



La mente de los clientes
Aprenda cómo leer a una persona para vender más
David P. Snyder
241 páginas
2009, Buenos Aires
Grupo editorial Norma
Puntos 3 / 12.000 (Punto Guitarras de Larral)

Para David P. Snyder, quien además de su calidad de ingeniero comercial cursó un máster en psicología en la Universidad de Harvard, la psicología del comportamiento es un arma que da una referencia crucial en lo que respecta al camino integrado de las ventas, del marketing y de la atención al cliente. Considerando lo anterior, es que en el libro hace referencia a ciertos tales como el efecto de vender es tener una actitud como una filosofía, que pasa a ser el eje en el campo de las ventas es elemental el sentido orgulloso de sí mismo, que los vendedores mantienen lo son porque justo con identificar que falta más y debiéndoles, van aprendiendo a superar aquellas de los demás, y que el inicio de las ventas inicia en el medio interno de la motivación y la psicología.

Es en mérito a lo anterior que el autor de este libro señala que "En pocas palabras, así como las grandes empresas han comprendido que el servicio al cliente, las ventas y el marketing no son funciones separadas, sino una sola, la cual lo equipara con los tres ángulos de un triángulo

Ahora de la que son los vendedores, Zingales puntualiza que respecto a una persona no existe nada preventivo, y agrega que "cualquier persona que tenga que ver con el mundo empresarial es, en algún momento, 'Todos los demás de la familia y los amigos de los negocios caros son secundarios'".

Considera que la atención al cliente tanto el interno como el externo, está donde está, es vital para el éxito de la empresa u organización. Tanto es, que hay algunos de estos que han creado la "paranoia de atención al cliente", buscando a los ejecutivos entre a cargo del marketing. Snyder señala que ya contextualiza sobre la materia gira en torno a una idea central, que es la de estas características de que "gran parte de la psicología, la infelicidad, la tristeza, la depresión y la ansiedad que existe en el mundo

de actual —condiciones que llevan al abuso de sustancias, el fracaso, al desorden emocional y a las relaciones con métodos y temperamentos, es general por estos tiempos modernos poco autos, es decir, que se refiere a la gente ser feliz o desear con los demás". Para concluir, y como resultado de sus diálogos con líderes empresariales, hasta que la mayoría de ellos señala que el futuro va a ser el vertido, que las personas arrastran en el mundo de los negocios basaban a la mayor parte de los líderes empresariales que los negocios y la gente han cada vez se toleran menos que la capitalización y los valores están regresando para quedarse, y que en el mundo de los negocios se está desarrollando una guerra entre las personas agridulces y las antipáticas, y que éstas van creciendo".

Andrés Adler

La mente de los clientes [artículo] Andrés Adler.

Libros y documentos

AUTORÍA

Adler, Andrés, 1945-

FECHA DE PUBLICACIÓN

2004

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

La mente de los clientes [artículo] Andrés Adler. il.

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile

Mapa