El “**arte**” está en definir “hasta donde” más alto (o más bajo), de

manera que no nos obligue a realizar concesiones unilaterales en el inicio, es decir, por las que no podamos pedir algo a cambio.

A esto se la llama...

- **Meter la pata de buena voluntad**
- Un craso error sobre el que previenen los especialistas en negociaciones es el referido a las cesiones unilaterales, esto es, a los llamados gestos de **"buena voluntad"**.
- Se trata de aquella concesión que una de las partes realiza espontáneamente al inicio del proceso de la negociación con el ánimo de mostrar sus buenas intenciones, su deseo de llegar a un arreglo y/o buscando que la otra parte se involucre y tome una actitud similar.

Determine cuál es su MAAN (Mejor Alternativa de Acuerdo Negociado) y utilícelo como referencia para determinar su "Punto de Abandono".

- "La razón para negociar es obtener algo mejor de lo que se obtendría sin negociar. Si Ud. decide vender una casa, cuando vaya a definir el precio, la pregunta que debe hacerse no es ¿qué debería obtener?"
- Si usted puede obtener 20. 000 euros arrendando la casa, eso es lo que Ud. "ya tiene". No tiene sentido negociar la venta si no obtiene un ingreso superior. Eso es lo que Ud. puede utilizar para determinar su "Punto de Abandono".

Fundamente sus posiciones con pocos argumentos, los más sólidos, sea flexible, cambie su estrategia inicial si puede identificar nuevas oportunidades.

- **Generalmente, pensamos que mientras más argumentos tengamos para fundamentar nuestras posiciones e intereses, somos más convincentes.** Las experiencias dicen lo contrario,

cuando Ud. utiliza muchos argumentos, todos no tienen el mismo valor, entonces, “B” puede refutar su presentación, objetando los que sean más débiles.

Haga muchas preguntas a la otra parte para conocer mejor sus necesidades e intereses. Con esto, puede verificar las percepciones que Ud. tenía y ajustar su estrategia, si resulta conveniente

- Los negociadores exitosos hacen **el doble de preguntas** de las que hacen los “negociadores promedio”. La pregunta es una herramienta muy útil en las relaciones interpersonales, transmite la idea a su interlocutor de que a Ud. le interesa y valora lo que diga. Al mismo tiempo, le ofrece a Ud. la oportunidad de **obtener más información** y tener más libre su mente para preparar su exposición. Recuerde que la velocidad del pensamiento es 10 veces la de la exposición. **Mientras el otro habla, Ud., además de escuchar, tiene más tiempo para pensar.**

Controle sus emociones y sea paciente.

- Este es un comportamiento de la inteligencia emocional, que caracteriza a los negociadores exitosos. Según Goleman, cuando Ud. no controla sus emociones puede llegar a las peores conclusiones y comportamientos. Su pensamiento pierde capacidad de análisis y la exposición de sus ideas resulta incongruente. ***“Las emociones juegan un papel muy poderoso (y peligroso) en las negociaciones. Si Ud. no puede controlarlas, estará en desventaja.***

Declare sus sentimientos, cuando se presentan situaciones que no debe aceptar.

La mejor forma de expresar algo que no podemos aceptar es revelando los sentimientos que nos provoca. ***“Sr. Fernández, siento que no estamos recibiendo un trato justo, que no hay un balance entre nuestras propuestas y las suyas, que Uds. no están siendo sinceros”.***

Separe las personas de los problemas.

Implica ponerse en el lugar del otro (empatía), para entender mejor lo que plantea, ser fuerte con el problema y suave con las personas, tratar de crear una relación de trabajo con la otra parte, escuchar más que hablar, involucrarlo en la búsqueda de soluciones de **“ganar-ganar”**.

- debe tener en cuenta el dicho **“Las palabras se las lleva el viento”**. Esto significa que ninguna cesión debe hacerse a cambio de una promesa en un futuro impreciso o remoto. Y, obviamente – agrego yo-, no debe cederse ningún bien a cambio de nada.

Posiciones y lugar de la reunión

“No podemos negociar con aquellos que dicen, lo que es mío es mío y lo tuyo es negociable”.

John F. Kennedy

- **Posición suave**

- Los participantes son amigos
- La meta es el acuerdo
- Haga concesiones para cultivar la relación
- Sea suave con la gente y el problema
- Confíe en los demás
- Cambie su posición con facilidad
- Ofrezca
- Exponga su límite inferior
- Acepte pérdidas unilaterales para llegar al acuerdo
- Busque la respuesta única: la que ellos aceptarán
- Insista en un acuerdo
- Trate de evitar una contienda de voluntades
- Ceda ante la presión

- **Posición dura**

- Los participantes son adversarios
- La meta es la victoria
- Exija concesiones como una condición de la relación
- Sea duro con el problema y la gente

- Desconfíe de los demás
- Profundice en su posición
- Amenace
- Engañe respecto a su límite inferior
- Exija beneficios unilaterales como precio del acuerdo
- Busque la respuesta única: la que *tu* aceptarás
- Insista en su posición
- Trate de ganar una contienda de voluntades
- Presione

En relación con el lugar donde tendrán lugar las negociaciones caben tres posibilidades.

