

PREGUNTAS BIEN DIRIGIDAS

Como comunicadores uno de los elementos principales es obtener información de la persona con la que interactuamos. Sin embargo la mayoría de las personas realizan preguntas cuyas respuestas NO proporcionarán la información que realmente desean y necesitan.

Por ejemplo hay miles de vendedores que empiezan su interacción con los clientes con la siguiente pregunta: ¿Le puedo ayudar en algo?

¿Qué pasaría si el cliente respondiera “necesito que alguien vaya al supermercado”? ¿Iría el vendedor? Claro que NO, pero realiza una pregunta tan abierta que es posible que no obtenga la información que realmente quisiera obtener.

Otros vendedores que lo que quieren saber es si sus clientes tienen el dinero para comprar su producto o contratar su servicio suelen preguntar: ¿Cómo va el negocio?

Muchos clientes responden “bien” o sueltan una larga explicación de lo que les ocurrió esa mañana. Ninguna de las dos respuestas le da al vendedor la información que realmente necesita para hacer su venta.

Pero esto también ocurre en contextos familiares y entre parejas. Hay padres que están interesados en saber que están haciendo sus hijos en la escuela y preguntan: ¿Cómo va la escuela? Y en más de una ocasión me ha tocado escuchar la respuesta “sigue en pie”, lo que normalmente provoca malestar en el padre porque piensa que su hijo se está pasando de listo. Sin embargo, también es cierto que la pregunta del padre no solo es una pregunta inespecífica, sino también mal dirigida ya que no obtuvo la respuesta deseada.

Es muy valioso aprender a hacer “preguntas bien dirigidas” y para lograrlo primero debemos llegar al fondo de lo que realmente queremos saber del cliente o de la persona con la que nos comunicamos. Una pregunta que nos ayudará a lograr esto es la siguiente:

¿Qué es lo que realmente quieres saber?

Entonces por ejemplo, si alguien dice que la pregunta que le realiza a su cliente es: ¿Qué tipo de gente labora en su empresa?

Nosotros preguntamos: ¿Qué es lo que realmente quieres saber?

Normalmente el vendedor responde algo así como: Si los empleados de su empresa tienen una mentalidad abierta.

Nosotros preguntamos otra vez: ¿Qué es lo que realmente quieres saber?

A lo que el vendedor responde algo por la línea de: Si sus empleados se interesan en cursos de desarrollo personal.

Nosotros preguntamos una vez más: ¿Qué es lo que realmente quieres saber?

Si el vendedor responde: Pues eso, si sus empleados se interesan en cursos de desarrollo personal.

Nosotros entonces respondemos: ¡Esa es la pregunta!

La pregunta bien dirigida es: ¿Los empleados de su empresa se interesan en cursos de desarrollo personal?

Otro ejemplo que ocurrió recientemente...

Nosotros: ¿Qué pregunta le realizas a tu cliente?

Vendedor: ¿Qué piensa de los cursos de PNL?

Nosotros: ¿Qué es lo que realmente quieres saber?

Vendedor: Si el cliente se interesa en participar en un curso de PNL

Nosotros: ¿Qué es lo que realmente quieres saber?

Vendedor: Si el cliente se interesa en participar en nuestro curso de PNL

Nosotros: ¡Esa es la pregunta! ¿Te interesa participar en nuestro curso de PNL? O bien un poco más abierta: ¿Te interesa participar en un curso de PNL?

Nota: Si preguntas a alguien que piensa de "x" te puede dar información valiosa pero a lo mejor solamente te llenan de información inútil y pierdes los valiosos minutos que tenías para recolectar cuanta información pudieras para realizar tu venta.

Una vez que tienes bien definida tu pregunta puedes suavizarla para que no parezca tan agresiva y no parezca un interrogatorio. Suavizarla es realizar la *pregunta bien dirigida* empleando alguno de los patrones lingüísticos que la pueden suavizar por ejemplo: realizándolas como preguntas encubiertas o postulados conversacionales. (Ver sección del Modelo Milton)