

## Cómo construir relaciones comerciales exitosas superando las barreras del idioma

Ser capaz de comunicar ideas y estrategias de manera eficaz en otro idioma puede ser un desafío en un entorno empresarial, pero lograr el entendimiento mutuo es, sin duda, la moneda de cambio de los negocios internacionales exitosos.



**El mundo de los negocios se vuelve año con año cada vez más internacional**, haciendo que el desafío de superar las barreras del idioma en el lugar de trabajo sea una prioridad para muchas empresas.

Dado que el **inglés es el idioma de referencia para la mayoría de las compañías a nivel global**, no sorprende que la formación en inglés se haya convertido en un beneficio popular para los empleados que beneficia a ambas partes. Por un lado las empresas ven un mayor rendimiento empresarial, mientras que los empleados se sienten satisfechos con su desarrollo profesional al mismo tiempo.

La capacitación en inglés ciertamente ayuda a las empresas a superar las barreras del idioma, pero el idioma **representa solo el 25 % de los usuarios de Internet en todo el mundo**. Ayudar a los empleados al aprendizaje de un nuevo idioma abre innumerables oportunidades nuevas para que las empresas amplíen y mejoren sus operaciones.

Además de crear nuevas oportunidades, superar las barreras del idioma en la comunicación empresarial ayuda a las empresas a aprovechar al máximo las ya existentes. Se estima que el **29 % de las empresas han perdido clientes potenciales simplemente porque no cuentan con un servicio de atención al cliente multilingüe**.

Estos datos sólo abordan de manera muy superficial el tema crucial que es la importancia de los idiomas en los negocios.

En esta clase, veremos cómo los idiomas pueden respaldar el éxito de una empresa, aprenderemos lo que significa hablar el idioma de tu cliente y exploraremos cómo puedes superar las barreras del idioma en el trabajo.

Cómo superar las barreras del idioma puede contribuir al éxito empresarial

La comunicación efectiva está en el corazón de toda empresa exitosa y desempeña un papel en casi todos los aspectos del negocio, desde una comunicación clara entre los empleados hasta una atención al cliente de la más alta calidad.

Muchas empresas se enorgullecen de sus esfuerzos de comunicación, desde difundir los mensajes clave que utilizan para vender su servicio hasta la retroalimentación sincera que alientan a sus empleados a compartir.

Superar las barreras del idioma en las empresas multinacionales tiene un propósito simple: garantizar que las habilidades lingüísticas no limiten los beneficios de una comunicación efectiva a un solo idioma, sino que se expanda a varios.

Las empresas que abordan estas barreras idiomáticas y optan por una comunicación eficaz entre diversos idiomas notan un impacto significativo en el éxito de su negocio.

Más clientes = mejor conversión

Vender un producto o servicio requiere de grandes habilidades de comunicación. Antes de desprenderse de su dinero ganado con tanto esfuerzo, los clientes quieren comprender completamente por lo que están pagando y los beneficios que esto les traerá.

Si bien muchas empresas dominan los argumentos de venta en su idioma principal, luchan por igualar este rendimiento en otros idiomas y así pierden una gran parte del mercado.

Superar estas barreras del idioma y adquirir las habilidades para vender en varios idiomas les permite a las empresas llegar a más clientes y obtener los mismos excelentes resultados que observan en su idioma principal.

Los beneficios de las habilidades lingüísticas efectivas no se limitan a los momentos en que las empresas intentan vender activamente. Incluso ofrecer atención al cliente en otros idiomas puede influir en gran medida en el éxito de un negocio.

Según un **informe** de Common Sense Advisory, el 76 % de los consumidores prefieren comprar productos de empresas que ofrecen atención al cliente en su idioma nativo.

Hablar con las personas en su idioma nativo va más allá de los argumentos de venta y las descripciones de productos. Es aquí donde el aprendizaje de un idioma extranjero juega una parte crucial para generar confianza y conectar realmente con los clientes.

Cuando hablas el idioma nativo de un cliente, le demuestras que cuentas con la preparación para entenderle, tanto literalmente como en términos de sus necesidades y preferencias individuales.

Aumento de la lealtad del cliente

Si bien es esencial el poder garantizar un flujo constante de nuevos clientes y ventas, es igualmente importante asegurarse de que esos clientes se queden.

Es difícil medir el impacto total que se tiene al hablar el idioma de un cliente en términos de lealtad, sin embargo se han realizado estudios sobre los efectos de la atención al cliente multilingüe y los resultados son verdaderamente impresionantes.

**Estudios** encontraron que el 70 % de los clientes sienten más lealtad con las empresas que ofrecen soporte en su idioma nativo. El **35 % dijo que estaría dispuesto a cambiarse a una empresa diferente que brinde apoyo en su lengua materna.**

Dado que el idioma es una parte crucial de cómo formamos y mantenemos relaciones, no sorprende que hablar el idioma nativo de un cliente mejore significativamente su lealtad.