1.- Negociar en nuestras oficinas

2.- Negociar en sus oficinas

3.- Negociar en terreno neutral

1.- Negociar en nuestras oficinas

- 1- Mayor tranquilidad emocional al sentirse uno en casa.
- 2.- Se dispone de toda la información necesaria.
- 3.- Se facilita consultar con algún especialista de la empresa si fuera necesario.
- 4.- Permite elegir la sala de reunión (tamaño, tipo de mesa, disposición de las personas,), seleccionando aquella que nos resulte más cómoda.
- 5.- Permite disponer mejor de los tiempos: comienzo, pausas, almuerzo, café, reanudaciones (se puede utilizar en beneficio propio).
- 6.- El actuar de anfitriones permite atender al interlocutor y ganarse su agradecimiento (recogerle en el aeropuerto, invitarle a almorzar,

enseñarle unas modernas instalaciones, tener todo perfectamente organizado...).

B.- Negociar en sus oficinas

1.- En este caso las ventajas señaladas en el punto anterior pasan a beneficiar a la otra parte.

2.- No obstante, también esta opción nos ofrece algunas ventajas.

3.- Permite presionar a la otra parte para que haga las consultas necesarias y tome una decisión sobre la marcha.

4.- Permite jugar con las interrupciones y ganar tiempo: con la excusa de que no se dispone allí de ciertos datos o de que hay que consultar con algún especialista de la empresa, se puede solicitar levantar la reunión y quedar en reanudarla más adelante.

C.- Terreno neutral

En este caso ambas partes se encuentran en igualdad de condiciones.

Ejemplos: - en algún hotel de la ciudad

- una ciudad a medio camino entre las sedes de las dos compañías.

Puede ser una manera adecuada de comenzar las negociaciones, especialmente cuando las partes no se conocen

No hay que olvidar que no se cuenta con los recursos de que dispone en su oficina.

La sala de reunión

1.- Buena luz y temperatura agradable

2.- Acústica

3.- Amplitud suficiente

4.- Colocación: distribución sin privilegios

5.- Material de apoyo (proyector, PC, teléfonos, etc.)

6.- Sala anexa reservada: poner a disposición de los visitantes una sala privada por si necesitaran estar a solas para sus deliberaciones.

Separa a las personas del problema.

“Uno se defiende cuando dispone de medios suficientes, y ataca cuando dispone de medios más que suficientes”.

Sun Tzu

- Este aspecto humano de la negociación puede resultar útil o desastroso.





Los D se sienten a gusto siendo líderes. Les gusta hacer lo que no hace nadie más. Les gusta ser pioneros innovadores. La mejor forma de negociar es decirles: esto es lo que necesitan para ser más productivos, rentables, prósperos y líderes de otros.

Respételos y no haga nunca que se sientan inferiores. Necesitan respetar a la otra parte. Lo que es más importante, necesitan tener confianza en que usted puede entregar lo que dice. Hay que darles datos y razones. Tampoco intente ser demasiado amistoso con ellos.

Querrán recibir la versión más corta de todo. *No necesitan detalles, de hecho, entrar en ellos les aburre. Deles un breve resumen de cosas diferentes demostrando su lógica. Como quieren ser productivos dígaes que lo que usted tiene les ayudará a serlo. Dígaes que tendrán más éxito utilizando su servicio o producto. Eso es lo que quieren saber.*

Deles mejores soluciones o maneras de hacer las cosas, sea contundente si tiene que serlo, no les importa ni les preocupa demasiado siempre que cuenten con su respeto.



Para negociar con un I necesita ganárselo y ser su amigo. *Si no demuestra que se preocupa por él o que le gusta, no querrá negociar con usted.*

Necesita demostrar que tiene sentido del humor, que le gusta divertirse

y que está disfrutando hablando ahora con él. Puede ser un poco estricto, pero no demasiado serio.

Los I desean hacer lo que les parece popular. No quieren hacer nada que parezca un trabajo detallado que les llevará mucho tiempo. Si les parece aburrido lo rechazarán. Lo mejor que puede decirles es que será divertido.

Negociaran con personas que aparenten tener el mismo carácter que ellos. Así que muéstrese feliz, sea espontáneo y no ensaye. Hable de otras cosas aparte de lo que está negociando. Sea parlanchín al principio, en el medio y al final del proceso. En ocasiones querrán salirse por la tangente. Déjeles llevar el peso de la conversación. Les encanta. Les encanta hablar de todo, especialmente de otras personas.



Es más fácil negociar con un D o I que al S. Quiere mantenerse firme en su toma de decisiones. No le gusta apresurarse y dedica tiempo a tomar una decisión. Tampoco le gusta la presión ni la insistencia.

Usted necesita ser su amigo y establecer una relación auténtica con él. Sea reservado como él. Sea casual. Resuma lo que quiere que compre y dé detalles después. Dele datos para que tome una decisión y dígame que ha de tomarla pronto.

Pero no espere decisiones rápidas. Explique al principio que si usted puede proporcionarle todo lo que desea y espera hoy, y los dos están de acuerdo en que es lo mejor para usted, exponga los pasos que deben seguirse para culminar el proceso. Entonces diga: ¿está bien que hagamos esto? Haga que se comprometa a tomar una decisión hoy, si puede en un principio.



