

La venta

Además de ser de buena calidad, si las artesanías y productos artesanales responden a las necesidades de la gente y se dan a conocer, es lógico que aumenten los clientes.



La venta es la razón de ser de toda empresa, microempresa u organización que genere un bien o servicio destinado a un comprador o cliente. En tal sentido, nada ha conseguido la organización hasta tanto no se haya realizado la venta y se haya cobrado por las artesanías o productos artesanales elaborados.

Vender no es:

- Elaborar o comprar barato y vender más caro: esto sería una mera especulación, sin incremento del valor del producto con el que se negocia.
- Expende o despachar: esperar que los clientes entren en el establecimiento para solicitar que se les muestren las artesanías o productos artesanales que vendemos.
- Presionar: conseguir ventas a cualquier precio. Presionar excesivamente al cliente.

Vender es:

- Dar servicio al cliente: suministrar las mejores artesanías o productos artesanales y servicios en las mejores condiciones para el cliente; asesorar y resolver los problemas de nuestros clientes.

El vendedor debe ser conocedor de:

- La oferta: es decir, conocer qué están ofreciendo en el mercado, qué están produciendo otros artesanos, a qué precios están vendiendo y de qué calidad son sus artesanías.
- La demanda: en qué están interesados los clientes y qué están en posibilidades de adquirir.
- El mercado: saber identificar las necesidades de los clientes para ofrecerles el producto que ellos necesitan, a un precio justo y con un margen de ganancia. Aquí es necesario tener muy en cuenta las condiciones y modos de pensar del comprador.
- Otros vendedores: esto es conocer qué están produciendo sus competidores cercanos, en qué cantidad, a qué precios; qué es lo que más compran los clientes, cuál es el estándar en materia de cantidad, cuáles son las mejores condiciones para vender.



Esto es lo que le proporciona estabilidad y continuidad a la relación comercial. El vendedor que engaña a sus clientes gana dinero con facilidad, pero estará necesitado de clientes nuevos, ya que aquellos propagarán su desengaño ante sus amigos, familiares y conocidos, entre los que podrían existir clientes potenciales.

La venta se desarrolla a través de una serie de etapas:

- Relación
- Descubrimiento
- Presentación
- Apoyo y cierre

El vendedor debe ser quien más conoce sus productos y sus clientes.

El objetivo de la venta es obtener clientes satisfechos. Clientes satisfechos, publicidad gratuita.



Relación:

Los primeros segundos de la relación entre el vendedor y el posible cliente son fundamentales. Por tal motivo, la relación debe materializarse creando un ambiente agradable, que le permita al vendedor obtener la confianza de su cliente. El ambiente agradable es pura cuestión de educación, buen gusto y, por supuesto, adecuación a la clientela. En esta primera relación para la venta no se debe actuar de manera defensiva ni negativa.

La relación entre el cliente y el vendedor tiene que ser de consultoría: el vendedor es un consultor o un asesor del cliente.

Descubrimiento:

El objetivo es descubrir las necesidades del cliente. Hay que dejar hablar al cliente, escuchándole atentamente y sin interrumpirle.

La fase de descubrimiento debe finalizar con una idea bien clara de cuál es el problema o necesidad del cliente y cómo se puede solucionar, qué se le puede ofrecer.

Presentación:

Normalmente es la parte que más atienden los vendedores. En muchos casos es lo único que realizan. Pero no deben olvidar que el cliente no compra únicamente el producto, sino la satisfacción de sus deseos; incluso la presentación de la artesanía o del producto artesanal debe centrarse en el cliente y sus necesidades y no en el propio producto.

El objetivo de la presentación no consiste en decirle a alguien todo lo que sabemos de nuestra artesanía o producto artesanal, sino en afirmarle cómo sus necesidades y deseos particulares se pueden satisfacer.

Apoyo y cierre:

Una vez que hemos obtenido la confianza del cliente, demostrándole que estamos para ayudarlo a resolver sus problemas, hay que propiciar el cierre de la venta. En ella es el propio cliente quien debe pasar a la acción de comprar. Si toda la venta se ha desarrollado correctamente, el resultado es que el cliente debería realizar la compra. El cliente tiene una actitud positiva hacia la compra de la artesanía o del producto artesanal y se imagina a sí mismo poseyéndola. Cuando se detectan esas señales, y si se ha ido pasando por las tres fases anteriores (relación, descubrimiento y presentación), es necesario pasar al cierre de la venta, por lo cual es preciso:

a Asumir o suponer que el cliente está dispuesto a cerrar el trato.

b Clarificar el pensamiento del cliente y ayudarlo a resolver su conflicto o necesidad.

El objetivo comercial es vender, en condiciones beneficiosas para la organización. Para lograr este objetivo hay que hacer dos cosas:

1 Resistir los embates del cliente para reducir el precio o mejorar sus condiciones de compra.

2 Vender.

No se trata de vender, sino de ayudar a que el cliente compre y salga satisfecho.



Organización para la venta:

Existen casos aislados exitosos de comercialización en forma individual. Sin embargo, frecuentemente se asocia el éxito de la actividad artesanal con el nivel de organización y con la cantidad de personas que se comprometen a trabajar asociadamente.

El artesano, por lo general, empieza y termina de manera individual la elaboración de su producto, razón por la cual no ve la importancia de asociarse y trabajar en grupo con otras personas.

El trabajo individual trae varias desventajas, entre las que podemos señalar:

- En un momento dado se pueden convertir en individuos que a toda hora están buscando sólo el beneficio para sí mismos, sin importarles el bien común.
- Inferioridad de condiciones con respecto a otros competidores que están organizados y obtienen mayores ganancias.
- Personas conformistas.
- Evita que se valore la importancia de trabajar en grupo, de organizarse con otros artesanos, de compartir aunque sólo sea para comprar los materiales, o para vender las artesanías o productos artesanales.
- Se paga más por las materias primas, el transporte y la distribución de la mercancía.

Recuerde que el cierre de la venta no es fácil. Es el inicio de una relación que puede ser duradera.

De acuerdo con lo anterior, una acción muy necesaria para poder afrontar positivamente la comercialización es la de conformar organizaciones y/o cooperativas. En general, las organizaciones las integran un conjunto de personas que, intencional y decididamente, se unen para apoyarse y colaborar en la consecución de metas que interesan y benefician a todo el grupo.

Existen buenas condiciones para vender cuando organizamos el taller y el proceso de producción; en este sentido, hay que considerar los siguientes aspectos:

- Llamar la atención de los posibles compradores.
- Elaborar una buena artesanía o producto artesanal, atractivo para el cliente y de buena calidad.
- Prestar un esmerado y excelente servicio.
- Lograr que el producto esté disponible y en lugares adecuados.
- Establecer un precio justo para el producto.

Para aumentar las ventas se deben organizar con otros artesanos a fin de:

- Tener un mayor poder de negociación.
- Aumentar la clientela.
- Capacitarse en temas como: ventas, organización comunitaria, administración para mejorar el oficio y su organización, entre otros.
- Mantener la búsqueda de información para evaluar el trabajo y explorar cómo era el oficio en otras épocas y lugares y cómo es actualmente y, posteriormente aplicar los correctivos y ajustes necesarios.
- Entender que el oficio es uno solo, pero que es de todos los que lo practican en el lugar (es de la organización).