

CONSEJOS SOBRE TRATO Y VENTA

A continuación se muestran como complemento a la información aportada en el vídeo, una serie de consejos sobre el trato en general y técnicas de venta especiales para el público chino.

El pueblo chino se caracteriza por ser trabajador e inteligente. Son hospitalarios y corteses con los visitantes y aprovechan cualquier oportunidad para mostrar su cultura.

Una buena manera de corresponder es mostrando nuestra cara más amable, respeto y conocimiento sobre sus costumbre.

Consejos sobre trato chino

Al principio sonreír y con una pequeña inclinación basta. No se suele dar la mano y es preferible no acercarse demasiado. Se saluda diciendo: Nín hǎo, que significa: ¿Qué tal está usted? / Hola.

En las ocasiones en las que se ofrezca dar la mano, la mano que queda libre se queda quieta en línea con el cuerpo. No está bien visto mostrar afecto, tocar el cuerpo o agarrar con ambas manos. Apretar suavemente la mano y no dar un apretón fuerte.

En cuanto al lenguaje del cuerpo, tenga cuidado con las expresiones y gestos. Lo mejor es mostrarse lo más inexpresivo que se pueda ya que los gestos pueden ser mal interpretados y frustrar la venta. Con las manos no se gesticula mucho y al señalar se hace con toda la mano abierta. Los pies siempre están pegados al suelo y no se deben usar para empujar bultos.

Gestos como llevarse las manos a la boca no son correctos en China, por lo que debemos evitar mordernos las uñas, tocarnos los labios, etc.

Al despedirse, con una sonrisa y una leve inclinación es suficiente y decir: Zàijiàn (zai chiean), que significa: Hasta la vista / Adiós.

1/2

Madrid

CONSEJOS SOBRE TRATO Y VENTA

Consejos sobre venta

Al presentar el producto trate de mostrar las ventajas sobre otros productos similares y destaque cuestiones como Precio / Calidad / Moda actual europea.

Si necesita realizar preguntas, que sean de Tipo A o B: No más de 2 opciones: Color ¿Azul o rojo? Pago: ¿En efectivo o tarjeta?

No es costumbre hablar mal de la competencia o hacer gestos que sugieran connotaciones negativas. Destaque las ventajas de su producto como mejor opción.

Cuando muestre las prendas al cliente es importante no recoger /ordenar los productos cuando el cliente todavía esté presente. Puede sentirse rechazado.

Para el público chino es muy importante destacar la autenticidad de las materias primas. Las etiquetas son importantes y deben ser una referencia de garantía de calidad. Si no conocen la marca hay que asegurarse de que queda garantizada la autenticidad del producto.

A los turistas chinos les interesa saber si existe alguna Versión limitada, descuento puntual por temporada o si puede haber una subida de precio en breve.

El mayor porcentaje de productos de lujo se usa para trabajo y ocio; y es de uso frecuente, por eso valoran la calidad y durabilidad. La importancia del producto en el ámbito de trabajo es una cuestión de Estatus. Por tanto, enfatizar aquellos productos que hagan subir la percepción del estatus serán muy bien recibidos.

Si alguien va a comprar mucho, es recomendable que salga la persona de más alto rango y le ofrezca un pequeño regalo de recuerdo o algo de beber. Un trato diferenciado hará que se sienta más a gusto y reconocido.

Los consumidores chinos cuando van en grupo pueden comprar el mismo producto que sus amigos y familiares. Esta es una costumbre que poco a poco va desapareciendo, pero cuando se trata de pequeños regalos, puede que lo que elija el jefe del grupo inspire a los demás y todos quieren lo mismo. En estos casos, asegúrese de ofrecer un producto con existencias en stock para todo el grupo ya que si no hay para todos, se podría frustrar la venta.

2/2

Madrid