Negociar con un C puede suponer un reto. Un C puede ser muy escéptico ante alguien que diga que tiene algo que necesitará, dado que casi siempre piensa que lo que ya tiene es bueno.

Generalmente puede resistirse al cambio porque tiene su propia manera de hacer las cosas. No considerará tomar una decisión a menos que se le muestren datos abundantes y válidos.

Prepárese para pasar mucho tiempo con ellos. Le harán cien preguntas y aplazarán su decisión porque su mente está pensando, ¿he estudiado cada detalle que necesito conocer?

Son precavidos. Principalmente porque han encontrado el modo de hacer cosas sin ayuda de nadie y un nuevo sistema significará que tienen que volver a aprender. Son mucho más felices haciendo lo que ya saben hacer.

No espere que un C tome una decisión rápida. Le gusta tener tiempo para pensar. Por tanto, déselo. Hable sobre los hechos respaldados por la lógica. Vuelva a él otro día sólo si dice: le he dado todo lo que necesita para tomar una decisión, así que le llamaré mañana a las... para ver dónde estamos.

Personas visuales

- **Visual:** Son aquellas personas que tienen gran capacidad de describir algo con toda claridad y se dejan llevar por cómo se ven las cosas.

Auditivas: Son aquellas personas que tienen una gran sensibilidad en el oído, y los sonidos pueden lograr cambio de actitud de estas personas. Son buenos oyentes y conversadores.

Kinestésico: son aquellas personas que perciben a través de los sentimientos. Tienen un sexto sentido llamado intuición de lo que es apropiado o no.

Más sobre la Comunicación

"La negociación requiere un compromiso, una posición ubicada en algún lugar entre dos posiciones existentes".

Edward de Bono

- ***¿Qué debemos hacer para lograr negociaciones exitosas?***

CARPA:

- Sigue la ley de la menor resistencia. Es prácticamente ciega. Quien vive como una carpa (y realmente existen muchas personas con esas características), no está al corriente de lo que sucede. Esta desconectada de la realidad. Tiene miedo a decir no.

No jugaré, no negociaré porque sé que no ganaré.

"el universo es un lugar de escasez"

TIBURON:

- El tiburón por su parte consigue ver a corto plazo, pero ignora las consecuencias del largo plazo.
- Siempre quiere sacar ventaja sobre los otros.
- Siempre juega al juego de GANAR-PERDER
- No tiene confianza ni en sí mismo ni en los demás, y no inspira confianza en nadie.
- Piensa que el Universo es un lugar de escasez donde yo tengo que ganar como sea.

Para que yo gane los demás tienen que perder.

DELFIN:

- Existe una tercera forma de comunicarse con el mundo.
- Es una alternativa que por desgracia tienen pocas personas.
- Es la estrategia de cultivar la confianza en todos los sentidos: en sí mismo y en los demás.
- Juega al ganar-ganar.
- Piensa que el universo es un lugar abundante en el que para que el gane nadie tiene que perder.

3 herramientas de comunicación

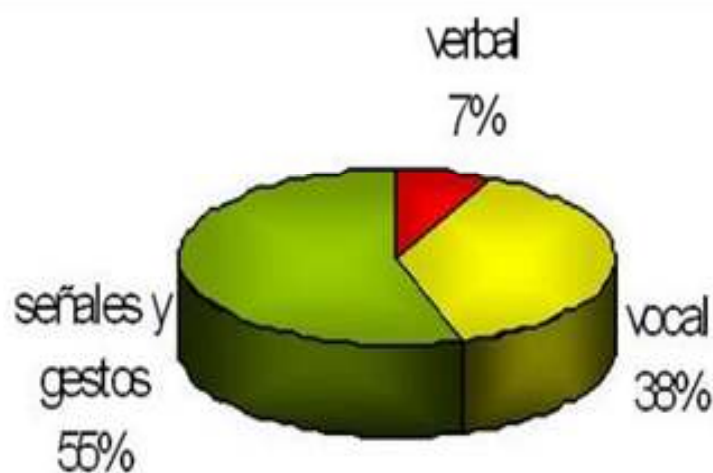
• %

Palabras 7%
 VOZ, ritmo y tono 38%
 LENGUAJE CORPORAL 55%

Openmind y Martín Arévalo
 copyright 2011 by Openmind. all rights reserved



La tarta de la comunicación



Openmind y Martín Arévalo
 copyright 2011 by Openmind. all rights reserved



Los visuales

- "Son los que necesitan ser mirados cuando les estamos hablando o cuando lo hacen ellos, es decir, tienen que ver que se les está prestando atención. Necesitan ser mirados para sentirse queridos, son las personas que dicen cosas como "mira...", "necesito que me aclares tu enfoque sobre...". Hablan más rápido y tienen un volumen más alto, piensan en imágenes y muchas cosas al mismo tiempo.

Generalmente empiezan una frase y antes de terminarla pasan a otra, y así constantemente, van como picando distintas cosas sin concluir las ideas e inclusive no les alcanzan las palabras; de la misma manera les ocurre cuando escriben.

Los auditivos

Estas personas tienen un ritmo intermedio, no son ni tan rápidos como los visuales, ni tan lentos como los kinestésicos. Son los que necesitan un "aha...", "mmm...", es decir, una comprobación auditiva que les dé la pauta que el otro está con ellos, que les presta atención. Además, son aquellos que usan palabras como "me hizo click...", "**escúchame...**", "**me suena...**", palabras que describen lo auditivo.

