



14 Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito



Capítulo 14: Resumen y objetivos de aprendizaje

Descripción del capítulo:

En esta lección, aprenderá acerca del Análisis transaccional (AT), la teoría de la psicología en la que se basa en Sistema de Ventas de Sandler. Descubrirá cómo los patrones de conducta influyen en la motivación de la gente y en las posteriores decisiones de compra que realizan las personas. Aprenderá acerca de los estados del ego, cómo se desarrollan y cómo afectan su éxito en las ventas. Además, determinará qué estado del ego domina su conducta cuando trata con los prospectos y si esa conducta la más efectiva o no.

Resumen del capítulo:

- El AT en el campo de las ventas
- La motivación del comprador
- Comprender los estados de su ego
- La conducta guionada
- Evitar las transacciones cruzadas
- Los juegos que juega la gente

Objetivos del capítulo:

Al finalizar este capítulo, será capaz de:

- Explicar los estados básicos del ego definidos por el Análisis transaccional.
- Discutir la motivación del comprador desde el punto de vista del AT.
- Explicar cómo programar el estado del ego influye en las decisiones de compra.



14 Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Introducción: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

Al comienzo de su carrera en las ventas, David Sandler se dedicó a aprender todo lo que pudo acerca de la conducta humana para poder comprender mejor por qué los prospectos actúan como lo hacen y para descubrir qué los motiva a comprar. David Sandler observó que la gente toma decisiones de compra emocionalmente y luego justifica esas decisiones intelectualmente.



Las personas compran por razones emocionales; las decisiones se toman únicamente en el plano intelectual.

En la actualidad, la sabiduría de esa observación y el reconocimiento de que el prospecto debe involucrarse emocionalmente en la venta son cuestiones aceptadas por prácticamente todos los que trabajan en ventas. Pero, ¿qué significa "involucrado emocionalmente"? Y, ¿cómo genera usted la emoción de su prospecto? Las respuestas están en la teoría de la psicología y la psicoterapia conocida como Análisis transaccional (AT).

Comprender las nociones básicas del AT lo ayudará a apreciar el fundamento de las estrategias y las tácticas del Sistema de Ventas de Sandler y le permitirá entender cómo concentrar sus esfuerzos en las emociones que hacen que la venta progrese.

Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

El AT en el campo de las ventas

El AT fue desarrollado por el psiquiatra Eric Berne a finales de la década de 1950. Cuando David Sandler desarrolló el Sistema de Ventas de Sandler, usó el AT como su modelo de las relaciones humanas y lo usó para fundamentar sus explicaciones de las razones por las que los compradores y los vendedores actúan como lo hacen. Por eso vale la pena resumir los conceptos del AT y analizar su aplicación a la estrategia de ventas que usted emplea.

El AT define tres estados del ego que influyen en nuestra conducta: el Ego Progenitor, el Ego Adulto y el Ego Niño. Piense en estos estados del ego como bancos internos de la memoria donde se almacenan las impresiones y enseñanzas de la niñez y los sentimientos asociados con ellas.

El estado del Ego Progenitor. El Ego Progenitor contiene registros de lo que usted vio que su madre, su padre y otras figuras de autoridad hacían y de lo que los oyó decir durante sus primeros cinco años de vida. Estos registros no se han modificado. Usted vio cómo sus padres se comportaban y registró esos guiones para cuando necesitara reaccionar o actuar como un progenitor.

A veces, los mensajes del ego Progenitor eran críticos, sentenciosos o prejuiciosos. Por ejemplo, su madre y su padre le decían qué estaba bien y qué no estaba bien, qué era bueno y qué era malo, qué debía hacer y qué no debía hacer. A esos mensajes se los denomina mensajes del ego Progenitor Crítico.



El cero por ciento de su conducta de ventas debe proceder de su Progenitor Crítico.

Otros mensajes del ego Progenitor fueron alentadores, afectuosos, reconfortantes, solidarios y cariñosos. A esos mensajes se los denomina mensajes del ego Progenitor Alentador,



El setenta por ciento de su conducta de ventas procede de su Progenitor crítico.



