

## Solution selling o la venta de soluciones

A pesar de las reales y considerables transformaciones de las relaciones económicas entre los que venden y los que compran, se dice que el modelo de venta ha cambiado pero el vendedor no lo ha hecho como debería.

Cada día es mas claro que lo que los compradores quieren es que el vendedor les venda soluciones y resultados (utilidad) y no que persista en el modelo tradicional de vender productos y herramientas. Por esto el modelo más exitoso es el conocido como Solution Selling cuyas principales características describiremos a continuación:

### **Integración de conocimiento y habilidades:**

El vendedor debe integrar i) el conocimiento de la situación de compra (la forma como opera el comprador con y sin el producto/servicio), ii) el conocimiento de la capacidad del producto/servicio de satisfacer la necesidad, iii) las habilidades para relacionarse con las personas y iv) las habilidades para vender.

### **La persona le compra a la persona:**

El vendedor debe tener habilidades para desarrollar relaciones y establecer un alto nivel de confianza. El comprador comprará del vendedor que lo empodere y lo haga sentir que está controlando los problemas y que lo haga disfrutar de los beneficios que el producto puede ofrecer. Compra del vendedor que le pueda crear una visión positiva derivada de la compra y uso del producto/servicio.

### **Una solución es equivalente a la visión del comprador:**

El vendedor tiene como función fundamental facilitarle al comprador la compra y que el cierre deje de ser un evento crucial. Eso lo puede hacer cuando le puede crear la visión de la satisfacción futura. Cuando el comprador tiene esa visión, tiene en su mente una imagen de quién (el comprador) tomará qué acción (específica), cuándo en el tiempo (evento) vía la capacidad del vendedor.

### **Los niveles de necesidades:**

El comprador tiene tres niveles de necesidades como son dolor latente, dolor y visión. Un dolor latente es un dolor no admitido o uno admitido cuya solución no se considera factible. Un dolor es una insatisfacción con la situación actual y el comprador está motivado para buscar una solución factible. Una visión es la imagen de la solución, en la cual puede estar incluido el producto del vendedor. La clave es que el vendedor esté alineado con el comprador en el nivel de la necesidad.

### **Diagnosticar antes de prescribir:**

El vendedor está prescribiendo cuando dice lo que el comprador necesita, cuando describe la empresa, los productos. Primero se diagnostica y luego se prescribe y para esto se requieren habilidades de indagación y de paciencia.

### **El poder compra del poder:**

Los compradores compran de vendedores que tienen autoridad y poder. Tanto el comprador como el vendedor deben tener poder suficiente para lograr el acuerdo. La actitud y el lenguaje del vendedor debe mostrar el poder real que tiene.

### **Las fase de la compra:**

El comprador pasa por tres fases en su proceso de compra: Fase 1: la definición de las necesidades, Fase 2: la evaluación de alternativas y Fase 3: Evaluación de riesgo y acción.

Si el comprador está en la fase 1, el vendedor debe i) lograr el nivel de confianza, ii) hacer que el comprador admita la existencia del problema y iii) llevar al comprador a una visión de la solución que incluya la oferta del vendedor.

En la fase 2, el vendedor debe i) ayudar a comparar las ofertas disponibles, ii) justificar el costo.

En la fase 3, el vendedor debe i) ayudar a analizar el riesgo, ii) mostrar las posibilidades de reducción del riesgo de la compra, iii) mostrar el riesgo de no comprar, iv) mostrar los beneficios de tomar la decisión en el momento adecuado.

El comprador en estas fases considera una mezcla completa de i) necesidades, ii) soluciones potenciales, i) costos y iv) riesgos. El vendedor debe estar alineado con el comprador en la fase.

### **Hacerse igual antes de hacerse diferente:**

Si la oferta del vendedor no es la primera que se analiza, el vendedor primero debe hacerse igual a la visión que tiene el comprador y luego diferente a su competidor.

### **Hacer una venta honorable:**

Una venta honorable tiene principios tales como i) el vendedor tiene que creer que le está entregando valor real al comprador, ii) el vendedor tiene que estar dispuesto a decir la verdad acerca de su producto / servicio, iii) el comprador tiene que sentirse bien acerca del proceso, iv) las expectativas del comprador son satisfechas.