Los auditivos piensan de manera secuencial, una cosa por vez, si no terminan una idea no pasan a la otra. Por eso más de una vez, ponen nerviosos a los visuales ya que estos van más rápido, el pensamiento va más rápido.

En cambio, el auditivo es más profundo comparado con el visual. Este último es más superficial, pero puede abarcar más cosas a la vez, por eso es también el que hace muchas cosas a la vez.

Los kinestésicos

Tienen mucha capacidad de concentración, son los que más contacto físico necesitan.

Son los que nos dan una palmadita en la espalda y nos preguntan "¿cómo estás?"; además son los que se van a sentir atendidos cuando se interesen en alguna de sus sensaciones.

Usan palabras como **"me siento de tal manera..."**, **"me puso la piel de gallina tal cosa..."** o **"me huele mal este proyecto..."**. Todo es a través de sensaciones.

Todos tenemos los tres sistemas representacionales y a lo largo de la vida se van desarrollando más uno que otros y esto depende de diferentes cosas: de las personas que tenemos alrededor, de la experiencia laboral, inclusive hasta de los docentes. Existen familias más visuales, más auditivas o kinestésicas.

Predicados visuales

- Yo no veo las cosas de esa manera...
- ¡Ven lo que yo digo...!
- Tiene que verlo con sus propios ojos....
- Mi punto de vista...
- Visionario...
- Falta de perspectiva...
- Es lo más transparente...
- Colorido...
- Luminoso...
- Me imagino...
- Miremos bien lo que vamos a hacer...
- Viendo las cosas desde los dos lados...
- No puede ver el bosque por ver los árboles...
- Visión de conjunto...
- Me quedé claro y sin vista...

- Si juzgamos por las apariencias...
- Ojo avizor...
- Muéstrame...

Predicados auditivos

- Lo oigo perfectamente...
- Están murmurando cosas...
- En un suspiro...
- No me suena que está bien...
- ¡Y que me lo digas...!
- De viva voz...
- Habla, por favor...
- En pocas palabras...
- Cuéntame otro cuento...
- Pensé en voz alta...
- Tenía oídos sordos...
- En pocas palabras...
- Verbalizo...
- Vocalizo...
- El punto es debatible...
- Habla francamente...
- El argumento más importante...
- Discutamos...
- Debemos preguntarnos...
- Me gusta su discurso...

Predicados kinestésicos

- Quedemos en contacto...
- No siento que las cosas sean así...
- Debo decir, con el corazón en la mano...
- El ambiente está tenso...
- El ambiente está cargado...
- Es un argumento picante...
- Huele a quemado...
- Huele a podrido...
- Me quedó un mal sabor...
- La situación es irritante...
- Tenemos que calmarnos...
- Pasó sobre mi posición...
- Las agarra todas...
- Trae un punto interesante...
- El punto más álgido...
- Me da la impresión...
- Me desvistió con la mirada...
- Es emocionante...
- No dejó espacio para más nada...
- ¡Qué pesado...!

Conductas “visuales”

- Habla rápido
- Respira rápido, alzando los hombros (respiración pectoral, superficial)

- Mira mucho hacia arriba o se “desenfoca”
- Habla con tono de voz agudo, algo nasal
- Tiende a palidecer
- Cabeza erguida, con ligera tensión en los músculos del cuello
- Su cuerpo se inclina hacia delante con postura algo rígida
- Gesticula rápidamente, en forma gráfica y por encima de la cintura
- Se toca los pómulos señalando los ojos
- Mientras escucha sentado, se inclina hacia delante y mira fijamente a quien habla
- Tono muscular general tenso

Uso de expresiones y palabras visuales

Conductas “auditivas”

- Habla despacio, hace pausas
- Mueve los ojos horizontalmente
- Voz bien timbrada, buena dicción, articulación, con frecuentes expresiones onomatopéyicas
- Respiración media, pausada, bien manejada
- Tiende a inclinar la cabeza hacia la izquierda mientras escucha (postura “del teléfono” o de diálogo interno)
- Se toca la barbilla, tiende a enumerar con los dedos cuando explica
- Sentado, cruza los brazos
- Postura distendida
- Cruza las piernas (preferiblemente la izquierda sobre la derecha)
- Movimientos rítmicos, tamborileo con los dedos, mueve los pies rítmicamente

- Sentado, se inclina hacia atrás mientras escucha
- Uso de expresiones y palabras auditivas

Conductas “kinestésicas”

- Tiende a hablar lentamente, con voz grave, a veces solemne
- Hace pausas largas, baja la mirada (hacia la derecha) antes y al hablar
- Enrojecimiento de rostro y pecho (ocasional)
- Respiración profunda, abdominal, frecuentemente sonora
- Tendencia a tocarse el cuerpo y al interlocutor
- Postura muy distendida, relajada, cruza los brazos frecuentemente
- Tiende a cruzar la pierna derecha sobre la izquierda
- Sentado, se inclina hacia atrás, a veces exageradamente
- Tono muscular relajado
- Tendencia a poner las palmas de las manos hacia arriba, como mostrándolas
- Ligero engrosamiento del labio inferior cuando procesa kinestésicamente
- Uso de expresiones y palabras kinestésicas

Cómo habla una persona sensitiva

“Me preocupa lo que dicen en la empresa sobre este problema”

“Tengo la sensación de que la mayoría de los empleados no estarán de acuerdo con este arreglo. Habrá que sensibilizarlos”

“Me interesa lo que se ha decidido en otras ocasiones sobre esta materia”

“Quiero consultar con mi gente y oír la opinión de otros compañeros antes de aceptar cualquier acuerdo”



En...