14 Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

El AT en el campo de las ventas

El estado del ego Niño: El estado del ego Niño es la parte *emocional* de su carácter. Es un registro permanente de las respuestas internas que usted ofreció a las experiencias externas que tuvo durante los primeros cinco años de su vida. En este registro se guardaron sus respuestas frente a lo que sus padres y otras figuras de autoridad dijeron e hicieron. Mientras el ego Progenitor registraba qué hacer, qué decir y cómo comportarse, el Ego Niño registraba cómo se sentía usted. A lo largo de su vida, esos sentimientos pueden reproducirse en situaciones parecidas a las que vivió cuando era niño. Por ejemplo, cuando se siente acusado injustamente, dependiente o torpe, esas antiguas "grabaciones" del ego Niño están listas para reproducirse.

Sus instintos, su intuición y su curiosidad, así como sus impulsos y su sentido biológico de su yo físico también están registrados en su ego Niño. Su ego Niño contiene la alegría al igual que la tristeza, el enojo al igual que el placer, la ira al igual que la calma. Mientras que las nociones del deber residen en el ego Progenitor, las nociones del deseo (los impulsos y los anhelos) se alojan en el ego Niño.

El estado del ego Niño tiene también distintos componentes. El ego Niño Natural ama la diversión, es la parte lúdica de su ego sin ninguna restricción. El ego Niño Adaptado es el que necesita la aprobación de los demás. El ego Niño Rebelde es el que usted representa cuando se enfrenta a la autoridad cuando las cosas no son como usted quiere. Finalmente, el Pequeño Profesor es la parte manipuladora, maquinadora, de su ego Niño que mentirá, engañará y hará todo tipo de juegos para lograr lo que desea. El Pequeño Profesor determina qué conducta es necesaria y permisible y qué beneficio puede obtener en cada situación.



Deje a su Ego Niño en el auto con la ventanilla abierta.

No hay lugar para su Niño en los procesos de ventas. La venta no se trata de satisfacer sus necesidades. Sin embargo, usted sí desea hacer participar al estado del ego Niño del prospecto y desea asegurarse también de satisfacer sus necesidades emocionales. Hablaremos más en detalle sobre esto en la próxima lección.

Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

El AT en el campo de las ventas

El estado del ego Adulto: A partir de los diez meses de edad, aproximadamente, usted empezó a hacer interpretaciones propias. En esa etapa gateaba, trepaba y, finalmente, comenzó a andar, a explorar y a asimilar y procesar información por cuenta propia. Comenzó a separarse de sus padres y a desarrollar sus propias intenciones, razones y conclusiones.

Fue en esa etapa temprana cuando su ego adulto empezó a hacer sus propios registros, que se basaban en evaluaciones lógicas de ideas. A diferencia del ego Progenitor y del ego Niño, que dejaron de registrar mensajes después de los cinco años, aproximadamente, el ego Adulto sigue revisando y haciendo nuevos registros a lo largo de toda su vida.

El ego Adulto actúa como un árbitro entre las demandas del ego Progenitor y los deseos del ego Niño. De hecho, funciona de una forma muy parecida a la de una computadora, procesando los datos que el ego Progenitor y el ego Niño proporcionan, así como otros datos que recoge por cuenta propia. El ego Adulto es lógico, racional y analítico. Resuelve problemas, tiene en cuenta la probabilidad y toma decisiones.

El ego Adulto también determina si los datos en el ego Progenitor se siguen aplicando en la actualidad y luego los acepta o los rechaza. De manera parecida, el ego Adulto "actualiza" los sentimientos registrados en el ego Niño, examinándolos y determinando si son apropiados. El ego Adulto no sustituye a los egos Progenitor o Niño, ni modifica parte alguna de sus registros. Esto le da la opción de poner en silencio esos registros que no le sirven.



El treinta por ciento de su conducta de ventas proviene de su ego Adulto.

Ahora que comprende mejor estos estados del ego, analizaremos cómo influyen en el proceso de compra desde el punto de vista del prospecto.



14 Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

La motivación del comprador

Comienza con el ego Niño.

El ego Niño es donde se originan muchas de nuestras decisiones, no solo las decisiones de compra, sino todo tipo de decisiones. El ego Niño es ese pequeño niño de seis años que, al sentir una emoción particular en un momento particular, dice "Quiero eso" y "Quiero hacer eso" o tal vez "No quiero eso" y "No quiero hacer eso".

Sandler reconoció que el prospecto que inicia el proceso es el ego Niño. El ego Progenitor no juzgará si una compra es apropiada o no, y el ego Adulto no comparará las ventajas y las desventajas de la compra hasta que el ego Niño no desee el producto o el servicio.

