

Importancia del lenguaje corporal para el incremento de las ventas en una tienda departamental

Por: Luis Guillermo Espinoza

2. RESUMEN

En el presente trabajo científico se efectuara un estudio acerca de la importancia del lenguaje corporal o no verbal para el incremento de las ventas en una tienda departamental. Partiendo de las incógnitas; ¿Qué es el lenguaje corporal o no verbal? ¿Cuáles son los principales tipos de lenguaje corporal que existen en la actualidad? ¿Cómo influye el lenguaje corporal para el incremento de las ventas en una tienda departamental y su importancia? ¿Importancia de un buen trato a los clientes por parte de los vendedores? ¿Cómo dar un buen trato al cliente usando el lenguaje corporal? Analizando cada concepto detalladamente en especial las técnicas de movimiento del cuerpo que deben utilizar los vendedores para dar una buena imagen a los clientes y aumentar las probabilidades para realizar la venta deseada.

Palabras clave:

Lenguaje, corporal, tienda, departamental.

3. INTRODUCCIÓN

Vivimos en una época donde las personas se han vuelto más exigentes a la hora de adquirir nuevos productos o servicios, no solo buscan calidad y un buen precio, también esperan un cálido trato por parte de los ofertantes. Los clientes perciben perfectamente cuando los vendedores son amables con ellos, y el regreso a la tienda dependerá en gran medida al trato que se les ofrezca. Recordemos que ellos son quienes están adquiriendo nuestros productos o servicios, por lo tanto, en ese momento, se convierten en nuestros jefes y por ende debemos entregar nuestro mejor servicio hacia ellos.

“Nueve de cada diez consumidores mexicanos (93%) recuerda una experiencia positiva de servicio al cliente, y de ellos, 57% indican que el representante fue agradable y 50% considera que era una persona capacitada y conocedora del producto.”¹ Nos podemos dar cuenta que el servicio al cliente es muy importante.

Hoy en día el movimiento del cuerpo nos puede revelar la identidad de las personas; cómo se sienten en ese momento o la opinión que tienen respecto a situaciones que se les presentan, incluso la forma en como están sentados muestra su estado de ánimo. Así mismo la forma en cómo están vestidas nos puede dar una idea de

¹ "Barómetro Global de Servicio al cliente", elaborado este año por American Express.

sus gustos y su actitud. Estudios recientes demuestran que si miramos fijamente a las personas o si esbozamos una sincera sonrisa nos puede abrir el camino hacia lo que deseamos debido a la apariencia que reflejamos. Además, el pararnos erguidos expresa que nos sentimos seguros con lo que estamos haciendo, y esto es percibido por los clientes, lo cual asegura muchas ventajas hacia los vendedores. Entonces, una vez conociendo estos trucos; ¿es posible aumentar el número de ventas con el movimiento de nuestro cuerpo?

4. PROBLEMA CIENTÍFICO

¿Cómo influye el lenguaje corporal en el incremento de las ventas en una tienda departamental?

4.1 Objeto de estudio: Ventas en una tienda departamental.

4.2 El campo de acción: Se concreta en el lenguaje corporal

4.3 Ideas a defender: El lenguaje corporal más un buen trato al cliente producen un aumento significativo de las ventas en una tienda departamental.

4.4 Tareas científicas:

1. Analizar detalladamente los diferentes conceptos de lenguaje corporal tanto personal como institucionales.
2. Identificar los principales tipos de lenguaje corporal existentes en la actualidad.
3. Revelar los principales tipos de lenguaje corporal existente en la actualidad.
4. Demostrar cómo influye el lenguaje corporal para el incremento de las ventas en una tienda departamental y su importancia.
5. Mostar técnicas de cómo utilizar el lenguaje corporal ante los clientes orientándolos a adquirir nuevos productos.
6. Explicar cómo dar un buen trato al cliente usando el lenguaje corporal.
7. Exponer las actitudes en el lenguaje corporal que se deben hacer a la hora de ofrecer algún producto o servicio.
8. Exponer las actitudes en el lenguaje corporal que no se deben hacer a la hora de ofrecer algún producto o servicio.