- **Tono de voz**
- **Ritmo al hablar**
- **Frases y expresiones**
- **Metáforas**
- **Postura del cuerpo, etc.**

La clave es...

- Observar a la otra persona y "convertirte" en ella a un nivel no consciente.
- La duplicación crea un vínculo, una conexión.

Cuando negocies con un visual...

- **Enséñale gráfico, folletos imágenes, etc.**
- **Utiliza el mail para contactar con él.**

Cuando negocies con un auditivo...

- **Coméntale lo que otros han dicho sobre tu producto o servicio.**
- **Usa preferentemente el teléfono para mantenerte en contacto con él.**

Cuando negocies con un kinestésico...

- **Intenta darles algo que puedan tocar o manipular.**
- **Procura tener reuniones cara a cara.**

Ejercicio DUPLICACION KINESTESICA

- Escribe o di las siguientes ideas usando un lenguaje kinestésico:
- **Es una buena idea, pero necesita algunos cambios.**
- **¿comprende mi punto de vista?**
- **Tenemos un producto estupendo que va a aumentar su productividad.**

Algunas respuestas:

- **La sensación que me da es buena, pero hay que limar algunas asperezas.**
- **¿siente mi preocupación respecto a este tema?**
- **Nuestro producto le dará un buen empujón a la productividad y elevará el listón de lo que la gente puede hacer.**

Preguntas:

- **Decid si las siguientes frases son: V, A o K.**
- **ES UN TEMA DEMASIADO CANDENTE.**
- **LE VEO BUENAS POSIBILIDADES A ESTE NEGOCIO.**
- **ESCUCHE ATENTAMENTE LO QUE LE VOY A MOSTRAR.**
- **¿Cómo PODEMOS ACLARAR ESTE ASUNTO?**
- **SI SE PUEDE DECIR A SI MISMO QUE LO QUE HA VISTO TIENE SENTIDO, ENTONCES HABREMOS TENIDO ÉXITO**



- ¿Qué tiempo utilizamos para juzgar y para que nos juzguen cuando somos presentados a alguien?

“Usted es juzgado en los primeros 15 a 20 segundos cuando se presenta por primera vez a una persona”

- Conocer los problemas a solucionar, **INTERESARSE REALMENTE POR EL y HACERLE VER QUE BENEFICIOS LE REPORTARA.**
- Haciendo participe a la otra parte.
- Explicar claramente sus beneficios, no sus características.
- Ir al ritmo **MENTAL Y ORAL** de su interlocutor.
- Debemos hacer hablar a la otra parte. Un negociador que HABLA Y HABLA SIN PARAR rara vez triunfará. En la NEGOCIACION HACE FALTA DIALOGO.
- Escuche a la otra parte. Debemos dominar el arte de la escucha y de LAS PREGUNTAS PODEROSAS.
- Sobre todo, recordemos la ACTIVA PARTICIPACION DE LA OTRA PARTE.
- Tenemos dos oídos y una boca y es para...

ESCUCHAR EL DOBLE DE LO QUE HABLAMOS.

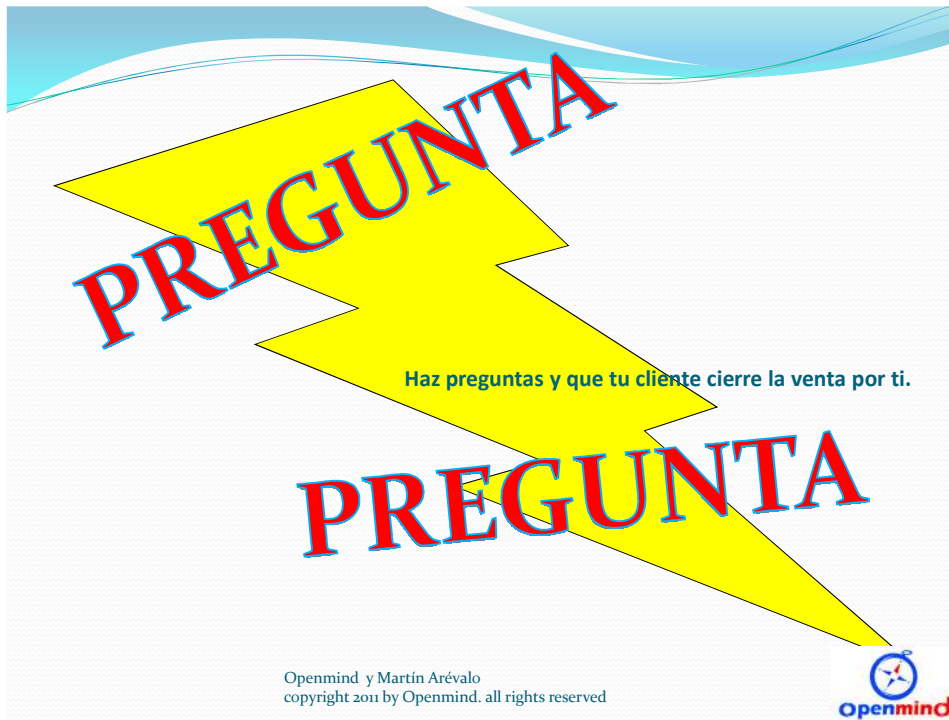
NO POR MUCHO HABLAR VENDEMOS MAS.

