

que para el de Lima Norte, mientras que la seguridad que le otorgue una vivienda es más apreciado en Lima Norte que en las demás Limas.

¿Esto ayudará a efectivizar la venta? creemos que sí porque hay tantas cosas que un vendedor o ejecutivo de ventas podría hablar al tener a un prospecto al frente para los casos de Lima Sur y Norte, por ejemplo. Tenemos datos que nos ayudarán a saber en qué debemos enfocarnos al ofrecer, y si mañana quisiéramos saber de todos los interesados en comprar una vivienda a quien debemos de darle la mayor y mejor atención posible, podríamos decir que hoy tenemos compradores desde los 18 años de edad, pero los que compran en su mayoría son las personas de 35 a 45 años y principalmente las mujeres modernas en el caso de Lima.

Hoy en día, tener información para afinar nuestras propuestas puede ser la diferencia entre el vender un buen producto o tener un buen producto que pronto se venderá porque, aunque es un momento de desaceleración, el mercado sigue creciendo muy poco, pero sigue haciéndolo, y si nuestra venta no está creciendo ni un poquito, es probable que se esté incrementando la del competidor. Si esto último está pasando tal vez

sea el momento para empezar a especializarse en aquello que puede ser su diferencial como empresa (diseños, acabados, ubicaciones, financiamiento, prestigio, etc.) y empezar a capacitarse o, tal vez, buscar un socio de negocio que pueda ayudarlo a entender el mercado, para que junto a su diferencial usted pueda hacer la diferencia.

Hoy para buscar efectividad, necesitamos ser precavidos en lo básico, saber que si deseamos clientes fieles, primero debemos contar con gente que nos pruebe con frecuencia, pero antes de esto debemos tener como objetivo que nos prueben, siendo crucial lograr primero que nos conozcan. En resumen, para ser efectivos debemos tener bien controladas las variables de marketing más importantes. Si las vemos como una pirámide debemos buscar que la efectividad de un escalón al otro sea la mejor posible.

Recuerde siempre que lo mejor es hacer partícipe a sus clientes de todo lo referente a su atención, a su satisfacción, o a la creación de un producto. Debemos considerar la información que nos dan los ejecutivos de venta luego de interactuar con los clientes y potenciales clientes. Debemos saber que está pasando en el mercado y que está

haciendo la competencia pero, sobre todo, hay que entender que las reglas del juego cambiaron, que el momento del mercado ya no es el mismo y que para seguir avanzando es necesario desarrollar un mecanismo, sistema o fuente de información que nos permita, antes de tomar las decisiones, considerar la mayor cantidad de elementos que me ayuden a incrementar mis posibilidades de éxito, porque en tiempos difíciles aunque haya 1% de posibilidad de ganar debemos jugar, pero no para tratar si no para cerrar.

Ahora, hablando de cierres de negocio, para la actual situación del mercado peruano podemos decir que empieza a mostrarse un consumidor más preparado que dificulta el cierre de la venta a los ejecutivos; por esto un ejecutivo de venta mal preparado sencillamente no estará a la altura de lo que el mercado demanda y como en el caso de los mejores gestores de venta y comerciales quienes necesitamos con humildad aprender y desaprender ciertas cosas o paradigmas. Hoy más que nunca debemos aprender a ganar las batallas con la competencia antes de la lucha, es decir, hay que conseguir ganar ventas desde el planeamiento de las mismas, desde la preparación de la estrategia, desde el diseño de la táctica. Debemos saber qué hace, como piensa, qué es relevante para el consumidor antes de interactuar con él, para que en el momento de la verdad sepamos hablar lo necesario e importante para que mejoremos nuestra posibilidad de éxito en la venta. El mercado no es más aquel en donde el cliente buscaba lo “bueno, bonito y barato”; para un consumidor con más dinero que antes, hoy inicia la era de lo “bueno, bonito y accesible”, mientras que por parte del oferente la “efectividad comercial” es lo que permitirá mantenerse en un mercado con nuevas reglas de juego, uno muy particular pero con muchas oportunidades para seguir creciendo. ■