5.- ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Sumergirnos en el análisis del lenguaje corporal desde un punto de vista crítico del objeto y del campo de estudio, indagando en las bibliografías seleccionadas retomando las fuentes de estudio tradicionales; libros y revistas, además de agregar información verídica obtenida de sitios web. Utilizando definiciones, técnicas, y

actitudes se pretende demostrar la importancia del lenguaje corporal para el incremento de las ventas en una tienda departamental.

6.- MÉTODOS

6.2 Teóricos

Analizando a través de los procedimientos del pensamiento lógico: inducción, deducción, análisis, síntesis. Con este método determinaremos si el buen trato a los clientes puede incrementar las ventas. Este método nos ayudará a validar los resultados.

6.1 Emperico

Observando el comportamiento de las personas y los vendedores en tiendas departamentales, asumiendo el autor el puesto de ambos grupos de individuos y dando una reflexión sobre lo pensado en cada momento al realizar la compra-venta de artículos o servicios. Además de haber preguntado a los vendedores la opinión acerca de los clientes para influir en su toma de decisiones. Y a los clientes la opinión que tuvieron acerca de los vendedores antes y después de realizar la compra.

7.- NOVEDAD CIENTÍFICA

La novedad científica se centra en la identificación del lenguaje corporal, con el objetivo de identificar la cantidad de lenguaje corporal que utilizan los vendedores de las tiendas departamentales para ofrecer productos o servicios, y para probar si este tipo de comunicación es efectiva para lo ya mencionado.

De igual forma preguntar a los clientes su opinión acerca de trato ofrecido por los vendedores por los que fueron atendidos. Tomando muy en cuenta la influencia entre el lenguaje corporal y el incremento de las ventas desde el punto de vista institucional y personal.

Si la opinión de los clientes es favorable este tipo de conocimiento podrá transmitirse a nuevas tiendas departamentales.

8. APORTES TEÓRICOS

La identificación de la importancia del lenguaje corporal para incrementar las ventas en una tienda departamental desde un punto de vista institucional y personal, con estas dimensiones podremos darnos cuenta si se ha incrementado el número de ventas.

9. HIPÓTESIS DEL TRABAJO

- Es importante presentar un buen lenguaje corporal ante los clientes en una tienda departamental para incrementar el número de ventas debido al entendimiento psicológico que se les da a los clientes.
- Existen muchos tipos de lenguaje corporal diferentes, cada uno tiene su propio propósito.
- En una tienda departamental se presentan 6 tipos de lenguaje corporal.
- Los empleados deben utilizar el lenguaje corporal visual y el movimiento de las manos para dar un mejor servicio a los clientes.
- Los clientes se sienten a gusto cuando los vendedores les ofrecen un buen servicio.
- Los clientes se sienten a gusto cuando los vendedores muestran una sonrisa amigable desde el inicio hasta el fin de la comunicación efectuada.
- Es importante la postura de los vendedores a la hora de ofrecer los productos.
- Mantener la vista directa a los clientes hace que estos perciban al vendedor como una persona segura y confiada, con lo cual se sienten cómodos y con ganas de adquirir los productos de interés.
- Cuando los vendedores ayudan a los clientes a tomar decisiones sobre los mejores productos, se incrementan las posibilidades de efectuar la venta.
- Es muy importante conocer el lenguaje corporal de las personas debido a que si es interpretado y utilizado correctamente se puede encaminar a los clientes a la toma de decisiones deseada.
- Si los vendedores portan el uniforme correctamente, las probabilidades de realizar una venta aumentan debido a la forma en que los clientes los perciben.

10. VARIABLES

10.1 variables dependientes

Importancia del lenguaje corporal.