Y, ¿por qué desea el ego Niño un producto o servicio? Los psicólogos sugieren que las personas deciden actuar porque tienen el deseo de poseer algo, conocer algo, poder hacer algo o ser conocidas por algo. Estos deseos pueden ser iniciados por la avaricia, la envidia, la curiosidad, el deseo, el temor o cualquier otro sentimiento o emoción que resida en el ego Niño.

Hacer que el ego Niño exprese ese deseo es el objetivo de la fase crítica de la relación comprador-vendedor que ahora llamamos el paso del dolor. Hacer que los prospectos se involucren emocionalmente en la venta no significa necesariamente que tienen que ser emocionales (sentirse descontentos, enojados, angustiados, temerosos o experimentar cualquier otro sentimiento específico). Tan solo significa que su ego Niño interior les está diciendo: "Quiero eso".

Tal vez esto se debe a que usted ayudó al prospecto a descubrir algo que no sabía antes de hablar con usted. Tal vez usted lo ayudó a ver su situación desde una perspectiva diferente y lo hizo descubrir alguna duda respecto de una estrategia existente. Tal vez lo ayudó a concentrarse en la causa real de su problema. Tal vez su ego Niño está diciendo "Quiero saber lo que sabe esta persona" o "Quiero lo que esta persona tiene para ofrecer". Cualquiera sea la motivación, usted no cerrará la venta a menos que el ego Niño primero cierre el trato.

Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

La motivación del comprador

Luego, el ego Progenitor y el ego Adulto se involucran en el proceso.

Sandler también reconoció que la respuesta no era simplemente “enganchar” al ego Niño del prospecto. Esto nos lleva a la segunda parte de la observación más famosa de Sandler: “Las personas toman decisiones de compra de forma emocional, y *luego las justifican intelectualmente*”.

En determinado momento, el ego Progenitor del prospecto hará preguntas como “¿Realmente necesitas esto?” y “¿Estás seguro de que no estás actuando muy impulsivamente?”. O el ego Adulto del prospecto puede preguntar “¿Puedes pagar esto?” y “¿Hay mejores alternativas?”. Como resultado de estas preguntas, el prospecto puede cambiar de idea y la compra que parecía buena desde la perspectiva del ego Niño puede ponerse en espera.

Es por eso que el Sistema de Ventas de Sandler incluye los pasos del presupuesto y la decisión, para satisfacer el aspecto intelectual de la decisión. Desde la perspectiva del prospecto, estos pasos brindan una oportunidad para que el ego Progenitor y el ego Adulto participen en el proceso. El ego Progenitor y el ego Adulto especifican en qué condiciones la decisión de compra se considerará apropiada y lógica.



14 Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Comprender los estados de su ego

(consulte la Herramienta 14.1 en las Herramientas de Ventas para obtener una hoja de trabajo en blanco).

Ahora que conoce el concepto del estado del ego en el AT, le puede resultar de gran ayuda ver cuánto de su comportamiento está influenciado por los estados de su ego.

HERRAMIENTAS DE VENTAS ✕												
Grilla de las relaciones humanas						Herramienta 14.1						
	0	1	2	3	4							
	Casi nunca	Pocas veces	A veces	Con frecuencia	Casi siempre		CP	NP	A	NC	LP	AC
1.			X						2			
2.		X										1
3.				X			3					
4.		X							1			
5.			X									2
6.				X								3
7.		X									1	
8.				X						3		
9.			X					2				
10.	X									0		
11.					X		4					
12.				X						3		
13.			X								2	
14.		X							1			
15.		X									1	
16.			X						2			
17.			X					2				
18.					X						4	
Totales de la primera página:												

Descargue una copia en blanco de esta herramienta en learn.sandler.com
 © 2006-2016 Sandler Systems, Inc. Todos los derechos reservados.

Sandler Training
 Finding Power In Reinforcement.

Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe
disponer de un
sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza
y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos
previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para
obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación
media en cuanto a
conducta, actitud
y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su
zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan
de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada
de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por
reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el
análisis
transaccional
en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para
el éxito

Comprender los estados de su ego

No hay respuestas ni resultados correctos ni incorrectos en el ejercicio de la grilla de las relaciones humanas. Esos resultados reflejan algunos de los componentes de las personalidades de quienes responden.

Los valores numéricos para los dos componentes del ego Progenitor o los tres componentes de los estados del ego Niño son significativos únicamente en relación con los puntajes de los otros componentes, no en relación con otras personas. Por ejemplo, si su Progenitor Crítico se encuentra tres o más puntos por encima de su Progenitor Alentador, entonces el Progenitor Crítico tendrá una influencia mayor en su comportamiento. Lo que importa es el puntaje relativo, no el número.

