



Estilos Sociales

INTRODUCCIÓN:

Cuántas veces hemos visto ejecutivos de venta visitar y vender solo a aquellos clientes con los que han sido capaces de lograr cierta empatía, ignorando a esos otros clientes porque los encuentran demasiado **déspotas, autoritarios o simplemente poco agradables...**

Es frecuente que cuando estamos frente a este tipo de situaciones o muchas otras similares que podríamos continuar describiendo observamos también que estas falencias en ciertas personas **no tienen que ver ni con su falta de conocimiento ni experiencia en las tareas que están ejerciendo.**

Entonces ¿qué está fallando?, ¿qué falta para que logren ese desempeño de excelencia que justamente de acuerdo a su gran conocimiento y experiencia deberían estar logrando?. En estos casos nuestra respuesta es una sola, seguramente estos profesionales **no están siendo conscientes** de su respectivo **"Estilo Social"** y, por tanto, no están siendo capaces de **adaptar al estilo social de su contraparte** a fin de mejorar la comunicación y obtener los resultados esperados.

En conclusión, estamos frente a una **falta de conocimiento de sí mismos y de los demás en términos conductuales.**

Estilos Sociales

ORÍGENES

El Modelo de Estilos Sociales (**Social Style Model**) se refiere a un modelo de clasificación y caracterización del comportamiento de las personas logrado sobre la base de las variables conductuales Asertividad y Sociabilidad.

Este modelo fue desarrollado por el **sicólogo** norteamericano **David Merrill** durante la década de los sesenta y surge como una forma más sencilla y directa, en términos de su observación y medición, que la clasificación respecto a los Tipos Sicológicos desarrollada por el **siquiatra** alemán **Carl Jung**.

Esta aplicación **no es solo** para psicólogos, psiquiatras, neurólogos u otros profesionales relacionados con las ciencias del comportamiento, sino que, a partir de este modelo, **el supervisor, la jefatura directa, el líder de equipo, el ejecutivo de venta** puede, con un alto grado de certeza, tomar decisiones respecto a sus colaboradores, proveedores y clientes.

Estilos Sociales

Los seres humanos tenemos diferentes formas de comportarnos en sociedad.

Esta forma de comportamiento lo denominamos **ESTILO SOCIAL**.

Los estilos sociales nos identifican.

Estilos Sociales



Estilos Sociales



Dominante: **AFABLE**
Secundario: **EXPRESIVO**



Dominante: **EXPRESIVO**
Secundario: **AFABLE**



Dominante: **ANALÍTICO**
Secundario: **AFABLE**



Dominante: **EMPRENDEDOR**
Secundario: **EXPRESIVO**

El Analítico:

Responde generalmente a la siguiente descripción:

1. Es poco afirmativo y reservado al expresar sus emociones.
2. Da gran importancia a los detalles, es pausado y bien organizado.
3. Escucha atentamente la información y la estudia.
4. Al tomar decisiones tiene en cuenta políticas, criterios y objetivos preestablecidos que lo rigen.
5. Evita situaciones tirantes cambiando de tema o alejándose de su interlocutor.
6. Intenta no involucrarse personalmente con el interlocutor y deja que los demás tomen la iniciativa en la relación social.
7. Se asegura de que entiendan las necesidades de la empresa.
8. Quiere entender la situación en su CONJUNTO.

Estrategias para venderle al cliente Analítico

1. Reunir y presentarle la información de forma sistemática y eficaz.
2. Ofrecer información suficiente acerca de la empresa, productos y servicios.
3. Concederle tiempo suficiente para madurar las respuestas.

El Afable:

Responde generalmente a la siguiente descripción:

1. Es abierto, cálido, colaborador pausado y comparte la relación personal.
2. Reune y procesa la información conjuntamente con otras personas.
3. Antes de considerar una compra desea establecer una relación sólida y de confianza con el vendedor.
4. Ante situaciones de tensión se retrae, cambia de tema.
5. Se asegura de que los demás acepten la decisión de comprar.
6. Sopesa cuidadosamente si se van a cumplir los compromisos.
7. Establece con las demás personas relaciones basadas en la ***MUTUA CONFIANZA.***

Estrategias para venderle al cliente Afable

1. Establezca con el una relación basada en mutua confianza.
2. Establezca un ambiente de colaboración en el que las ideas y la información se intercambien libremente.
3. Escuche atentamente, ofrezca abundante retroalimentación tanto verbal como no verbal.

El Emprendedor:

Responde generalmente a la siguiente descripción:

1. Es directo y va al grano. No exterioriza sus emociones.
2. Realiza el trabajo con urgencia y no siente necesidad de establecer relaciones personales con el vendedor.
3. Quiere que el vendedor lo escuche atentamente antes de hacerle una oferta comercial.
4. Tiene objetivos muy claros y si el vendedor le demuestra que su producto o servicios puede alcanzar eficazmente los resultados deseados, reacciona favorablemente.

