

Haga este test, porque su resultado determinará su nivel de éxito y su destino.

¿Cuáles son los problemas más fundamentales con los que le toca lidiar a un vendedor? Esta pregunta me la hacen casi cada semana. Esta es mi opinión:

- ✚ **Diferenciarse de otros que se dedican a lo mismo.**
- ✚ **Posicionarse en el mercado.**
- ✚ **Cómo hacer que los clientes nos amen y necesiten.**

Fácil, ¿no? NO. No es nada fácil, pero una vez cubiertas estas inquietudes, las ventas se dan en automático y no tenemos que estar peleando con argumentos tan simples como el precio. Después de todo, si el problema se reduce a precio, mejor enviamos una lista de precios en nuestro lugar y todo el proceso de ventas resulta mucho más barato. Pero usted y yo sabemos que la realidad no es así.

Le planteé a mi maestro en ventas Jeffrey Gitomer, como lograr resolver los tres problemas anteriores. Me contestó diciendo que me hiciera cuatro preguntas, que me dejaron perplejo por lo simples:

- ¿Qué tan bueno eres?
- ¿Qué tan bueno eres comparado con la competencia?
- ¿Qué tan bueno cree el mercado que eres?
- ¿Qué tan bueno piensan tus clientes que eres?

Para entender el poder encerrado en estas preguntas, le voy a sugerir que nos hagamos una serie de "preguntas entre preguntas". ¿Cómo saber qué tan bueno soy? ¿Cómo le haría para darle una calificación numérica objetiva y valiosa? Piense en usted. Ahora piense en un número del uno al diez, para responder a la pregunta anterior. ¿Ya lo tiene? Muy bien. Probablemente piensa que su calificación se encuentra entre 7 y 9.5, de 10 posible.

Pero si en lugar de hacernos una pregunta tan general, la descomponemos en partes más simples, tal vez obtengamos una calificación más cercana a la realidad. Conteste las siguientes pregunta pensadas desde el punto de vista de un proceso bien administrado y una psicología de ventas correcta, con una calificación entre 0, siendo lo más bajo, y 10, siendo la excelencia en persona.

Comenzamos...

| Pregunta | Calificación |
|---|--------------|
| 1. ¿Tiene una cartera de clientes, con todos los datos relativos a los mismos? | |
| 2. Su cartera de clientes, ¿le permite segmentar sus propuestas y adecuarlas al tipo de clientes? | |
| 3. ¿Qué % de los clientes que contacta, se convierten en venta? (Si no lo sabe de manera rutinaria, póngase "0". Vamos, sea honesto) | |
| 4. ¿Realiza reportes de ventas que permiten tomar decisiones para elevar los % de clientes compradores? | |
| 5. ¿Sabe cuantos clientes se le han ido en el último año? Conteste de memoria, no se vale ponerse a hacer cuentas ahora. Si no lo lleva, póngase "0". | |
| 6. Sus planes de trabajo, ¿son diarios y establecen cantidades a realizar, por ejemplo, número de llamadas, cotizaciones, visitas, | |

| | |
|---|--|
| contactos, etc.? Si no tiene planes de trabajo diario, discúlpeme, pero sus resultados están fuera de control. | |
| 7. ¿Cuántos clientes nuevos ha capturado el último año? Si lo sabe y son menos del 10% de su cartera, póngase 1. Así proporcionalmente hasta 100% de incremento, en cuyo caso póngase "10". Creo que sabrá cuando ponerse "0", usted mismo. | |
| 8. ¿Tiene contacto con su jefe directo con regularidad sistemática y no solamente para resolver problemas? | |
| 9. Cómo califica su propia habilidad de influir y vender. | |
| 10. ¿Qué tan bien se expresa verbalmente? | |
| 11. ¿Qué tan bien cierra los tratos o negociaciones? | |
| 12. ¿Qué tan bien hace seguimiento? | |
| 13. ¿Qué tan bien le regresan las llamadas? | |
| 14. ¿Qué tan bien le conceden entrevistas o le dan una cita? | |
| 15. ¿Qué tan bien se sabe diferenciar de la competencia y no cae en luchas de precios? | |
| 16. ¿Qué tan buenas relaciones es capaz de crear con los clientes y seguir vendiéndoles? | |
| 17. ¿Qué tan bien ayuda a su cliente a tener utilidades del producto o servicio que usted vende? | |
| 18. ¿Cuánto valor es capaz de entregar a un cliente, antes de que le compren? | |
| 19. Sus clientes, ¿lo consideran un "recurso" o un "vendedor"? | |
| 20. ¿Cuándo tomó su último curso de ventas o relaciones humanas ó comunicación ó PNL? Si ya tiene más de 6 meses, usted está peligrosamente obsoleto. | |
| 21. ¿Cuántos libros de ventas lee al año? Si lee menos de 2, póngase "0". | |
| 22. ¿Qué tanto trabaja en su propio desarrollo personal? | |
| 23. ¿Necesita estímulos externos para motivarse o los desarrolla desde su interior? Internos "10", totalmente externos, "0". | |
| Sume todos los puntos | |
| Divida entre 23 y obtenga su calificación promedio. | |

Ahora tiene una idea más precisa de cómo calificarse. ¿Le resultó doloroso? Ahora piense, si sacó un número bajo, ¿cuál es la excusa? En una ocasión aprendí que la razón por la que las casillas para poner los números de ventas son tan pequeñas es para que sólo quepa eso, el número. El resto es historia y las historias no caben en esas condenadas casillas. Las historias no compran en el supermercado, ni permiten mejorar nuestro nivel de vida. El número es toda la historia, por lo menos en ventas.