Mayor acceso a los mercados globales

Superar las barreras del idioma puede brindarles a los empleados las habilidades y el conocimiento que necesitan para llevar su empresa a nuevos mercados y enfrentar los desafíos que puede traer esta expansión.

Según una **encuesta de Wells Fargo**, el 87 % de las empresas estadounidenses está de acuerdo en que la expansión internacional es necesaria para el crecimiento a largo plazo. Si bien las empresas pueden estar de acuerdo en que la expansión es esencial a largo plazo, muchas no se preparan adecuadamente para esta transición.

Desarrollar las habilidades lingüísticas necesarias para hacer negocios en nuevos mercados lleva su tiempo, lo que significa que las empresas que desean volverse globales deben invertir en programas de formación en idiomas lo antes posible.

Contratar y retener una fuerza laboral diversa

Muchas empresas dejan ir algunos de los mejores talentos globales porque creen que los candidatos no tienen las habilidades lingüísticas requeridas para unirse a su fuerza laboral.

Las compañías que superan las barreras del idioma con soluciones como la formación en idiomas para empresas pueden contratar de manera diversa y asegurarse de que siempre obtengan a la mejor persona para el trabajo. Esto se debe a que saben que pueden brindarles a los empleados la capacitación que necesitan para alcanzar el nivel de idioma requerido.

Una fuerza laboral diversa aporta nuevas ideas y perspectivas y conduce a una mejor retención de empleados. Una **encuesta realizada por Forbes** encontró que las empresas con una fuerza laboral diversa tienen un 35 % más de probabilidades de tener tasas de retención más altas que las empresas menos diversas.

Las soluciones de formación en idiomas también mejoran la satisfacción de los empleados existentes. Ayudar a los empleados a adquirir nuevas habilidades los hace sentir valorados y apreciados, lo que en última instancia conduce a un mejor desempeño comercial. **Un estudio realizado por Glassdoor** demostró que las empresas con un alto nivel de satisfacción de los empleados superan significativamente a las que tienen calificaciones más bajas.

¿Qué significa realmente hablar el idioma de un cliente?

Habiendo analizado los beneficios de la formación en idiomas, es hora de considerar qué significa hablar el idioma de un cliente y cómo las empresas pueden lograr este objetivo.

Es fácil considerar hablar el idioma de un cliente como una casilla de verificación que se puede marcar en una lista, pero no es así como vemos las habilidades de comunicación en nuestro idioma nativo.

Mejoramos nuestras habilidades de comunicación a lo largo de nuestra vida porque sabemos que cuanto mejor nos expresamos, más podemos lograr.

Lo mismo ocurre con los segundos idiomas, aunque a veces las empresas parecen poner menos énfasis en alcanzar un alto nivel de dominio del idioma extranjero.

Muchas empresas internacionales requieren que los empleados tengan un nivel B2 del idioma de trabajo, lo que **significa que el usuario puede entender y hacerse entender en la mayoría de las situaciones.**

Si bien esto podría ser suficiente para salir adelante, es probable que los oradores de este nivel necesiten más habilidades y conocimientos para convencer a un cliente que resulte complicado y se muestre reacio a comprar nuestro producto o servicio.

Entonces, ¿qué queremos decir con hablar realmente el idioma de un cliente?

Usar el tono de voz adecuado

No debe confundirse con cómo suena tu voz, el tono de voz se trata de cómo comunicas la información y la impresión que alguien se forma de ti como resultado de esto.

Puedes lograr un tono de voz específico eligiendo cuidadosamente las palabras que usas para transmitir tu mensaje. La misma información puede sonar realmente divertida o sorprendentemente inteligente, según las palabras que sean utilizadas.

Por eso, conseguir el tono de voz adecuado es fundamental, y hacerlo incorrectamente tiene numerosas consecuencias, desde perder clientes potenciales hasta gestionar mal las quejas de los clientes.

Para lograr un tono de voz específico, debes comprender profundamente el lenguaje y las connotaciones que conllevan las palabras. Si bien esto toma tiempo para desarrollarse, es una parte crucial de la comunicación efectiva.

Comprender cuándo usar jerga técnica (y cuándo no)

La jerga (o lenguaje técnico) se refiere a las palabras, frases y acrónimos comúnmente utilizados en una industria específica. Tener una buena comprensión de esta terminología puede generar confianza entre los clientes, mostrándoles que conoces el lenguaje “secreto” de tu industria.

Imagínate que necesitas arreglar tu automóvil. Probablemente te sentirías mucho mejor pagándole a un mecánico que te dice que necesitas reemplazar el «pistón» que a uno que te dice que la «cosa de metal» está rota.

Si bien la jerga puede mostrar tu experiencia, debe usarse con moderación y en los contextos correctos. No querrás que tu mensaje se pierda en un mar de términos muy técnicos. También debes asegurarte de que la persona con la que estás hablando esté familiarizada con los términos que estás utilizando.