Estrategias para venderle al cliente Emprendedor

1. Reuna la información organizadamente.
2. Escuche atentamente y responder con prontitud sin adoptar una postura a la defensiva.
3. Preste un puntual servicio de seguimiento.
4. Ofrezca casos concretos, referencias y demás apoyo técnico.
5. Ofrezca opciones.

El Expresivo:

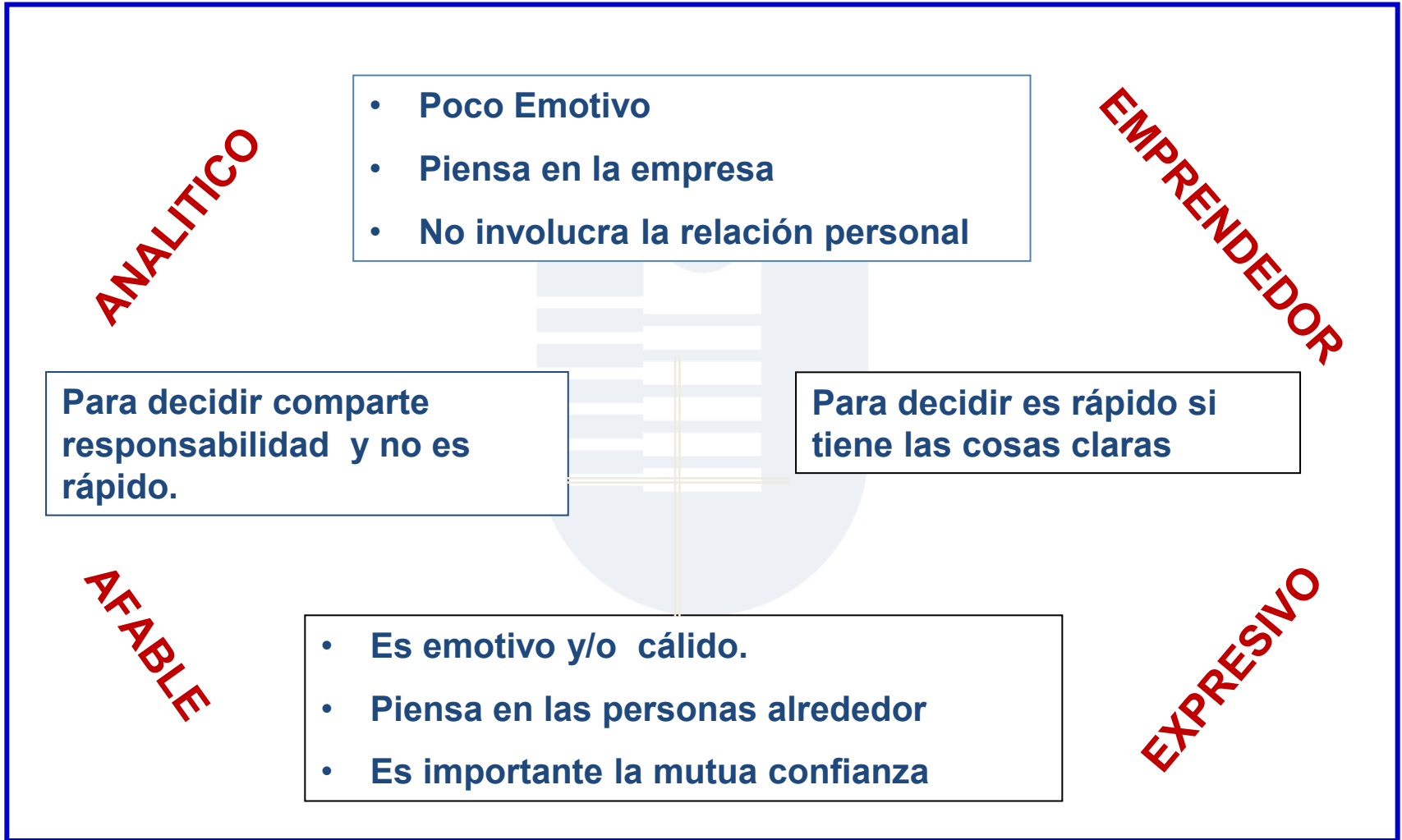
Responde generalmente a la siguiente descripción:

1. Es rápido, controverido y entusiasta.
2. Es directo y abierto.
3. Es innovador, está dispuesto a correr riesgos.
4. Establece relaciones abiertas y basadas en la confianza mutua con aquellas personas que pueden ayudarle a alcanzar sus objetivos.
5. Sabe motivar, intenta involucrar a los demás en sus concepciones e ideas.
6. Suele ser idealista y responde a aquellos productos, servicios y personas que le ayudan a alcanzar su ideal.

Estrategias para venderle al cliente Expresivo

1. Haga preguntas y escuche atentamente.
2. Demuestre que es competente.
3. Procure involucrar al comprador en la solución propuesta.
4. Ayude al comprador a obtener apoyo interno para la propuesta.

Matriz de mezcla de los Estilos Sociales



Los objetivos se cumplieron?



**GRACIAS POR
SU ATENCIÓN**