Cuando trata con prospectos, su conducta más productiva es la de su Progenitor Alentador. Por eso, sus mensajes y su conversación deben transmitir cualidades como la calidez, el apoyo y la cordialidad. Comentarios como "Puedo sentir su frustración" o "Me sentiría de la misma manera si estuviera en su lugar", logran mejores respuestas que comentarios como "No permita que eso lo moleste, no es importante" o "Yo no me preocuparía por eso". Decirle al prospecto qué hacer o cómo hacerlo es escuchar hablar al Progenitor Crítico, y eso disuadirá al prospecto de hacer la compra.

Su Progenitor Alentador debe dirigir el 70 % de las interacciones con sus prospectos. Su ego Adulto debe dirigir el otro 30 %. Las comunicaciones dirigidas por el ego Adulto son comentarios intelectuales, racionales y lógicos acerca de los hechos y evaluaciones de los datos.



14 Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Comprender los estados de su ego

¡Debe dejar en el auto el estado de su ego Niño! No es hora de participar en juegos, actuar de manera egoísta ni buscar aprobación. El ego Niño no juega ningún papel en la interacción entre usted y su prospecto, en especial su Pequeño Profesor.

Por eso, ¿cómo puede mejorar su interacción con los prospectos ahora que sabe acerca de los estados del ego? Si muestra la comprensión del ego Adulto cuando trata con el prospecto, podrá hacer preguntas y compartir información con él y podrá interactuar con el ego Niño del prospecto para descubrir sus razones para hacer negocios.

Mientras tanto, el ego Progenitor del prospecto observa el proceso y evita que usted abrume al ego Niño y lo haga tomar una decisión apresurada. El ego Progenitor del prospecto le da al ego Niño permiso para comprar el producto o el servicio. El ego Adulto del prospecto puede entonces evaluar los hechos y tomar la decisión.

Uno de los beneficios de usar el Sistema de Ventas de Sandler es que usted podrá reconocer los estados del ego del prospecto y actuar en consecuencia. El resultado serán transacciones mucho más fluidas.

Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

La conducta guionada

El estado de su ego ejerce una gran influencia sobre su comportamiento en cada situación, incluidas las situaciones de compra y venta. Analicemos más en detalle cómo cada guion puede afectar la venta.

El Progenitor Crítico

Características de las personas que tienen un nivel alto del Progenitor Crítico:

- Tienden a ser más críticos y sentenciosos que los demás.
- Establecen rigurosos estándares para evaluar el rendimiento o la conducta y esperan que otros se comporten de acuerdo con esos criterios.
- Las otras personas a menudo los consideran autoritarios o sabelotodos.
- Son obstinados y rápidos para hacer que otros conozcan sus opiniones.
- Cuando piensan que alguien está equivocado, se lo dicen.

Si bien la conducta del Progenitor Crítico es apropiada en determinadas situaciones, no lo es en el campo del desarrollo de negocios. Como sucede con la mayoría de la gente, a los posibles clientes no les gusta que les digan qué hacer. A menudo, aun cuando parezca que aceptan lo que usted les dice, buscarán una forma de sabotearlo a usted y a los resultados que espera. Las personas que tienen altos niveles del Progenitor Crítico pueden no tener paciencia para guiar a alguien por el proceso de descubrimiento que lo lleve a una conclusión en particular. Con frecuencia son menos sensibles a los sentimientos o los deseos de los demás, en especial, cuando piensan que ellos saben qué es lo mejor.



14 Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1: ¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2: Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3: Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4: Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5: El dolor
- ▶ Capítulo 6: El presupuesto
- ▶ Capítulo 7: La decisión
- ▶ Capítulo 8: Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9: Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10: Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11: Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12: Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13: Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14: Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15: Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16: La fórmula para el éxito

La conducta guionada

El Progenitor Alentador

Características de las personas que tienen un nivel alto del Progenitor Alentador:

- Los demás los describen como cariñosos y colaboradores.
- Siempre están dispuestos a ofrecer confort y asistencia a quien está en problemas.
- Ofrecen su ayuda y gentilmente ofrecen soluciones a alguien que experimenta un problema.
- Buscan el bienestar de los demás.
- Ayudan a los demás a buscar la mejor manera, en lugar de decirles qué hacer.

