



## Gestión en relaciones comerciales

La construcción de relaciones tiene que ver con el hecho de que se trata de usted, donde son “ellos lo que compran” a un nivel visceral.

Claramente, están interesados en lo que su compañía tiene para ofrecer o no estaría teniendo reuniones con ellos en primer lugar, pero durante la duración de esas reuniones, usted es la compañía.

**"Eres la empresa, y ellos los que compran"**

Nuestros programas de gestión de relaciones comerciales se centran en las habilidades de construcción de relaciones necesarias para establecer conexiones sólidas y duraderas con sus clientes, proveedores y partes interesadas.

## Formación en relaciones comerciales

### Habilidades de relación de negocios

Su organización puede tener personas que tienen que hacer más que presentar lo que su empresa tiene para ofrecer a los clientes potenciales.

Es posible que tengan que establecer el tipo de relaciones comerciales a largo plazo que aseguren que su empresa sea de confianza, lo que a su vez garantiza un negocio estable.

Es posible que tenga expertos técnicos que sean brillantes en su propio campo, pero pierden confianza al tener que crear mejores relaciones comerciales y recurrir a su experiencia (*por lo tanto, pueden aburrir al cliente y deslumbrarlo con demasiados datos y cifras*).

Ganar la confianza de los clientes y la confianza en usted y su empresa es clave para desarrollar buenas relaciones comerciales.

Con demasiada frecuencia, los consultores, el personal de ventas u otros representantes de la compañía asisten a reuniones como los clientes que abarrotan a sus clientes (*o clientes potenciales*) con demasiada información técnica de poca utilidad para el cliente.



Esto significa que se trata menos de su producto y mucho más acerca de cómo se conecta y se relaciona con su cliente.

Debe ser un **"par de manos seguras"** y, al mismo tiempo, tener las habilidades para generar confianza, comprender las necesidades de sus clientes y ponerse en contacto con lo que sucede en su empresa.

Igualmente, importante es la capacidad de **"desechar"** las agendas no necesarias y mensajes que el cliente no quiere escuchar.

Lo que queremos decir aquí es que a menudo un cliente piensa que sabe lo que quiere y una vez que investiga un poco, se da cuenta de que necesitan algo muy diferente u otra cosa adicional.

Por otro lado, a veces los clientes pueden ser un poco vagos y solo tener una idea general de lo que quieren, por lo que parte de la creación de relaciones comerciales es extraer la información necesaria sin crearles retrabajo.

Ya sea que se trate de un *"desfile de belleza"*, una presentación tierna, una reunión informal o un discurso directo para los negocios, cuanto mejor sean sus habilidades de desarrollo de relaciones comerciales, mayores serán sus posibilidades de convencerlos de que "le compren".

Si necesita que su gente gane más negocios a través de la creación de relaciones personales más sólidas, hable con nosotros acerca de un programa de Gestión de relaciones comerciales a la medida.

Si desea hablar con un mentor antes de reservar, llámenos al **+34 922 380 921 / +34 608 829 000** o si prefiere puede escribirnos a [\*\*hola@nanagonzalez.com\*\*](mailto:hola@nanagonzalez.com)