10.2 variables independientes

Incremento de las ventas.

10.3 variables interdependientes

Tienda departamental.

11. APOORTE PRÁCTICO

En la actualidad es muy importante que los vendedores sepan utilizar el movimiento de su cuerpo para lograr las ventas deseadas, entonces, ¿Cuáles son estos movimientos? Comencemos entonces dando las definiciones más importantes del tema.

¿Qué es el lenguaje corporal?

Flora Davis, psicóloga estadounidense describe que:

*“El lenguaje no verbal es un conjunto de actitudes, gestos, posturas, movimientos, la mayor parte de ellos casi imperceptibles, que emitimos de manera inconsciente y captamos también sin la intervención de la consciencia. Cada gesto, cada postura, la ropa que utilizamos, el coche que compramos, forman parte de nuestro lenguaje, dicen algo de nosotros, aunque estamos muy lejos de conocer todo el significado.”*²

En mi opinión el lenguaje corporal o no verbal es todo lo que transmitimos por medio de gestos o movimientos, describe la forma en como nos sentimos en ese momento y la expone la percepción que tenemos acerca de las personas con que interactuamos.

Entonces ¿Qué es una tienda departamental?

El diccionario en línea babylon 10 representa a la tienda departamental como:

*“Tienda cuya mercancía está acomodada por departamentos para efectos de promoción y servicio. Estas tiendas ofrecen una gran variedad de productos tales como: ropa, muebles, electrodomésticos, línea blanca, juguetes, perfumería, regalos, etc. normalmente están ubicadas dentro de centros comerciales o en zonas donde haya más tiendas no necesariamente relacionadas”*³

Expresando mi opinión una tienda departamental es un edificio donde los artículos y servicios están organizados por departamentos; dama, caballero, infantil, hogar etc. Con el fin que cada persona pueda dirigirse fácilmente hacia los productos que necesite.

Ahora, ¿Qué es una tienda de autoservicio?

El diccionario lexicon define a una tienda de autoservicio como:

*“Una tienda de autoservicio es un tipo de tienda donde el cliente puede elegir y recoger personalmente las mercancías que desea adquirir.”*⁴

² Davis Flora, Lenguaje Corporal. (2008)

³ Diccionario en línea babylon 10. http://diccionario.babylon-software.com/tienda_departamental/

⁴ LEXICOON en línea. Autoservicio. (Ene 2017) <http://lexicon.org/es/autoservicio>

Desde mi punto de vista una tienda de autoservicio es un establecimiento donde los clientes se acercan a tomar los productos o servicios que necesiten sin necesidad de ser ayudados por los empleados de la empresa.

A partir de estas definiciones podemos dar una diferencia entre estos dos tipos de tienda. En la tienda departamental los clientes eligen los artículos que deseen con ayuda de los vendedores. Desde la llegada de los clientes hasta su salida, los vendedores les deben ofrecer el mejor servicio posible, y acercarse a ellos en cualquier momento para ayudarlos a escoger sus productos.

En una tienda de autoservicio los clientes personalmente escogen los artículos que necesiten, sin necesidad de ser ayudados por los empleados de la empresa. Los clientes pueden elegir libremente que desean adquirir.

¿Cuáles son los principales tipos de lenguaje corporal que existen?

- **Movimientos de los ojos**

Desde hace mucho tiempo se ha estudiado el movimiento de los ojos de una persona dando resultados orientados hacia el pensamiento; la creación de ideas. Cuando una persona tiende a mirar hacia su lado derecho se vincula a la idea de que su mente está creando algo. La observación de los movimientos oculares también ha sido utilizada para determinar, entre otras cosas, si la persona está sintiendo frustración, racionalizando su comportamiento, recordando algún sonido o mostrando emociones.

