

## Cómo la Esfera de Influencia auxilia los vendedores

En nuestros *workshops* orientamos los participantes en la creación de una Esfera de Influencia, para un prospect elegido como estudio de caso en los trabajos de grupo. Este documento incluye los nombres y cargos de todas las personas que el vendedor tendrá que contactar para vender, conseguir presupuesto e implementar una determinada oferta, así como los objetivos de negocios para cada una de estas personas. Muchos participantes nos relatan que pudieron cerrar el negocio con el prospect elegido durante el workshop



**Ejecutivos con experiencia saben que existe un costo significativo y un esfuerzo considerable en la obtención de nuevos clientes.**

Retener y aumentar los ingresos sobre la base de clientes es considerado como algo cierto, pero, nos encontramos con algunas cuentas vulnerables a la competencia porque no son tratadas con el mismo cuidado que

nuevas oportunidades. Esto es particularmente verdad en cuentas poco trabajadas o que generan pocos ingresos. Generalmente damos más atención durante el “noviazgo” que después del casamiento.

**Otra área de atención es para un cliente en el cual el vendedor posee solamente un punto de contacto.**

No es necesario decir que el relacionamiento puede ser rápidamente perjudicado si este contacto sale de la empresa o cambia de área. Si este punto de contacto es de un nivel jerárquico mediano o bajo, existe el riesgo de ser contratado un nuevo superior y que este tenga un buen relacionamiento con algún de nuestros competidores, consecuentemente, su punto de contacto puede ser removido.

La esfera de influencia es un recurso crítico en la obtención de un nuevo cliente, así como en el aumento de negocios en los clientes existentes.

Nuestra sugerión es promover encuentros periódicos entre los vendedores para analizar cada cuenta y avaliar los niveles de contactos que tienen en cada una de ellas. Muchas veces existen barreras que dificultan el acceso a los niveles jerárquicos mas elevados e, esto podrá causar problemas.

Sugerimos conseguir acceso por medio de la utilización de algunas técnicas como:

- Si el comprador solicita alguna cosa que requiera mucho tiempo

- o recursos, pida en la negociación ese acceso al nivel más alto de jerarquía.
- En lugar de simplemente solicitar acceso al nivel superior, pida a su contacto para agendar una reunión con la participación de él y su superior.
  - Si tiene oportunidad de encontrarse con una persona de la alta administración, pida al mismo una reunión, con o sin su punto de contacto.

Conseguir acceso a las personas de la Esfera de Influencia para un negocio, consolida la posición de los vendedores disminuyendo el riesgo de ataques de los posibles competidores. Otro grande beneficio es de crear oportunidades de *Cross Selling e Up Selling* en niveles jerárquicos más altos, donde las restricciones de presupuesto son menores. Estos contactos de mayor nivel también pueden resultar en referencias para otros prospects sobre los cuales están trabajando.

Conquistar clientes no es un trabajo fácil.

**Establecer y mantener contacto en la Esfera de Influencia es una excelente forma de proteger y aumentar los ingresos sobre su base de clientes**

***John Holland  
Chief Content Officer,  
CustomerCentric Selling©***