

# La Venta Consultiva: modelo de gestión comercial eficaz



El modelo de **venta consultiva** se basa en el análisis y conocimiento de las necesidades de nuestros clientes. A pesar de que se empezó a utilizar el término consultivo allá por los 70, marcando tendencia en la importancia de centrarse en el cliente y no en el producto, teniendo una relación de colaboración comercial-consumidor, posteriormente se mal asoció a un proceso de venta lento, debido al ansia del cierre de la venta y al *modelo transaccional* más agresivo. Hoy en día, el modelo consultivo es más necesario que nunca en un sector como el nuestro donde el cliente tiene cada vez más información y por tanto criterio, necesidades y objetivos distintos y sobretodo una amplia oferta donde elegir y muchas dudas que resolver.

A modo de resumen podemos encontrar tres grandes métodos de gestión de las ventas con características y procesos concretos en cada uno.

El *modelo transaccional*, orientado a las ventas masivas, donde sus procesos se centran en el cierre de ventas y existe poca o ninguna interacción con el comercial, un ejemplo podrían ser los centros low cost, donde su fuerte se basa en el precio y el cliente se limita a su compra.

El *modelo consultivo*, se centra en diseñar un solución específica a las necesidades del cliente previamente identificadas, mediante un proceso de asesoramiento con el objetivo de generar confianza

Finalmente el *modelo relacional*, genera una interacción más estrecha entre comercial y

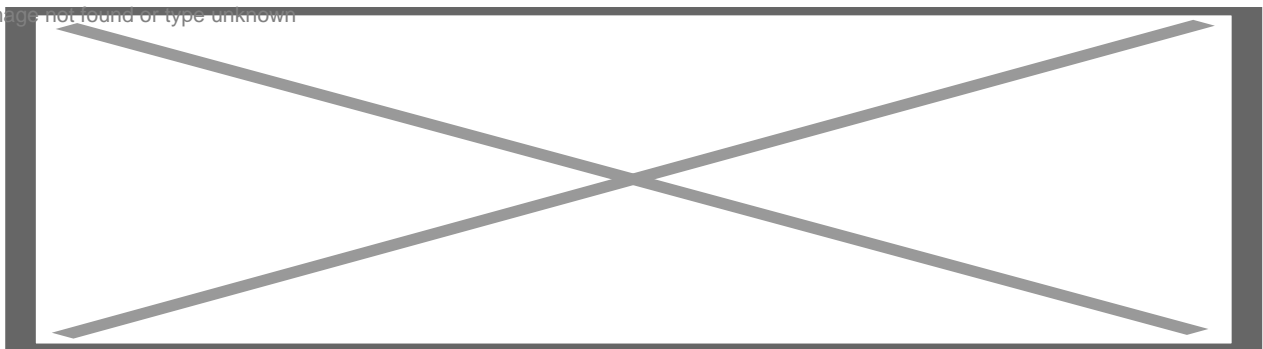
cliente, personaliza su oferta de servicios a sus necesidades y busca una relación a largo plazo.

La venta consultiva por tanto será el primer paso para un modelo real de relación e interacción con el cliente donde crearemos una propuesta de valor real para con él y que podrá crecer y perdurar en el tiempo fidelizándolo y conseguir que sea un **prescriptor**.

Nuestra función comercial por tanto tiene dos caminos asociados al valor que percibirá el cliente de nosotros, uno **comunicar ese valor** que le ofrecemos como si fuéramos un folleto de publicidad y otro **resolviendo sus dudas**, atendiendo sus necesidades y ayudándole a cambiar sus puntos de vista sobre diferentes aspectos. Este será el modelo consultivo.

Nuestro objetivo será centrarnos en los beneficios que puede conseguir con nosotros, minimizando y disminuyendo el concepto coste y gasto.

