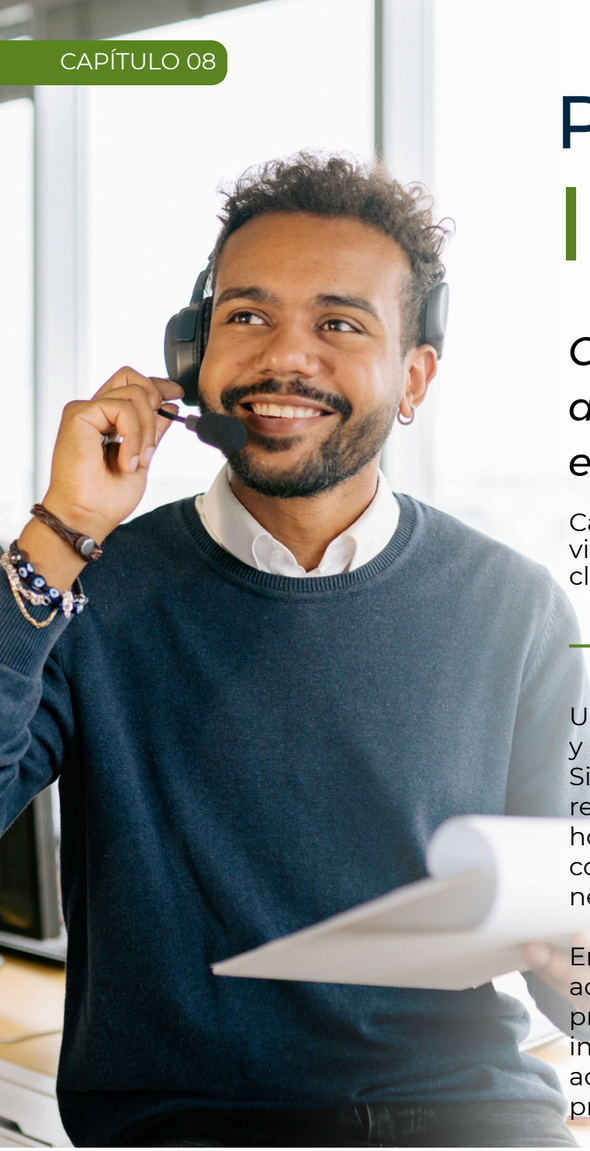


PREGUNTAR CON INTENCIÓN

Cuatro propósitos para orientar al viajero sin convertir la consulta en un interrogatorio

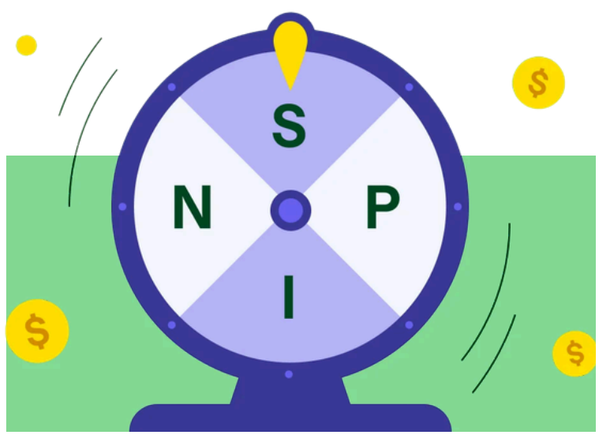
Cada pregunta debe aclarar algo que influya en el viaje. Aprende a elegir la siguiente según lo que el cliente ya te contó.

Un cliente pide un hotel todo incluido. Tienes fechas y presupuesto, así que podrías buscar enseguida. Sin embargo, todavía desconoces qué espera resolver con ese plan. Quizá quiera quedarse en el hotel; quizá desee salir a explorar y solo busque controlar sus gastos. La misma solicitud puede necesitar recomendaciones diferentes.

En el capítulo anterior trabajamos cómo escuchar y aclarar lo que el viajero dice. Ahora elegiremos qué preguntar después. La meta es descubrir información que ayude a decidir, evitando acumular preguntas que no cambiarían tu propuesta.

CUATRO PROPÓSITOS PARA PREGUNTAR MEJOR

El modelo SPIN organiza las preguntas en situación, problema, implicación y necesidad de solución. Aquí lo adaptamos a conversaciones de viajes. Utiliza estos propósitos para orientarte y ajusta la secuencia a lo que el cliente ya explicó. No necesitas recitar un cuestionario completo.



SITUACIÓN: UBICA EL VIAJE

Estas preguntas aclaran el contexto. Recupera lo que ya conoces y completa únicamente lo necesario para empezar: “¿Cómo imaginan pasar los días durante esta escapada?”. La respuesta puede orientar cuánto tiempo utilizarán realmente el hotel.

También necesitas datos concretos, como fechas o número de viajeros. Combina preguntas abiertas con confirmaciones breves. Si la información ya aparece en el mensaje, retómala en lugar de pedirla otra vez. Explica para qué necesitas un dato cuando su utilidad no resulte evidente.

¿Cómo imaginan pasar los días durante esta escapada?

PROBLEMA: DESCUBRE QUÉ NECESITA RESOLVER

Explora una dificultad o insatisfacción. Puedes preguntar: “¿Qué te gustaría evitar de tu último viaje?”. También sirve: “¿Qué te preocupa al elegir este servicio?”. Deja abierta la posibilidad de que no exista ningún problema.