La conducta del Progenitor Alentador se adapta perfectamente al entorno de los negocios y el desarrollo de clientes. Los prospectos y los colegas les responden favorablemente y confían en ellos, porque son personas que muestran preocupación genuina y cuyo objetivo es solucionar problemas más que insistir para insertar un producto, un servicio o una idea. En muchas de las interacciones que tendrá con sus clientes y prospectos necesitará usar los guiones de su Progenitor Alentador.

Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

La conducta guionada

El ego Adulto

Características de las personas que tienen un nivel alto de ego Adulto:

- Son buenos para reunir datos, analizar un problema y elegir una solución.
- Tienden a mantener la calma y la objetividad en situaciones tensas.
- Buscan y encuentran explicaciones lógicas para la mayoría de las situaciones.
- Tienden a quedarse sumidos en los detalles y no logran ver la fotografía completa.
- A menudo se sienten más cómodos discutiendo el proceso que los resultados.

La conducta del ego Adulto es apropiada e importante si se usa en el momento correcto. Por ejemplo, durante una presentación en el paso del cumplimiento, una explicación del ego Adulto en la que se plantea la solución al problema (por ejemplo, una solución que sea lógica, analítica y objetiva) es apropiada, pero no lo es antes de llegar a ese paso. Dar respuestas detalladas y precisas a las preguntas es también importante si sabe por qué la persona hizo esa pregunta y cuál es el impacto probable de su respuesta. Sin embargo, a veces, ser sumamente analítico puede arruinar la creatividad y la espontaneidad del prospecto.

El ego Niño Natural

Características de las personas que tienen un nivel alto del ego Niño Natural:

- A menudo se los describe como desinhibidos e impulsivos.
- Son casi siempre espontáneos y les gusta divertirse.
- Pueden ser egocéntricos y autoindulgentes.
- Disfrutan de una broma pesada cuando se la hacen a otros.

Si bien divertirse, contar chistes y hacer tonterías es parte natural de la vida, esta conducta rara vez resulta apropiada en un entorno de negocios. Contar un chiste durante una reunión con mucha presión para relajar la tensión no solo es inapropiado sino que además aumenta la tensión, dependiendo de los guiones de las personas involucradas.



14 Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

La conducta guionada

El Pequeño Profesor

Características de las personas que tienen un nivel alto del Pequeño Profesor:

- Tienen un poderoso sentido intuitivo.
- Son creativos.
- Generalmente pueden pensar cómo lograr lo que quieren, a veces usando medios poco convencionales.
- Se les atribuye con frecuencia la capacidad de hablar con cualquiera de cualquier cosa.
- A veces se los percibe como manipuladores o engañosos.

No tiene nada de malo tener buenos instintos o confiar en su intuición. Lo que debe controlar es cualquier conducta que otros puedan considerar como manipuladora, engañosa o poco ética. Hay una línea muy sutil que divide lo que es poco convencional de lo que es poco ético. En un entorno de negocios, es importante no cruzar esa línea, que ni siquiera parezca que está cerca. Recuerde, la venta no se trata de satisfacer sus necesidades. Se trata del prospecto.

El Niño Adaptado

Características de las personas que tienen un nivel alto del Niño Adaptado:

- Buscan constantemente la aprobación y la aceptación de los demás.
- Evitan la confrontación.
- Evitan "mover el bote" o hacer que otros se sientan incómodos.
- Tienden a aceptar lo que otros dicen o hacen al pie de la letra.

La mayoría de las personas desean ser valoradas y aceptadas por los demás. En la mayoría de los casos, se trata de un deseo saludable. Sin embargo, cuando este deseo se convierte en una necesidad, puede impedir que usted realice algunas actividades comerciales, en especial, aquellas que cree que pueden poner a alguien incómodo. En las ventas, necesita poder hacer preguntas difíciles y hacer lo que corresponde, no siempre lo que es más aceptado por los demás.

Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe
disponer de un
sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza
y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos
previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para
obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación
media en cuanto a
conducta, actitud
y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su
zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan
de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada
de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por
reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el
análisis
transaccional
en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para
el éxito

La conducta guionada

El Niño Rebelde:

Características de las personas que tienen un nivel alto del Niño rebelde:

- Tienen rabietas.
- Evitan las reglas y las restricciones y no les gusta que les digan qué hacer o cómo hacerlo.
- Odian que les digan que “no” y sobreactúan y atacan verbalmente a prospectos, clientes o competidores.
- A menudo no son conscientes o son demasiado emocionales como para reconocer el impacto que tienen sus acciones en la situación.

