

Todos los animales de la granja son iguales, excepto los vendedores.

¿Cómo deberían de ser tratados los vendedores?

¿Cómo trata tu empresa a los vendedores, tanto internos como a los proveedores?

¿Cómo te gustaría que fueran tratados tus vendedores?

¿Cómo te tratan a ti?

¿Son los mismos tratos?

¿Cómo tratan o tratas a un cliente?

¿De la misma forma?

Lo dudo mucho.

El asunto aquí es el trato a la gente en general, pero ¿cuantos de este tipo de tratos te han tocado a ti?

- Ser tratado descortésmente por personas que no están en ventas.
- Ser mentido con regularidad (especialmente en negociaciones de precios).
- Tratados como basura por los vigilantes o la gente de seguridad, que toman la decisión corporativa: "No estamos interesados."
- Tratos miserables por teléfono de clientes que eluden tus llamadas o no las regresan porque "es solo un vendedor."
- Compradores que ya son tus clientes pero que no te regresan las llamadas porque "si tuviera que regresar todas las llamadas que recibo de vendedores, no tendría tiempo de hacer el trabajo"
- No te dan una cita porque "estamos satisfechos con nuestro actual proveedor."
- Siempre tratando de reducir el precio o "necesito tres cotizaciones" (¿por qué tres y no cuatro, cinco, seis, o una?).
- Abandonarán una relación de lealtad y tiempo por un precio temporalmente reducido.
- Harán una cita y no se presentarán o se presentarán y te dirán que tienen la tercera parte del tiempo que se había acordado.
- Le dicen a la secretaria que, por sistema, si es de un vendedor, entonces no tienen tiempo o te mandan con alguien que no puede tomar la decisión ni en sueños pero que se siente y se comporta como si sí pudiera.
- Le piden a las personas de recepción que te digan "no nos interesa" o "no puede ver a nadie sin cita."
- Hacen que trabajes en una propuesta, y cuando DEMUESTRAS que eres la mejor propuesta a pesar de no ser la más barata, de cualquier forma se deciden por la más barata.

Creo que lo que he probado hasta este momento, es que los vendedores no reciben mucho respeto en términos generales. Así que tratemos de verlos desde otra perspectiva. Veámoslos como CLIENTES. ¿Recibirían diferente trato? ¿Por qué?

Esta historia que me ocurrió a mi recientemente, quizá ilustre el punto.

Entré a una librería a comercializar mis programas de entrenamiento. Por lo general, prefiero no hacer esta labor, dado que las librerías para mí son un factor de tentación más que una oportunidad de negocios. Siempre termino comprando mucho más de lo que pueda vender.

Pero, por circunstancias (me quedaba de paso), entré en esta librería a ofrecer mis productos. La persona que atendía al público, me recibió más o menos cortésmente, hasta que le pregunté que quien era el encargado o encargada de compras. Su rostro cambió inmediatamente ("otro vendedor"), y me pidió que esperara. Esperé. Esperé. Y esperé. Como quince minutos, durante los cuales, no existió ni siquiera un "enseguida lo atiende". Me dirigí, sin permiso, a la parte posterior de la tienda y encontré a un señor sentado en un escritorio, que resultó ser el comprador, con quien rápidamente hice negocio. La verdad es que me había encontrado de frente con un libro largamente buscado y no pude resistir la tentación. En cuanto me vieron como cliente, el tono cambió. Pero no siempre se tiene tanta suerte.

Curioso, tan pronto como me vieron como CLIENTE, el trato fue diferente.

1) ¿No resulta patético? 2) ¿No se le llama a eso "dos caras"? 3) ¿Por qué la persona que me recibió, no fue atenta y agradable desde el primer momento? La respuesta a las tres preguntas es la misma: UNA POBRE VISION.

La señorita vio a un vendedor-un fastidioso vendedor. Si la visión de esta persona no fuese tan pobre, se hubiera dado cuenta de que ahí estaba un cliente potencial o se hubiera percatado de que este fastidioso vendedor, tal vez viva rodeado de posibles o potenciales clientes. Eso debiera de ser lo que vemos cuando un vendedor entra por la puerta.

Trata a todos como un cliente- un GRAN cliente. O trata a los vendedores, como te gustaría que trataran a los vendedores de tu empresa.

UN GRAN SECRETO REVELADO: A todos los vendedores les encantaría decir: "No me compraron, pero fueron personas muy agradables conmigo. Fui tratado maravillosamente y con honestidad y su empresa es uno de los mejores lugares que he visitado." Eso

construye un Buena REPUTACIÓN, la cual se transmite a través de la más valiosa y poco costosa publicidad: la publicidad de palabra.

LA OPORTUNIDAD ESTÁ EN AMBOS LADOS: Desafortunadamente, parte del problema ES el vendedor. Muchos, no son exactamente un modelo de profesionalismo. Muchos son maleducados y excesivamente rudos.

EL REMEDIO MÁS FÁCIL: Lleva razones muy poderosas para ser recibido y tratado cortésmente. Agrega más valor para los clientes en tu proceso de ventas. No te preocupes por cómo te tratan. No es algo personal contra ti. Preocúpate más por cómo tú puedes alterar ese trato y mejorarlo. El poder de hacer la venta, reside en tu interior. Usa ese poder para crear una atmósfera en la que la gente quiera comprar.

Ahora, regresando con los TONTOS que no entienden que todos los individuos pueden ser clientes potenciales y deben de ser tratados como tales. ¿Se imagina que las escuelas de negocio de México, enseñasen algo así?: "De hoy en adelante, trataremos a todos los clientes como tratamos a los vendedores. No les regresaremos sus llamadas. Haremos que subasten cada vez que quieran comprar. Les mentiremos. Sólo trataremos con aquellos que nos dan una utilidad más alta, y les fallaremos en la entrega si cualquier otro cliente nos ofrece unos centavos más."

Parece estúpido, ¿verdad? Pero no tan estúpido como no darse cuenta de que los vendedores son clientes también

SOLUCIÓN INMEDIATA:

Llévate este artículo cuando estés vendiendo.

Envíasele a TODOS los compradores de tu empresa.

Envíasele a TODOS tus clientes.

Envíasele a TODOS los policías de seguridad y porteros y recepcionistas del mundo.