- **Movimiento de la boca**

A la hora de expresarse, la boca juega un papel muy importante. Las sonrisas se manifiestan por medio de esta. La boca es objeto frecuente de estudio en la interpretación del lenguaje corporal, debido a que las personas por lo general se expresan con esta. Por ejemplo, cuando una persona sonríe manteniendo los labios apretados (sonrisa que se caracteriza por ser recta y no exponer los dientes) da a entender que no se encuentra a gusto y le desagrada la situación o hay algo que mantiene en secreto o que no revela del todo, muy posiblemente por no confiar en las personas de su alrededor. Dependiendo de cuál sea la expresión, los movimientos que se hacen con la boca pueden revelar sentimientos de bienestar, tensión o frustración, entre otros.

- **Movimientos de la cabeza.**

La cabeza se utiliza con frecuencia para poner en práctica formas de lenguaje corporal ampliamente conocidas, como sacudirla de arriba hacia abajo para expresar una opinión positiva o inclinarla hacia de lado derecho a izquierdo para dar a entender que su opinión es negativa. Los movimientos de la cabeza pueden sugerir asimismo confianza (por ejemplo, cuando se levanta la barbilla ligeramente)

o atención (cuando se asiente lentamente o de forma puntual mientras se escucha a otra persona). Estos movimientos, no obstante, pueden ser sutiles; aunque asentir con la cabeza puede dar a entender que existe acuerdo, hacerlo de forma acelerada y constantemente podría expresar impaciencia.

- **Movimientos de los brazos.**

Los brazos constituyen un elemento particularmente interesante dentro del lenguaje corporal, ya que suelen hacerse notar de forma expresa cuando una persona demuestra sentirse nerviosa o insegura; solamente se destaca un caso en que expresan activamente confianza: cuando se mantienen detrás de la espalda y las manos se entrelazan. Los movimientos defensivos de los brazos, como cruzarlos, sostener algún objeto delante del pecho o ajustarse pulseras y relojes, tienen que ver con el deseo de "bloquear" el cuerpo ante la acción de otras personas.

- **Movimientos de las manos.**

Los movimientos de las manos son quizás el aspecto más estudiado del lenguaje corporal, ya que su empleo en la comunicación no se puede comparar con el de ninguna otra parte del cuerpo. En contra de lo que ocurre con el estudio de otras formas de lenguaje corporal, a los movimientos de las manos se los hace corresponder con una amplia gama de sentimientos y estados; por ejemplo, tirarse de la oreja puede indicar indecisión; hacer crujir los nudillos, deseo de atención; y abrir las palmas, sumisión o franqueza.

¿Cómo ofrecer un buen trato a los clientes utilizando el lenguaje corporal?

Nos podemos dar cuenta que el lenguaje corporal a la hora de realizar ventas es muy importante. Entonces, ¿Cómo podemos capacitar al personal para ofrecer un buen servicio al cliente a través del movimiento del cuerpo? Debemos recordar que la parte más importante en la empresa son los clientes, ellos son nuestros jefes desde que entran hasta que salen de la tienda. Es recomendable que en la capacitación al personal se describan las técnicas más importantes para satisfacer a los clientes ayudándoles a escoger los productos que deseen. A continuación expondremos algunos de los puntos más importantes para un buen servicio:

- **Tener una gran sonrisa a la hora de abordar a los clientes.** Este punto talvez sea el más importante. Desde que los empleados se acercan a las personas deben mostrar un rostro agradable y con ganas de ayudarlos.
- **Saludarlos a la hora de abordarlos.** Dependiendo de la hora en que se encuentre. Un simple "Buenas noches" con una gran sonrisa pueda alegrar el día de la persona, aunque su día haya sido muy difícil.
- **Expresar a los clientes su mejor punto de vista de los productos.** Si ellos se lo piden.

- **Ayudar a los clientes a escoger los productos.** “Este reloj combinará muy bien con sus zapatos” (mencionando este comentario con una sonrisa humilde) esto sin duda dará una buena imagen del vendedor.