No hay lugar para su Niño rebelde en un entorno de negocios. Atacar verbalmente a los prospectos, o a otros empleado o a sus gerentes probablemente haga que pierda su trabajo, ni qué decir de la venta. Si pelea con su carácter o su Niño Rebelde, probablemente tenga que actualizar los guiones de su ego Adulto y encontrar formas más lógicas de lidiar con sus emociones.

Conclusión

La combinación de un alto nivel del Progenitor Alentador con un alto nivel del ego Adulto es la conducta más apropiada para las ventas. Otros percibirán a este tipo de persona como cálida y cariñosa, además de genuina, sincera y objetiva. Los prospectos lo verán como alguien en quien pueden confiar, con una inteligencia y una lógica innovadoras que le agrega valor a la discusión.



14 Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1: ¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2: Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3: Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4: Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5: El dolor
- ▶ Capítulo 6: El presupuesto
- ▶ Capítulo 7: La decisión
- ▶ Capítulo 8: Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9: Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10: Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11: Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12: Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13: Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14: Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15: Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16: La fórmula para el éxito

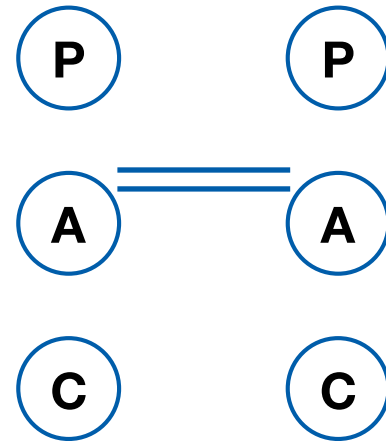
Evitar las transacciones cruzadas

Además de ser una forma de explicar nuestra conformación psicológica, el AT brinda un modelo para comprender el proceso de la comunicación. Una transacción es una unidad comunicativa que consiste en un estímulo y una respuesta. Las transacciones pueden comenzar desde el ego Progenitor, el ego Adulto o el ego Niño y pueden ser respondidas por cualquiera de los tres.

Transacciones complementarias

Persona Nro. 1

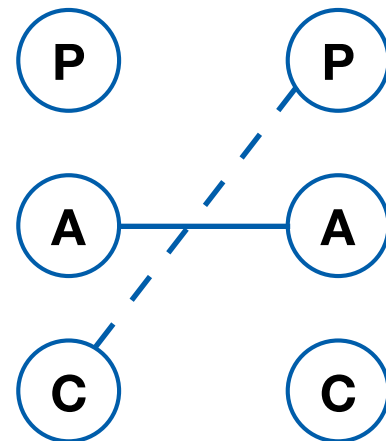
Persona Nro. 2



Transacciones cruzadas

Persona Nro. 1

Persona Nro. 2



Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe
disponer de un
sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza
y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos
previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para
obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación
media en cuanto a
conducta, actitud
y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su
zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan
de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada
de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por
reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el
análisis
transaccional
en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para
el éxito

Evitar las transacciones cruzadas

Existen dos tipos principales de transacciones en el AT: complementarias y cruzadas. Una transacción complementaria se produce cuando el estado del ego de una persona proporciona un estímulo, y el estado del ego de la otra persona responde de manera coherente con la intención del mensaje. Si las líneas que conectan estos dos componentes son paralelas, se realiza satisfactoriamente una transacción comunicativa.

Cuando la persona nro. 1 pregunta: "¿Qué hora es?", esto es un estímulo que proviene del ego Adulto de la persona nro. 1 destinado al ego Adulto de la persona nro. 2. Cuando la persona nro. 2 responde: "Son las 2:15", otra flecha se dirige al ego Adulto de la persona nro. 1. Un estímulo Adulto que genera como reacción la respuesta de un ego Adulto es una transacción paralela, lo que significa que se ha producido la comunicación.

En una transacción cruzada, la respuesta es producida por un estado del ego diferente al de la fuente del estímulo. Cuando esto sucede, la comunicación se distorsiona. Es decir, en lugar de ser paralelas, las líneas que conectan las transacciones se cruzan.