Técnica de los pequeños cierres afirmativos:

- ¿quiere esta casa verdad?
- ¿le gusta este mobiliario verdad?
- ¿los frenos ABS son importantes verdad?

Consigamos pequeños cierres.

Muchos pequeños cierres nos llevarán a un **SI FINAL.**



Tipos de preguntas

“Si sabes interpretar el arte de las preguntas poderosas tendrás ganada media negociación. La otra mitad es saber escuchar las respuestas a dichas preguntas”

Martín Arévalo

- Existen varios tipos de preguntas siendo las más importantes las preguntas abiertas y las preguntas cerradas.
- **Las preguntas abiertas** son aquellas que tienen por objeto hacer hablar a nuestro interlocutor.
- El objetivo es que no nos responda con monosílabos. Son todas aquellas preguntas que empiezan por quien, que, cuando, como, cuanto, cual, etc.
- **Las preguntas cerradas** comienzan con un verbo y la respuesta de nuestro interlocutor será un sí o un no.
- ¿Tienes coche?
- ¿Has comido ya?
- Tenemos que evitar este tipo de preguntas sobre todo al inicio de nuestra entrevista. El principio de la entrevista es fundamental ya que es el comienzo de cómo transcurrirá ésta.
- Es muy importante que centremos la entrevista sobre sus puntos de vista y necesidades, y no sobre nosotros, nuestra empresa o nuestros productos.
- Existen algunas preguntas cerradas que nos vendrán muy bien en el transcurso de la entrevista sobre todo en el cierre para sondear al cliente.
- ¿Por lo que veo este color es el que más le ha gustado?
- ¿Si lo tuviese más grande lo compraría?

Alternativas y de control

- **Preguntas alternativas** son las que orientan la decisión entre varias posibilidades.
- ¿Prefiere el pago mensual o trimestral?
- Este tipo de preguntas son utilísimas para cierres de venta.
- **Preguntas de control** son aquellas que inducen a pensar a nuestro interlocutor.
- Si he entendido bien, ¿lo que más valora en un vehículo es...?
- Son preguntas para utilizar si el cliente ha perdido un poco el hilo de la entrevista o vemos que se ha quedado un poco parado, así de esa forma lo volvemos a meter en la entrevista.
- También son muy útiles para que el cliente vea que estamos escuchando sus argumentaciones.

¿Cuándo?

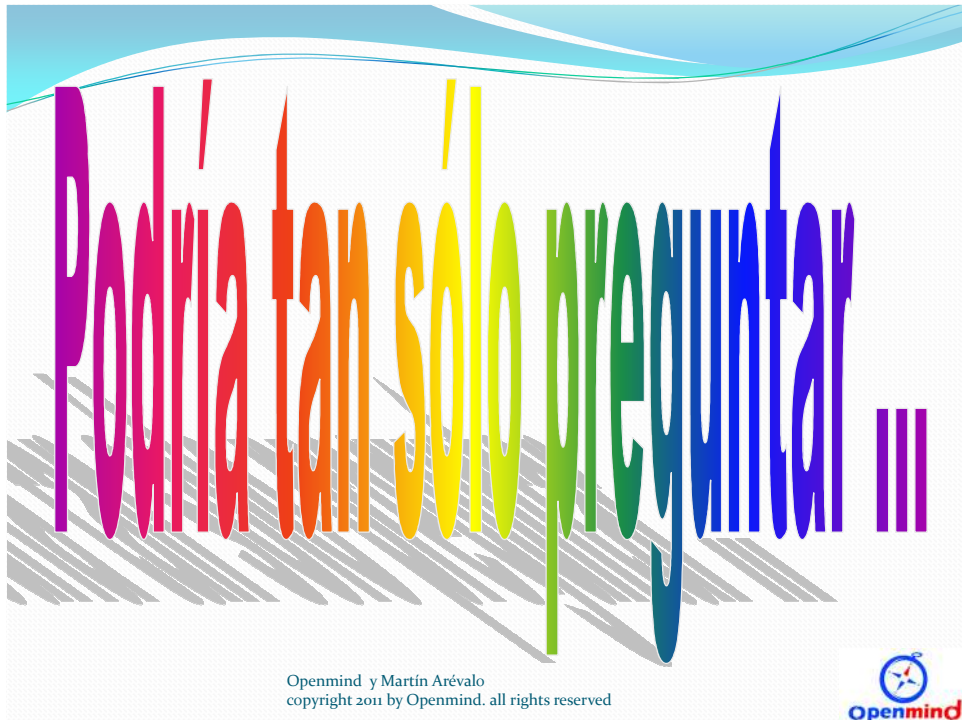
- Este es el arte de hacer preguntas.
- No solo se debe preguntar, sino que además tenemos que saber **CUANDO PREGUNTAR.**
- Debemos hacer las preguntas adecuadas en orden adecuado y en el momento adecuado.
- Tampoco debemos abusar con las preguntas ya que parecerá más un interrogatorio que una entrevista de ventas.
- Quien pregunta, hace la pregunta con un fin en mente específico. No se pregunta por preguntar.
- Se hace para conseguir una información que utilizaremos en un momento u otro de la entrevista.
- Es muy común entre los vendedores profesionales el ir haciendo preguntas que se respondan con un sí.

