

# Escuchar para vender

Autor: René Moulinier, Leila Javitch-Hadgé y Héléne Nguyen.

Editorial: Empresa Activa

Precio: 13 euros

Páginas: 192



Para vender hay que conocer los argumentos que el cliente desea oír, por lo tanto los comerciales deben ser conscientes de la importancia de escuchar previamente antes de exponer sus propuestas. Escuchar para vender expone de una manera pormenorizada las condiciones necesarias de la escucha activa. Se trata de conectar, comprender y empatizar con el cliente, a la vez que se consigue ser escuchado por él captando su interés y atención.

A lo largo de sus páginas, los autores facilitan un método sistemático, la matriz escucha, destinado a maximizar el éxito de la venta para el comercial y la empresa. Ilustrado con ejemplos muy prácticos para su fácil comprensión, exponen cómo la escucha es una exigencia fundamental del oficio de la venta y proporcionan una serie de consejos, que se pueden resumir en tres, para que cada vendedor los adapte a su propio estilo y forma de trabajo:

1. Elaborar una lista escrita con la información que el comercial desea obtener.
2. Tomar notas durante la entrevista con el cliente.
3. Verificación de que lo que el comercial cree haber comprendido se corresponde con lo que su interlocutor le ha dicho.

Escuchar para vender pone de manifiesto cómo más allá de la escucha está en juego la persuasión del cliente y por lo tanto el resultado de la venta. Sin duda se trata de un libro de lectura obligada para todas aquellas personas que directa o indirectamente se dedican al mundo de la venta, tanto para los que empiezan, como para los más veteranos.