Si el ego Adulto de la persona nro. 1 pregunta: "¿Qué hora es?" y obtiene una respuesta fáctica como en el primer ejemplo, entonces la transacción complementaria significa que se produjo la comunicación. En el diagrama de transacciones cruzadas, dibuje una flecha que comience en el ego Adulto de la persona nro. 1 y que vaya hasta el ego Adulto de la persona Nro. 2. Sin embargo, si la respuesta es "¿Por qué no te consigues un reloj? ¡Tacaño!", el Progenitor crítico de la persona nro. 2 se está dirigiendo al ego Niño de la persona nro. 1, y cuando usted dibuje la flecha que va del ego Progenitor de la persona nro. 2 al ego Niño de la persona nro. 1, observará que las flechas se cruzan. La interacción de las líneas interrumpe la comunicación.

Las transacciones cruzadas causan perturbación y sentimientos de malestar para iniciar la conversación de ventas. Esto puede afectar rápidamente a cualquiera de las partes, o a las dos. Como vendedor, su trabajo es asumir la responsabilidad de evitar la mala comunicación y resolver el problema. A menudo, esto significa caer sobre la espalda y pedir disculpas por la situación. En esos casos, regrese a su ego Adulto y pregunte lógicamente en qué punto las cosas se salieron de su cauce y cómo puede reparar el daño.



14 Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Los juegos que juega la gente

El encuentro entre un vendedor y un prospecto implica una dinámica de la comunicación complicada. A menudo la comunicación está contaminada por los guiones y los juegos aprendidos en etapas anteriores en las vidas de ambas personas.

Algunas personas desarrollan patrones de conducta (guiones) en etapas tan tempranas de su vida con tanta convicción que esos patrones son muy resistentes al cambio aun cuando se expongan a información actualizada. Cuando esto sucede, las personas se encierran en el patrón de tal manera que en determinadas interacciones con otras personas resultan muy manipuladoras y manifiestan actitudes no productivas porque tienen una meta oculta o un mandato del que no son conscientes. Participan en la interacción para que parezca como si su agenda superficial fuera lo importante, aunque, en realidad, su motivo inconsciente (guion) es lo que orienta la actividad. Por lo general, el juego no resulta productivo porque la interacción es defectuosa, y termina en una disrupción que le permite a las personas interrumpir la interacción.

Si bien estos problemas afectan muchas situaciones de la vida cotidiana, nuestra preocupación aquí es su efecto en la situación de ventas y en la productividad. El Sistema de Ventas de Sandler se desarrolló para brindar un proceso directo que les permitiera a los vendedores interactuar con los clientes para producir ventas. El objetivo era desarrollar un proceso de ventas racional y adulto sin ningún tipo de juegos.

Recuerde que es sumamente importante mantener el comportamiento del ego Adulto cuando trata con clientes y prospectos. También es importante que los guiones de su ego Progenitor y de su ego Niño se actualicen cuando se convierte en un adulto para que sea más efectivo en sus actividades de ventas. Debe aprender cómo evitar los juegos en su propia conducta y en la de sus prospectos.

Las situaciones de juego se presentan cuando una persona actúa de maneras que parecen virtuosas ante su propios ojos y de acuerdo con los guiones de su ego Progenitor, pero tiene una necesidad inconsciente que es contraria a la virtud consciente y, cuando no se cumple, lo lleva a experimentar una vaga sensación de decepción.

Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Los juegos que juega la gente

Hay muchos ejemplos de esto. Por ejemplo, está el vendedor que quiere que lo consideren como un hombre de negocios emprendedor que logra obtener todos los beneficios pero, inconscientemente, es alguien que tiene una gran necesidad de ser amado y respetado. O, está el vendedor que conscientemente desea ser un buen empleado que hace lo que sea necesario pero que siempre pone excusas por no hacer suficientes llamadas en frío por día porque, inconscientemente, desea poder hacer lo que le gusta y hacer que las personas que están a cargo le digan que está bien.

Cuando una o dos personas juegan un juego, la interacción muchas veces terminará en alborotos, enojos o "retiradas". Ninguno gana. A los vendedores que juegan estos juegos en sus ventas les resulta difícil usar el Sistema de Ventas de Sandler, que fue diseñado para adultos que juegan de forma honesta.

Como quienes juegan estos juegos no son conscientes de que lo hacen, usted no puede observarse a sí mismo y decir: "Estos son los juegos en los que participo". Si bien las personas que juegan no saben que están participando en un juego, sí saben cuáles son todas las jugadas que se pueden hacer. ¿Cómo puede analizar los juegos que juega y los guiones que hacen que los juegue?

