



EL HOMBRE CON LA SILLA PLEGABLE

Por Don Peppers

Un día hace varios años, impartí un seminario para los ejecutivos de Siemens AG en sus oficinas centrales en Munich. En una reunión luego de mi seminario, un alto ejecutivo de la compañía me relató que unos cuantos años atrás estaba de camino hacia una reunión interna de ventas en una de las oficinas de su división cuando se encontró con un gerente de ventas llevando consigo hacia la misma reunión una silla plegable. Picado por la curiosidad, el ejecutivo le preguntó qué estaba ocurriendo y el gerente le contestó que cada vez que él llevaba esa silla a una reunión, todo el carácter de la discusión era diferente.

—Solo observe— le dijo el gerente mientras ambos entraban a la sala de conferencias. Varias personas, incluyendo a los representantes de ventas, ya estaban reunidas en la sala cuando el gerente entró con su silla plegable, la abrió y la colocó vacía junto a su propio asiento.

—¿A quién está esperando para reunirse con nosotros?— preguntaron varios de los representantes.

—¿No deberíamos pedir que nos trajeran más sillas?— sugirieron otros mientras se ponían de pie para buscar otras sillas.

—No, esta es la silla de mi cliente— contestó el gerente—. La traje a la reunión para que mi cliente se pueda sentar aquí mismo y escuchar nuestra discusión.

Luego, inclinando la cabeza hacia la silla vacía como si saludara a su cliente, dijo que la reunión podía empezar. Pero, tal como predijo, el carácter de la discusión fue, sin dudas, diferente al de las reuniones típicas de ventas. Varias veces durante la reunión, los participantes se encontraron a sí mismos preguntando si un punto particular se trataría de esa forma particular si el cliente realmente estuviese sentado allí escuchando. ¿Diríamos esto delante de nuestro cliente? ¿Qué pensaría nuestro cliente de nuestro plan para lidiar con este problema? ¿Cómo creemos que nuestro cliente interpretaría nuestra nueva política? ¿Nuestro cliente estaría de acuerdo o no con nosotros de que esta es una buena idea?

En los pasillos de Siemens, gracias a esta y a otras reuniones similares, este gerente de ventas se llegó a conocer como “Der Mann mit dem Klappstuhl” o “el hombre con la silla plegable”. Hay una lección en esta historia para todos nosotros y es que debemos incluir la perspectiva del cliente en cada discusión que tenemos y en cada decisión que tomamos. Nada es más importante para la salud a largo plazo de nuestro negocio que la confianza de nuestros clientes. ©

Lea, comparta y descargue en www.gestion.com.do

Don Peppers es un experto mundial en los temas de estrategia y gestión de relaciones con los clientes. Junto a Martha Rogers, es fundador de la firma consultora internacional Peppers & Rogers Group, así como autor de numerosos libros tales como *Extreme Trust*, *Rules to Break & Laws to Follow*, *Return on Customer*, *Managing Customer Relationships*, *One to One B2B*, *One to One Manager*, *Enterprise One to One* y *The One to One Future*.