Evita sugerir una mala experiencia que el viajero nunca mencionó. Si todo le funcionó bien, pregunta qué desea conservar. Reconocer una preferencia positiva también orienta tu trabajo; no hace falta fabricar una incomodidad para justificar la asesoría.

¿Qué les gustaría evitar de su último viaje?

IMPLICACIÓN: COMPRENDE POR QUÉ IMPORTA

Estas preguntas exploran las consecuencias de una dificultad reconocida. Si el cliente teme perder el control de los gastos, puedes preguntar: “¿Cómo afectaría eso a los planes que quieren hacer?”. Busca entender su preocupación, sin exagerarla.

Evita escenarios alarmistas o preguntas que anticipen la respuesta: “¿Verdad que eso arruinaría tus vacaciones?”. Si afirma que una dificultad le resulta manejable, acepta esa valoración. La importancia la define quien viajará, no la urgencia que tú tengas por vender.

¿Cómo afectaría eso a los planes que quieren hacer?

NECESIDAD DE SOLUCIÓN: DESCUBRE QUÉ GANARÍA

Invita al cliente a explicar el beneficio de resolver lo que señaló: “¿Qué te permitiría tener claros esos gastos antes de elegir?”. Abre espacio para que describa el resultado que busca.

Recupera sus palabras al preparar la recomendación. Si valora poder salir a comer sin desordenar su presupuesto, compara opciones que le permitan comprender ese gasto. Todavía debes verificar inclusiones y condiciones; reconocer un beneficio no confirma que un producto lo entregue.

¿Qué les permitiría tener claros esos gastos antes de elegir?

“La importancia la define quien viajará, no la urgencia que tú tengas por vender.”



UN CASO: PIDIÓ TODO INCLUIDO PARA CONTROLAR EL GASTO

Imagina este caso didáctico. Diego prepara una escapada con su pareja. Al preguntarle cómo pasarán los días, explica que quieren recorrer los alrededores y probar restaurantes. Pidió todo incluido porque le inquieta descubrir gastos que no había considerado.

La agente pregunta qué cambiaría si algunas comidas quedaran fuera del precio inicial. Diego responde: “No sabría cuánto separar para las salidas”. Después explica qué le aportaría conocer esos gastos: “Podríamos elegir dónde comer sin perder de vista el presupuesto”.

La agente decide comparar los planes de alimentos y explicar qué pagarían aparte. Distinguirá los precios confirmados de cualquier estimación. Diego aún puede elegir todo incluido; la conversación permite revisar si responde a lo que espera. Ninguna respuesta obliga a comprar ni garantiza el cierre.

“Escuchar bien permite comprender lo que realmente importa.”

UN FRAGMENTO DE LA CONVERSACIÓN

Agente: ¿Qué cambiaría para ti si algunas comidas quedaran fuera del precio inicial?

Diego: No sabría cuánto separar para las salidas.

Agente: ¿Qué cambiaría para ti si algunas comidas quedaran fuera del precio inicial?

Diego: No sabría cuánto separar para las salidas.

CUIDA LA PREGUNTA PARA NO DIRIGIR LA RESPUESTA

“¿No prefieres pagar un poco más y viajar tranquilo?” presenta el gasto adicional como la respuesta correcta. Cámbiala por: “¿Qué necesitas cuidar para sentirte tranquilo con esta elección?”. Después, pregunta qué margen de presupuesto desea respetar, sin asumir que debe ampliarlo.

Evita juntar varias preguntas en un mensaje. Responde a lo que el viajero acaba de decir y explica por qué quieres profundizar: “Me comentaste que te preocupa el gasto en comidas. ¿Podemos revisar cómo planean organizarse?”. Así mantienes una conversación vinculada con su necesidad.

ELIGE TU SIGUIENTE PREGUNTA

Cuando no sepas cómo continuar, identifica qué información te falta:

Etapa actual. Contexto. ¿Entiendo qué viaje está organizando?

Dificultad. ¿Sé qué necesita resolver o qué quiere conservar?

Consecuencia. ¿Comprendo cómo influye eso en su experiencia?

Beneficio. ¿El viajero explicó qué le aportaría atenderlo?

Elige el campo pendiente y formula una pregunta. Registra la respuesta sin completar los vacíos con tus propias suposiciones. Si ya tienes información suficiente para recomendar, pasa a verificar las opciones. Preguntar indefinidamente también retrasa la atención.

TU TURNO: CAMBIA UNA PREGUNTA

Lee esta frase: “Si quieres unas buenas vacaciones, tendrás que subir el presupuesto, ¿verdad?”. Identifica qué está suponiendo el agente. Después, escribe una pregunta que permita conocer prioridades sin descalificar el monto disponible.

Una posibilidad es: “Dentro del presupuesto que me compartiste, ¿qué es lo más importante para ti?”. La respuesta permitirá revisar alternativas y explicar límites reales. Es un ejemplo de redacción; adáptalo a lo que el cliente haya expresado.

TU TURNO

Frase del agente (supone):
“Si quieres unas buenas vacaciones, tendrás que subir el presupuesto, ¿verdad?”.

Tu nueva pregunta:

_____

_____

PONLO A TRABAJAR HOY

Revisa una conversación reciente y selecciona una pregunta que hiciste. Anota para qué servía y qué información obtuviste. Comprueba si esa respuesta ayudó a elegir una opción o a aclarar una decisión.



VER VIDEO

ESCANÉALO PARA VER EL CAPÍTULO COMPLETO