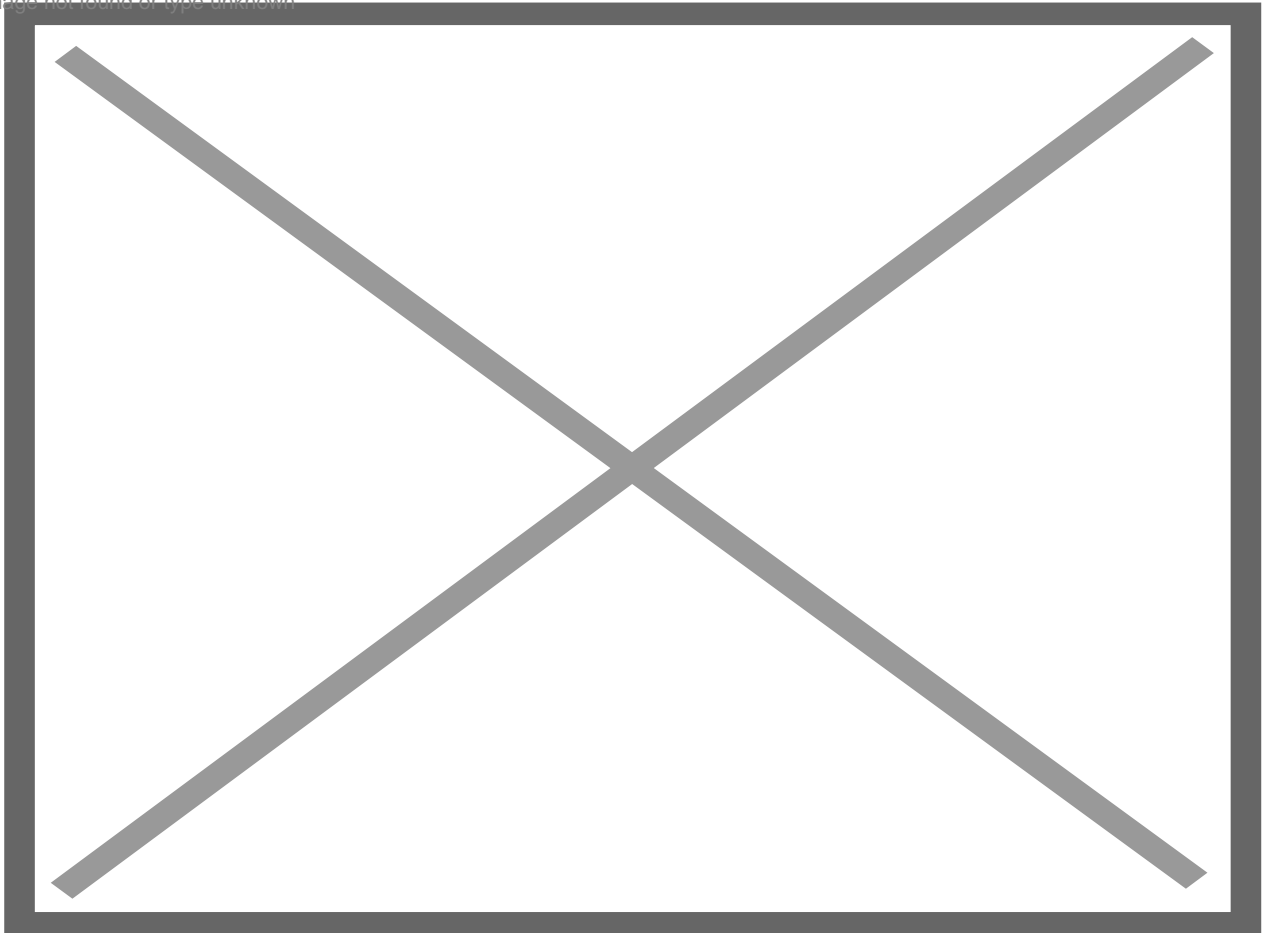
Image not found or type unknown



El proceso para el desarrollo de una **venta consultiva** con nuestros clientes tendrá cuatro fases además de la consecución de la compra de nuestros servicios.

1. **Reconocimiento de necesidades:** es la etapa más importante donde analizaremos y conoceremos los objetivos, deseos o necesidades de nuestros clientes, mediante preguntas concretas y dejando que exprese sus preocupaciones y motivaciones.
2. **Análisis de opciones:** este será el proceso propio consultivo, donde según los datos de la fase anterior, diseñaremos la opción más adecuada para nuestro cliente, ayudándole a tomar las decisiones y asesorándole en ese proceso.
3. **Resolución de inquietudes:** aconsejaremos y ayudaremos a nuestro cliente a resolver sus dudas y objeciones, tanto si son del precio, como del servicio o la instalación, deberemos tener los argumentos y alternativas adecuados para que confirme su decisión de compra.
4. **Compra:** el cliente confirma y realiza la compra de nuestros servicios.
5. **Implementación:** una vez que el cliente forma parte de nuestro centro, le ayudaremos en su inicio de la actividad mostrando nuestro interés por él haciéndole sentir el valor y servicio que le hemos ofertado.

Image not found or type unknown



La venta consultiva por tanto **genera un diálogo**, término proveniente del griego “aprender”, entre el comercial y el cliente, que nos permitirá conocer sus necesidades, ofreciéndole nuestro servicio o producto de tal forma que se ajuste a su talla. Las necesidades del cliente son lo primero y somos conscientes de que podemos ofrecerle aquello que precisa de forma personalizada y flexible.

Es la **fórmula idónea** para cerrar ventas en un entorno competitivo donde el mercado percibe que todo es parecido y requiere de mayor atención independientemente del factor coste.

Artículo publicado en la revista **Gym Factory**, sección de empresa, nº 66 2015.

**Link to Original article:** <https://www.manelvalcarce.com/blog/la-venta-consultiva-modelo-de-gestion-comercial-eficaz?elem=90234>