¿Qué debe hacer un vendedor a la hora de abordar a un cliente?

- **Contacto visual con el cliente todo el tiempo.** Es muy importante llevar a la práctica esto, los clientes perciben que los vendedores están siendo atentos a sus peticiones. Además se surge una ligera carga de confianza la cual permite que este se sienta en confianza y de alguna forma protegido. Cabe señalar que la mirada debe ser lo más sencilla posible pero humilde. Una mirada “clavada” no muestra aspectos buenos del vendedor, al contrario, da impresión de desequilibrio mental y esto asusta a los clientes.
- **Tranquilidad y suavidad en los gestos.** Todos los movimientos que se realicen deben ser modestos, sin alagarse uno mismo.
- **Una expresión amigable que hable por sí misma.** A los clientes les agrada una persona que mantenga un rostro amigable, esto sumado a una buena atención y la vestimenta adecuada es la combinación perfecta para una venta segura.
- **Mantener la cabeza erguida, con la espalda derecha y hombros rectos.** Si, como un príncipe persa. ¿Cuál es el objetivo de esto? La confianza. Las personas que caminan erguidas, por lo general, son las más seguras.

Entonces, ¿cómo influye el lenguaje corporal para el incremento de las ventas en una tienda departamental y cuál es su importancia?

A la hora de realizar una compra de algún artículo o algún servicio, los vendedores pueden utilizar los conocimientos que tengan acerca de cómo leer el movimiento del cuerpo de los clientes.

Como vimos en la sección anterior, el movimiento hacia el lado derecho de los ojos indica que se está fabricando una idea, entonces, en ese momento se puede concluir que el cliente tiene pensando comprar o no ese artículo o servicio, no se puede asegurar con certeza si el resultado será positivo o negativo, pero al menos, ahora se sabe que está interesado en el artículo.

Las personas evitan tener conversaciones con quienes tengan el rostro cansado, molesto, desinteresado, aburridos, no porque no les interese una persona que está pasando por estas situaciones, sino porque les hace sentir incómodos la idea de escuchar los problemas que tienen los demás además, es muy probable que estos no puedan ayudarlos.

12. CONCLUSIONES

En la actualidad es muy importante conocer y saber utilizar el movimiento del cuerpo a la hora de ofrecer productos o servicios debido a que los clientes se sienten en confianza cuando son atendidos de buena forma por parte de los empleados. Las personas se dan cuenta de lo bien que se siente ser tratado por vendedores capacitados y dispuestos a ayudarlos. Esto se vuelve imprescindible para todas las tiendas departamentales, pues el éxito de esta se verá reflejado en gran medida al trato que ofrezcan los empleados.

Además, gracias al lenguaje corporal los vendedores pueden saber las ideas que los clientes están teniendo respecto al producto o servicio que están abordando, y es aquí donde ellos ofrecen nuevos artículos o siguen con el mismo hasta lograr la venta.

Es importante que el movimiento del cuerpo no solo se puede aplicar a una tienda departamental, sino a toda actividad que implique el movimiento del cuerpo. Es por eso su gran importancia. Pero donde se ha sabido utilizar y exprimir todos sus beneficios al máximo es en las tiendas departamentales.

13. REFERENCIAS

Barómetro Global de Servicio al cliente, elaborado este año por American Express.
www.amexglobalbusinesstravel.com/mx/ps-global-business-travel/?keyword=businesstravelservices&gclid=EAlaIQobChMIpaTv_8iC2AIVDJFpCh1TuADrEAAYASAAEgLsf_D_BwE

Flora Davis. (2008) Concepto de lenguaje corporal.
<https://definicion.de/lenguaje.corporal/>

Diccionario en línea babylon 10.
http://diccionario.babylon-software.com/tienda_departamental/

LEXICOON en línea. Autoservicio. (Ene 2017)
<http://lexicoon.org/es/autoservicio>