

ESCUCHA ANTES DE COTIZAR

El detalle que cambia tu recomendación

Una frase de tu cliente puede cambiar toda la propuesta. Aprende a aclarar su significado y a convertir lo que confirma en un criterio para elegir.

"Quiero conocer mucho, pero sin andar corriendo". La frase parece suficiente para empezar a cotizar. Sin embargo, todavía admite varias interpretaciones: un itinerario con menos visitas o una estancia más larga en cada ciudad. Si eliges una opción sin comprobarla, puedes preparar una buena propuesta para una necesidad que el cliente nunca expresó.

Escuchar antes de cotizar consiste en descubrir qué significa el pedido para esa persona. La señal de que lo lograste aparece cuando puedes explicar cómo sus palabras cambiaron tu recomendación.

DEJA ESPACIO ANTES DE OFRECER

Mientras tu cliente habla, evita preparar mentalmente la respuesta o buscar una oferta en otra pantalla. Escucha la idea completa. Si necesitas consultar información, avísale y retoma después; así distingues el momento de comprender del momento de investigar.

Una pausa permite que termine lo que estaba diciendo. Evita llenarla de inmediato con experiencias propias. Tampoco impongas una proporción fija entre hablar y escuchar: comprueba si entendiste lo importante. Puedes intervenir para aclarar y dejar que el cliente complete o corrija la idea.

ACLARA LAS PALABRAS QUE PARECEN OBVIAS

"Céntrico" y "tranquilo" necesitan contexto. Para alguien, céntrico significa caminar a sus visitas; para otra persona, estar cerca del lugar donde se encontrará con su familia. Una misma etiqueta puede llevarte a buscar hoteles diferentes.

Pregunta por el significado práctico: "Cuando dices céntrico, ¿cerca de qué te gustaría estar?". Si expresa una preocupación, evita atribuirle motivos. "Me inquieta cambiar de avión" merece una aclaración antes de concluir que tiene miedo a volar. Quizá solo necesita saber cómo encontrará la siguiente puerta.

Acoge lo que siente sin prometer que todo saldrá bien. Pregunta qué información le ayudaría y verifica aquello que todavía desconoces. El cliente conserva la autoridad sobre lo que necesita y lo que le preocupa.

ACLARA

"Céntrico"

"Cuando dices céntrico, ¿cerca de qué te gustaría estar?"

UN CASO: LA DIFICULTAD ESTABA EN LAS MALETAS

CASO DIDÁCTICO · MARTA

Imagina este caso didáctico. Marta prepara un viaje a Europa con su hermana. Pide conocer varios lugares, "pero sin andar corriendo". La Agente de Viajes piensa en reducir las visitas. Antes de hacerlo, pregunta qué quiere evitar.

MARTA EXPLICA:

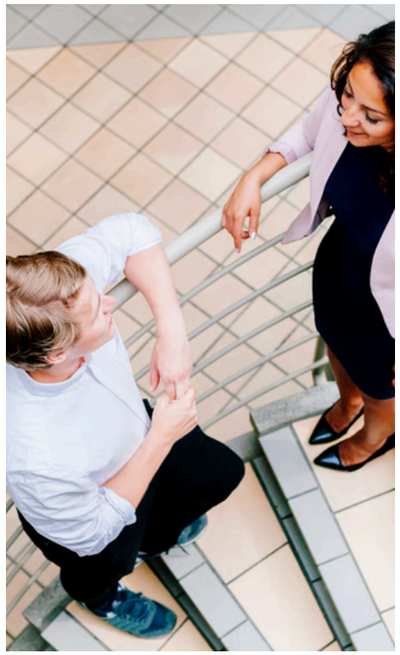
"En el viaje pasado cambiábamos de hotel casi todos los días. No quiero volver a estar empacando a cada rato". Disfruta las visitas, lo que le incomoda es cambiar constantemente de alojamiento.

LA AGENTE RESUME:

"Entonces, buscas un recorrido con visitas, pero prefieres permanecer varias noches en una misma ciudad. ¿Lo entendí bien?". Marta confirma. Ahora la búsqueda debe revisar la distribución de noches y la viabilidad de las excursiones. Todavía falta comprobar qué opciones responden a esa preferencia y a su presupuesto.

La conversación no garantiza una venta. Sí deja una diferencia observable: la selección atenderá una necesidad confirmada, en lugar de partir de una interpretación apresurada.

DEVUELVE UNA SÍNTESIS QUE PUEDAN CORREGIR



Antes de investigar, explica en una frase lo que entendiste. Puedes empezar con: “Por lo que me cuentas…” y terminar con una pregunta abierta a la corrección: “¿Qué me falta considerar?”. Evita resumir de manera que el cliente solo pueda asentir.

Recupera sus prioridades sin repetir toda la conversación. Si no pueden cumplirse juntas, plantea el conflicto: “Quieres evitar cambios de hotel y conocer ciudades alejadas. Tendremos que revisar qué desplazamientos implicaría. ¿Qué prefieres cuidar primero?”. Aclara el margen de ajuste antes de prometer una solución.