Aprender la jerga de tu industria y comprender cuándo realmente usarla no suele formar parte de los cursos de idiomas genéricos. Quienes deseen adquirir estas habilidades deben buscar alternativas personalizadas que brinden orientación sobre temas específicos de la industria.

Dominar las diferentes técnicas de persuasión

Persuadir a los clientes para que inviertan su dinero contigo es siempre una tarea desafiante. Hacer esto en nuestra lengua materna ya resulta de por sí muy agotador, y traducir esa habilidad requiere más que un conocimiento práctico básico del idioma.

Aprendemos ciertas técnicas de lenguaje persuasivo a lo largo de nuestras vidas y las usamos para lograr objetivos específicos en conversaciones e interacciones. Desafortunadamente, las técnicas que funcionan en nuestro idioma pueden no necesariamente traducirse de manera directa a otros idiomas.

La buena noticia es que las técnicas persuasivas se pueden enseñar con relativa facilidad. Puedes encontrar profesores que se especializan en ayudar a los estudiantes a dominar estas técnicas para puestos en ventas y otros campos relacionados.

Si bien esto puede llevar tiempo y esfuerzo, los resultados valen mucho la pena. Una buena comprensión de las distintas técnicas de persuasión puede llevar a un cliente de un «no» rotundo, a un «sí» absoluto.

Superar las barreras del idioma en el trabajo

Ahora que hemos considerado lo que significa realmente hablar el idioma de tu cliente, probablemente te estés preguntando cómo lograrlo y disfrutar de los beneficios de una comunicación efectiva en varios idiomas.

Hay muchas maneras de superar las barreras del idioma en el trabajo. Algunas empresas se suscriben a aplicaciones de aprendizaje de idiomas, que los empleados pueden usar en su tiempo libre para desarrollar sus habilidades lingüísticas. Otros optan por comprar cursos de video en línea de plataformas como Udemy.

Estas opciones son un excelente comienzo, pero a menudo carecen de la profundidad y la personalización necesarias para satisfacer las necesidades lingüísticas de las empresas en específico y lograr los resultados que hemos considerado en este artículo.

Para superar las barreras del idioma específicas de los negocios, las empresas pueden contratar oradores invitados para impartir seminarios web sobre un tema determinado, como las técnicas de persuasión o cómo dar una retroalimentación que sea procesable. Los seminarios web como este tienen un gran impacto a corto plazo, pero no ofrecen una guía continua en un panorama amplio.

Una de las soluciones más efectivas y a largo plazo para superar las barreras del idioma es la formación en idiomas para empresas, que puede realizarse tanto en la oficina como en línea. Evaluaremos estas dos opciones populares con más profundidad.

Formación en idiomas para empresas en la oficina

Muchas empresas ofrecen formación en idiomas a sus empleados al asociarse con escuelas que envían profesores para impartir clases. Esta solución brinda tiempo de contacto con maestros reales, lo que permite mucha más personalización que los cursos de video en línea o las suscripciones a aplicaciones de aprendizaje.

Si bien la formación en idiomas en la oficina era una opción popular para muchos, **el aumento del trabajo remoto e híbrido** lo ha hecho insostenible para muchas empresas actualmente.

La formación en escuelas de idiomas también puede verse limitada en términos de flexibilidad. Los profesores vienen a la oficina en días específicos a horas específicas, lo que significa que es fácil para los empleados con una semana particularmente ocupada perder clases y quedarse atrás de sus colegas.

Además de la falta de flexibilidad en los horarios de clase, las escuelas de idiomas también tienen profesores limitados disponibles para enseñar, y la mayoría no permite que las empresas elijan a sus profesores.

Esto significa que hay un elemento de suerte involucrado. Es difícil saber qué tan bien entenderá tu profesor la industria en la que te desempeñas, el lenguaje técnico que necesitan tus empleados y las situaciones para las que deberán estar preparados.

En resumen, las escuelas de idiomas a menudo brindan clases de alta calidad, pero tienen dificultades para igualar la personalización y la flexibilidad de las alternativas en línea.

Formación en idiomas para empresas online

Es un sistema diseñado para satisfacer las necesidades de la vida moderna y las nuevas formas de trabajar, **el aprendizaje en línea se ha vuelto cada vez más popular en los últimos años**. Con acceso a profesores de todo el mundo, las soluciones en línea pueden ofrecer mucha más flexibilidad y personalización que las clases de idiomas presenciales.

Cada estudiante puede usar filtros para encontrar profesores altamente calificados que se especialicen en un área específica del idioma. Esto podría ser en alguna industria, una habilidad particular como la escritura o una tarea específica del trabajo como las presentaciones o reuniones de ventas.

<https://preply.com/es/blog/b2b-idiomas-exito-laboral/>