Puede observar su conducta, especialmente en situaciones en las que sabe lo que quiere hacer, pero parece no poder hacerlo de manera coherente. La dificultad reiterada para hacer lo que desea, además de la conducta reiterada de evitarlo, le permitirá comprobar cuáles son los juegos que juega. Crear un cuadro de análisis de patrones, le permitirá analizar su conducta en relación con la actividad que desee realizar.

Su tarea es reconocer los juegos que juega para buscar alternativas que sean más adultas y honestas.



14 Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Lecciones aprendidas

Resumen del capítulo:

Lo fundamental que hay que retener de este capítulo:

El Análisis transaccional (AT) es la clave del Sistema de Ventas de Sandler. Fue David Sandler quien descubrió estos principios para ayudarlo a comprender mejor los tres estados de la mente de su prospecto y cómo influir en sus decisiones de compra.

El concepto básico del AT es que existen tres estados del ego: Progenitor, Adulto y Niño, que se desarrollan como "guiones" de información aprendida durante los años de la niñez, cuando se forma la personalidad. El estado del ego Progenitor consiste en "registros" de mensajes de expectativas y reconvenciones de los padres (Progenitor crítico) y amor y aliento (Padre alentador). El estado del ego Niño consiste en "registros" de mensajes de sentimientos y respuestas emocionales. Las subcategorías del ego Niño (Natural, Rebelde y Adaptado) reflejan sus distintas facetas. Además, el estado del ego Niño tiene un componente conocido como el Pequeño Profesor, que puede ser manipulador si no es controlado por un ego Adulto fuerte. El estado del ego Adulto es el único que continúa desarrollándose luego de los cinco o seis años. Se puede registrar nueva información y se puede incorporar con el tiempo más información para corregir la información anterior. El ego Adulto resuelve problemas, genera compromisos y procesa datos de manera decisiva usando los hechos y la lógica.

Cuando se aplica a la situación de ventas, el AT ayuda a comprender los estados del ego que son más productivos. En las ventas, un vendedor debe actuar en un 70 % con su Progenitor Alentador, en un 30 % con su ego Adulto, y no debe dejar lugar para su ego Niño.

Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe
disponer de un
sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza
y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos
previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para
obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación
media en cuanto a
conducta, actitud
y técnica
- ▶ Capítulo 10:
Romper su
zona de confort
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan
de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada
de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por
reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14:
Aplicar el
análisis
transaccional
en las ventas**
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para
el éxito

Lecciones aprendidas

Sabiendo que no está hablando con un prospecto, sino con tres estrados del ego que conviven dentro de ese prospecto, el ego Niño, el ego Progenitor y el ego Adulto, puede planificar su proceso de ventas de manera más efectiva. Puede describir su producto de manera tal que el ego Niño diga: "Sí, eso es lo que quiero". Puede presentar su producto de manera tal que el ego Progenitor le diga al ego Niño: "De acuerdo, esto parece ser lo correcto. Tienes mi permiso", y el ego Adulto le diga al ego Niño: "Luego de analizar toda la información, esto tiene sentido. Adelante".

Finalmente, los guiones y los juegos interfieren en el desempeño del vendedor en el Sistema de Ventas de Sandler. When you are attempting to serve a subconscious motive derived from childhood scripts and your surface behavior is designed to appear Adult and straightforward, you will often produce disappointing results in your sales objectives. Su tarea es reconocer los juegos que juega y buscar alternativas más Adultas y honestas. Su análisis del patrón puede ayudarlo a identificar las áreas que necesitan atención.



14 Capítulo catorce: Aplicar el análisis transaccional en las ventas

- ▶ Capítulo 1: ¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2: Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3: Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4: Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5: El dolor
- ▶ Capítulo 6: El presupuesto
- ▶ Capítulo 7: La decisión
- ▶ Capítulo 8: Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9: Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ Capítulo 10: Romper su zona de confort
- ▶ Capítulo 11: Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12: Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13: Ventas por reversión negativa
- ▶ **Capítulo 14: Aplicar el análisis transaccional en las ventas**
- ▶ Capítulo 15: Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16: La fórmula para el éxito

Lecciones aprendidas



Observaciones y revelaciones:
En este capítulo aprendí:

Como resultado de lo que aprendí:

Me uniré a la conversación sobre esta lección a través de un tuit en @SandlerTraining con #HowToSucceed o mediante una publicación en el grupo oficial de LinkedIn en: www.sandler.com/linkedin-group