

**CLAVES PARA LA GESTIÓN COMERCIAL EN LA PEQUEÑA EMPRESA**

**¿COMO DEBE SER LA TOMA DE CONTACTO EN UNA ENTREVISTA?**

El primer minuto de una entrevista de venta es crucial. Si algo sale mal, no es posible causar una segunda **primera buena impresión**. El cliente nos percibe con todos sus sentidos, por lo que hemos de tener cuidado con algunas cosas fundamentales. Si no se entabla una comunicación fluida al principio, el resto se complica enormemente.

Una de esas cosas es el **aspecto personal**: aseo, corrección en el vestir o evitar las manos sudadas son cuestiones de primera observancia. Parece básico y, sin embargo, no es extraño ser atendidos por alguien que olvida alguna de ellas. Nada debe dejarse al azar. Es importante pensar que asumimos un **rol** de vendedor, que asumimos ese papel en el teatro de la venta, y que todo ello debe ser la guía que nos inspire para tener la imagen más pertinente.

Por otra parte, la asunción de ese rol obliga a saberse bien el guión. Que parezca natural e improvisado es lo que diferencia a los buenos actores de los normales. La única, pero inestimable ayuda la provee una **actitud positiva** ante el trabajo y el contacto con los clientes.

Citaré ahora algunas cuestiones concretas que se deben observar. La voz debe ser cordial e intentaremos adaptar nuestro volumen y cadencia al volumen y cadencia del cliente. **Modular la voz** es una habilidad que puede usarse satisfactoriamente en otras ocasiones.

Por ejemplo, bajar mucho el volumen es la mejor receta contra un cliente que esta nervioso o alterado por una situación incómoda para él, como cuando formula una reclamación. **Adaptar tu velocidad verbal a la suya permite que el cliente te perciba como alguien parecido a él**, derribando barreras. Las personas con velocidades muy dispares, volúmenes dispares o matices de la voz dispares son personas con frecuencia cerebral diferente que suele denotar personalidades diferentes.

No esconda las manos. El cliente las debe tener a la vista. **Después del rostro, es la parte del cuerpo que más cosas cuenta**. El saber popular dice que hay personas a las que si se les ata las manos las enmudeces. Debe evitar tener las manos en los bolsillos porque, además de ser una postura lacia, da la sensación de que se esconde algo.

**La mirada debe ser directa**, a los ojos, pero no incisiva. La sonrisa suaviza los rasgos, así que úsela de acompañamiento. Contrariamente, una mirada esquiva provoca recelos e incomodidad

La sonrisa, citada ya varias veces, debe acompañar con franqueza a todos nuestros rasgos. **La sonrisa es un estado anímico y corporal, no una posición de los labios**. Nada más incongruente que una boca arqueada en posición de sonreír sobre un rostro y cuerpo pasivos o alterados.

Comunicamos con todo nuestro cuerpo. La clave, pues, es **recibir al cliente con cordialidad y con todo nuestro cuerpo**. Lo que dice el mensaje no verbal debe coincidir con lo que dice la voz. Así mantendremos una actitud cortés y coherente.

No olvide que es casi imposible consumir la venta inmediatamente después del saludo y, sin embargo, es fácil arruinarla en ese mismo corto espacio de tiempo.

*José Antonio Hernández*