- A eso se le llaman cierres parciales. Muchos Síes nos llevarán a un sí mayor. **AI SI FINAL** a nuestro artículo o producto/servicio.

Formula para suavizar preguntas



Openmind y Martín Arévalo
copyright 2011 by Openmind. all rights reserved



Openmind y Martín Arévalo
copyright 2011 by Openmind. all rights reserved





**Despues de cada
pregunta
Escucha y da
señales de
asentimiento**

Pero escucha!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Openmind y Martín Arévalo
copyright 2011 by Openmind. all rights reserved



Openmind y Martín Arévalo
copyright 2011 by Openmind. all rights reserved



Mientras haces preguntas

Ve dando información...

Pero habla al potencial cliente en Su lenguaje

¡En su lenguaje!!!!

Frases para centrar al cliente

- Según tengo entendido Sr. Fernández...
- Permítame ver si esta es su situación...
- Empecemos a definir un área de posible mejoramiento...
- Este producto está particularmente bien adaptado a ...

Técnica de atracción a la personalidad

- No ahorre cumplidos sobre algo que merezca ser alabado. Sea sincero al decirlo.
- Hay que hablar al nivel del cliente. Utilice su mismo lenguaje.
- Hable de lo que más le interesa al cliente.
- Detecte cuanto antes sus necesidades.
- Pida consejo al cliente. Deje que los demás se sientan superiores a usted durante un ratito.

¿quien
Además de
De Ud. mismo
ESTARA INVOLUCRADO
En la DECISIÓN

Openmind y Martín Arévalo
copyright 2011 by Openmind. all rights reserved



Manejo de objeciones

“Cerca del 70% de las objeciones son falsas. Las personas mienten. Pero "mentir" rima con "adquirir" y usted debe suponer que su cliente es un comprador y no un embustero”

Don Sheehan

Las objeciones:

Se pueden Prevenir y Manejar...

Ejercicio

- Cuando vaya a negociar haga una lista de las distintas objeciones que usted suele recibir. Luego escriba con sus palabras cuál considera usted que sería una respuesta adecuada a cada objeción, utilizando como base: "Es justamente por eso que usted necesita esto. Permítame que le explique ". Asegúrese de responder cabalmente el concepto fundamental de la objeción y transfórmela en la razón para negociar.

OBJECCIONES

- **¿Cómo lograr que las Objeciones trabajen para Usted???**

Usted busca la aceptación, y si bien el rechazo nunca es una respuesta deseada, es posible manejarlo de manera positiva. En realidad, el problema no es el rechazo, sino la manera en que usted lo interpreta y lo maneja. Si usted deja de verlo como una temida pesadilla, y toma al rechazo como una parte necesaria de un proceso, su reacción será más positiva y tendrá nuevas

alternativas para mantener el liderazgo de la comunicación y lograr que su cliente diga "SI".

Olvide por un momento su afán de negociar; cambie el tema de la conversación; luego ataque nuevamente.

MANTENGA LA ACTITUD MENTAL ADECUADA

- Recuerde que "NO" significa: explíqueme más, no estoy todavía suficientemente convencido como para decir "SI". No quiere decir necesariamente "NO LO QUIERO"
- Usted está en una situación intentando persuadir a su cliente, algo que va a beneficiar a la otra parte. Si la otra parte manifiesta una serie de objeciones, no se enoje.

Si usted parece enojado, solo conseguirá reforzar los temores y desconfianza de la otra parte que son la causa de sus objeciones.

- De igual manera, su lenguaje corporal, su apariencia, su postura, y la manera en que usted habla deben expresar de manera congruente confiabilidad y seguridad
- Uno de los problemas que nos ocasiona una interpretación negativa del rechazo, es que generará en nosotros apatía y miedo, lo que nos condicionará en el futuro a reducir nuestro promedio de negociaciones.

¿MENTIRAS?

Algunas objeciones son directamente mentiras, como: **"Necesito hablarlo primero con mi esposa"** o **"No puedo tomar ninguna**

decisión hasta que ocurra "X", o "Usted no tiene el color que yo estoy buscando". Tenemos que recordar que estas no son mentiras maliciosas cuya intención sea perjudicarnos, sino mentiras auto defensivas que no debemos tomar como algo personal, sino comprenderlas y desbaratarlas.

- Otras objeciones no significan **necesariamente "No"**, simplemente significan **"no todavía"**. Son simplemente pedidos de mayor información. Una pobre preselección o determinación de las necesidades de un cliente, un abordaje demasiado rápido y presionante, o un nivel bajo de empatía en la comunicación, creará en nuestro cliente la necesidad de apartarse de nosotros o requerir más tiempo, cosa que expresará en la forma de una objeción.

