

Descubre el *ménage à trois* de las ventas

Cómo pasar de vender a una persona,
a convencer a una cadena de interlocutores

En la venta algo no funciona y no sólo es la crisis. Las empresas han desarrollado nuevas formas de comprar que están aquí para quedarse. La venta basada en la capacidad relacional de los comerciales para conquistar a los clientes, en gran medida gracias a un buen trato personal y profesional, ha pasado y no va a volver. La solución tradicional sería echar más horas, multiplicar los contactos, ajustar condiciones... Y así los números no cuadran, porque lo único que se consigue es elevar los costes y reducir los márgenes.

La *venta triangular* presenta un enfoque y un mapa completamente nuevo en el mundo de las ventas. A lo largo de sus páginas el lector entenderá la nueva realidad, su posición como comercial o directivo vinculado a las ventas y aprenderá a orientarse en el nuevo entorno que ha surgido en el mundo del comercio B2B, es decir, *Business to Business*. Para hacer frente a estos nuevos procesos de compra se ha creado un sistema llamado «venta triangular» y que consiste básicamente en sucesivas etapas de triangulación de intereses y apoyos para conseguir la aprobación definitiva.

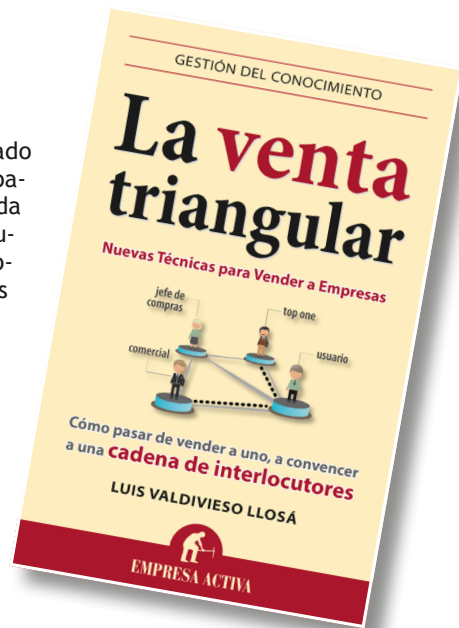
La mayor parte de los libros de ventas están centrados en las relaciones de a dos, caracterizadas por una sucesión de entrevistas en pareja y con técnicas pensadas para convencer a un interlocutor. Pero la venta a dos es un enfoque incorrecto. En la venta hay que trabajar en paralelo a muchas personas al mismo tiempo ya que todos vivimos y por tanto, vendemos en triángulo.

Partiendo de que la venta es una actividad probabilística donde nada está garantizado, el autor, Luis Valdivieso, sostiene que vender es un auténtico *ménage à trois* en donde dominan los «Conjuntos Difusos», es decir, un conjunto de personas y funciones a las que se tendrá que convencer para realizar la venta; además habrá que sortear numerosos filtros y establecer relaciones triangulares para conseguir el triunfo.

Página a página el lector se adentrará en la nueva situación de la venta a empresas. En la parte final del libro el autor ha resumido Las 27 reglas de la venta a los «Conjuntos Difusos» donde da una serie de consejos para adaptarse a la nueva situación y rompe con muchos tópicos ya asentados, como por ejemplo el del concepto del valor diferencial. En la venta a «Conjuntos Difusos» no hay valor diferencial, porque cada filtro busca el suyo y lo que vale para unos puede ser negativo en otros. El valor diferencial por lo tanto no está en el producto, sino en el proceso de compra.

Al final del libro encontraremos un breve glosario con toda la terminología.

La *venta triangular* es un libro para pensar, comentar y discutir, dirigido no sólo a los comerciales de calle, sino a todas las personas que tienen un producto o servicio que vender a las empresas.



Luis Valdivieso Llosá



© Remedios Malvárez

Ha trabajado durante treinta años como asesor para una amplia variedad de empresas, en sectores y tamaños, siempre en el área comercial. Con formación humanista y empresarial, ha sido profesor en la Escuela Superior de Ingeniería de Sevilla, y en la Facultad de Psicología de dicha ciudad.

Es consejero delegado de Formación y Control (consultora especializada en formación) y Consejero en Iturri (multinacional líder del sector de la seguridad laboral).

En el año 1990 fue nombrado «Ciudadano Honorario» de la ciudad de Dallas (Texas).

LA VENTA TRIANGULAR

Luis Valdivieso Llosá

Sello: Empresa Activa
Colección: Gestión del Conocimiento
P.V.P.: 14€ • 224 páginas
Lanzamiento: septiembre de 2014



EMPRESA ACTIVA

www.edicionesurano.com