



Los estadios del comprador (buy learning)

La mayoría de los modelos actuales de venta, buscan hacer la venta en la forma como el cliente compra y para esto es preciso entender el proceso de compra del comprador.

Cuando se trata de algo nuevo (satisfacer una necesidad nueva o la misma en una forma más efectiva), el comprador está en un proceso llamado buy-learning o de "aprendizaje compra".

Según Davis, ese proceso de "aprendizaje-compra" tiene cuatro diferentes estadios como son i) el necesitar, ii) el aprender, iii) el comprar y iv) el valorar.

Estadio Necesitar

Es fundamental entender que el comprador compra por sus propias razones y no por las del vendedor y además tiene sus propios tiempos.

En este estadio hay dos etapas, como son i) el **cambio** y ii) el **descontento**. Toda decisión de compra empieza con un cambio en la calidad de las situaciones que puede ser gradual, repentino o anticipado. Ese cambio puede producir un sentimiento de descontento, es decir una insatisfacción con la situación actual.

La insatisfacción se puede producir por un problema o por una oportunidad no aprovechada. El comprador se convencerá de que tiene una necesidad y debe comprar algo que lo coloque en una mejor situación.

Estadio Aprender

Cuando el comprador está en el estadio de aprender tiene dos etapas como son i) **investigación** y ii) **comparación**. Identifica los principales componentes que debe tener la solución a su necesidad y también identifica sus

propias limitaciones. Busca las posibles opciones disponibles en el mercado y las compara.

Esos componentes son los criterios de compra, que pueden ser "must-to-have" o "nice-to-have". Los must-to-have podrían llamarse esenciales y que tienen que estar presentes en la solución. Los "nice-to-have", que podrían llamarse deseados, son los que vuelven más atractiva la solución esencial.

Estadio Comprar

Luego el comprador puede estar en el estadio de comprar y es allí donde debe estar preparado racional y emocionalmente para efectuar la compra. Pasa por dos etapas como son i) **miedo** y ii) **compromiso**. Comprar es tomar una determinación o decisión que puede tener muchas implicaciones y como todo proceso de decisión, involucra un riesgo de fracasar; es por esto que los temores surgen y hacen que la decisión se postergue. El vendedor debe entender esto y actuar conforme a la situación.

Estadio Valorar

En este estadio, el comprador pasa por dos etapas como son i) **expectativas** y ii) **satisfacción**. El comprador se hace la pregunta acerca de si los resultados que se han logrado con la compra han llegado al nivel de las expectativas. El comprador quiere un valor inmediato de la compra y si esto ocurre así hay gran motivación

Si los resultados no son buenos, vendrá una sensación de frustración que se puede transformar en rabia y pasará rápidamente a iniciar el ciclo en el estadio de necesidad. En algunas ocasiones los resultados no son buenos debido a causas diferentes al producto mismo, pero la responsabilidad caerá sobre el vendedor.