Si responde “tú recomiéndame”, ayúdalo a comparar una diferencia concreta: “¿Prefieres cambiar de hotel para acercarte a las visitas o conservar una base y desplazarte desde ahí?”. Explica las consecuencias sin dirigirlo hacia la opción que te conviene vender. Después, confirma su preferencia y conserva cualquier duda pendiente.

Cuando participen varias personas, confirma quién comparte cada preferencia. No atribuyas a todo el grupo la opinión de quien escribió primero. Registra también lo que deberán conversar entre ellos.

DEL COMENTARIO AL CRITERIO DE BÚSQUEDA

Utiliza una ficha de cuatro campos. Sirve para convertir una conversación en decisiones que puedas revisar al preparar la propuesta.

Palabras del cliente. Copia la frase relevante tal como la expresó, sin añadir interpretaciones.

Significado confirmado. Anota lo que tu cliente aclaró sobre su necesidad.

Criterio de búsqueda. Escribe qué característica revisarás para responder a esa necesidad.

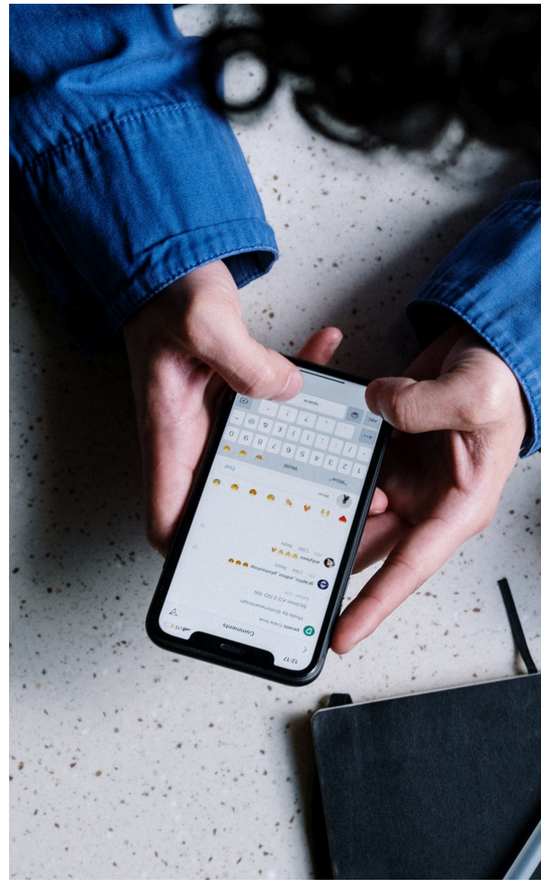
Pendiente. Registra qué información falta o qué condición todavía debes verificar.

En el caso de Marta, el criterio es revisar cuántas noches permanecerá en cada alojamiento. Queda pendiente comprobar traslados y excursiones. Una preferencia del cliente orienta la búsqueda; la confirmación del proveedor permite saber si puedes ofrecérsela.

TAMBIÉN SE ESCUCHA POR WHATSAPP

Lee el mensaje completo, incluidos los detalles que aparecen al final. Evita responder únicamente al destino y pasar por alto una condición. Si recibes un audio que no puedes escuchar con atención, acuerda cuándo responderás.

Aclara una ambigüedad por vez. No envíes un interrogatorio de golpe. Un emoji o una marca de lectura no indican qué parte entendió o aceptó el viajero. Para confirmar una prioridad, pide una respuesta vinculada con esa idea.



COMPRUEBA QUE LO QUE ESCUCHASTE SE REFLEJE EN LA PROPUESTA

Antes de enviar, coloca junto a la cotización tus notas de la conversación. Elige una prioridad confirmada y localiza dónde la atiendes. Puedes explicarlo así: “Seleccioné esta opción porque permite permanecer varias noches en el mismo alojamiento”. Utiliza esa frase solo después de verificar la condición.

Si la propuesta contradice una preferencia, explica el motivo y consulta el ajuste. Evita esconderlo entre las condiciones. Escuchar también implica reconocer cuándo una opción disponible no responde a lo pedido.

PRACTICA EN TU PRÓXIMA CONVERSACIÓN

Pide a un compañero que represente a un viajero con una petición ambigua. Escucha y aclara su significado antes de recomendar. Después, intercambien papeles y revisen si la síntesis respetó lo expresado.

Hoy, completa una ficha con una consulta real. Comprueba qué cambió en tu búsqueda gracias a la aclaración. Si nada cambió, revisa si ya habías entendido bien o si todavía estás suponiendo.

LA MEJOR PRUEBA DE QUE ESCUCHASTE SE VE EN LOS CAMBOS DE TU PROPUESTA.

VER VIDEO

ESCANÉALO PARA VER EL CAPÍTULO COMPLETO