Manejo eficiente de las objeciones

No, no, no, ¡SI!

- Un "NO" en boca de alguien, es solo una parte del proceso que lleva hasta un "SI".
- No sé de por vencido y abandone este proceso demasiado pronto.
- De media nos dirá "no" un promedio de 4 a 7 veces.

Enseñando a la otra parte a decir ¡SI!

- Haga que la otra parte establezca desde el comienzo de su conversación con usted el hábito de decir SI a una serie de preguntas, y el resultado del proceso será seguramente favorable.
- Esto le permite avanzar en la dirección correcta, y enfocarse en la real necesidad del cliente.

Manejo eficiente de las objeciones

- Cliente manifiesta la Objeción ...
- Resaltar acuerdos parciales ...
- ¿Es esa la única razón para no cerrar el trato...?
- SI – Muy bien, entonces sí _ (resolvemos la objeción) __ ¿estás de acuerdo que continuemos...?
- SI... Entonces invirtamos algo de tiempo revisando (proceder a argumentar la objeción) y cerrar la venta...
- NO – (escuchar la nueva objeción y repetir) Entonces, ¿eso es lo te impide que continuemos con el proceso?
- Si NO... Debe haber otra razón, pudiera preguntarte ¿cuál es ésta...? (razón)__ y seguir preguntando hasta llegar a la verdadera objeción, que es la única que debemos argumentar y resolver...
- Transmite al cliente confianza y seguridad. En muchas ocasiones, la otra parte plantea esta objeción porque se encuentran indecisos y no están muy seguros. En este sentido, ponte a su lado, ofrécele tu apoyo, hazle ver que puedes dar solución a su problema, que le puedes ayudar a satisfacer su **NECESIDADES** y actúa planteándoles periodos de prueba, demostraciones u otras acciones que permitan aumentar su confianza.
- Enseñando a los clientes a decir **¡SI!**

Si usted puede lograr que su cliente establezca desde el comienzo de su conversación con usted el hábito de decir SI a una serie de preguntas, y logra mantener esta conducta de respuestas afirmativas a lo largo de toda su presentación, cuando llegue el momento de la pregunta que define la venta, el resultado será favorable con un alto grado de certeza.
- Este proceso también le permite determinar si está yendo en la dirección correcta, y dando en el blanco de la real necesidad del cliente.

- **Utilice la Hoja de Balances de Benjamín Franklin**

Mencione unos cuantos aspectos negativos para resaltar los positivos. Sume en un papel los beneficios que obtendrá a otra parte. Luego pídale que escriba los aspectos negativos en la otra columna.

- **El silencio también es un arma. Guarde silencio después de intentar el cierre de la negociación. Recuerde que si la otra parte dice que sí no lo podrá escuchar por encima de su propia voz**

Fórmula de la comunicación

Actitud percibida= 7% verbal más 38% vocal más 55% facial

Sobre Martín

“define primero lo que quieres llegar a ser y después haz lo que tengas que hacer, hasta lograrlo.” (EPICTETO)

Libros escritos:

**El Cliente Oculto
A 60 minutos a la hora.
Reinvéntate.
Menudo Matrimonio.
Creador de Sueños.
Pólvora para el Éxito.
La Estrategia de la Mosca.
Cuando la Mente se funde con la Magia.
Escuela de Éxito Empresarial
Coexistencia: El arte de alcanzar una vida plena
Cambio de Rumbo**

Volvemos a las Andadas

Y:

Creador de los juegos de mesa registrados:

**Desafío Mental, Como construir una Empresa de Éxito y
Dispara tus ventas.**

Creador de la Sentiaterapia y de la Coexistencia.

En la actualidad con más de 15.000 horas entre Coach, Conferencias y Formación.

Creador del sistema "Pólvora para el Éxito" de coach personal y de "Escuela de Éxito Empresarial" para coach empresarial, así como cursos propios en área comercial y directiva, tales como VENTAS FACILES CON P.N.L. (presenciales, a distancia).

Coach especialista en TDAH. Trastorno por déficit de Atención e Hiperactividad en Empresarios.

Análisis de puestos de trabajo en la Universidad Internacional Miguel de Cervantes.

Política retributiva y personal por la escuela de Negocios y Dirección.

Habilidades Directivas por la Universidad C.E.U. San Pablo.

Formación militar en la Marina Española, en Liderazgo, Motivación, Capacitación y Gestión de equipos entre otros.

Ex-gastador de la Escuadra de la Marina Española.

Creador de la Sentiaterapia. Terapia que incluye entre otras:
Inteligencia Emocional, P.N.L., Visualización Creativa, Gramática Transformacional, Biblioterapia e Hipnosis.

Soy de signo zodiacal Cáncer. Me encanta la lectura, la ópera, música clásica, el buen cine, la buena conversación y los retos.

Soy deportista comprometido y he practicado desde boxeo, pasando por artes marciales hasta TAI-CHI.

Me apasiona el mundo de la mente, las ventas y el coaching.

Para saber más sobre Martín visite:

[**martinarevalocoach.com**](http://martinarevalocoach.com)

[**martinarevalocoaching.com**](http://martinarevalocoaching.com)



