

¿Cuál es la percepción que tiene la gente acerca de las personas que venden?

¿Qué viene a su mente cuando digo la palabra vendedor?

En 1989 me convertí en un vendedor y aunque hoy en día mi tarjeta dice otra cosa, se que sigo siendo un vendedor fundamentalmente.

Aunque empecé hace muchos años, tardaría muchos más en darme cuenta de lo que era realmente ser un vendedor. Yo vendía por aquel entonces proyectos de consultoría y la leyenda de los vendedores era Tom Huhm, ya Director General de la compañía donde yo trabajaba. Tenía el record de ventas más alto de toda la historia de la empresa. Las historias que se contaban de él eran impresionantes: un día, un cliente estaba dudoso acerca de si proceder o no con el proyecto y le expreso su duda a Tom. Este se puso de pie y le dijo: "Tu empresa necesita un proyecto y este proyecto empieza el lunes que viene. ¿Vas a estar o no vas a estar? Porque el proyecto se empieza contigo o sin ti". Y el cliente compró el proyecto. Sin embargo yo no tenía tanta facilidad para vender, así que hice todo lo que pude para que Tom siguiera teniendo el record en su poder.

Esa fue mi introducción al mundo de las ventas. Desde entonces fui incluido en ese grupo de los llamados "vendedores". Antes de ese momento, viví durante varios años las duras críticas (y malas palabras también) que el resto de la organización expresaba acerca de los vendedores. Esta raza aparte, sólo buscaba engañar a los clientes prometiéndoles cosas que los que sí trabajamos no podemos entregar, dado que ó son imposibles ó van más allá de lo que la empresa hace. Hasta que me convertí en uno de ellos.

¿Cuál es la percepción general de la gente acerca de los vendedores? Cuando hago esa pregunta alas audiencias de mis seminarios, sus respuestas son más o menos las siguientes:

Insistente

Molesto

No dicen nada.

No hacen nada. No les gusta trabajar.

Poco profesionales.

No se puede confiar en ellos...En general son unos mañosos

Y mejor ahí le dejamos. ¿Se hace una idea de lo que quiero decir?

¿Porqué ocurre esto? La respuesta más simple: nos hemos Ganado esa reputación a lo largo de años de realmente comportarnos así.

¿Cuántos gerentes de ventas reciben a los nuevos vendedores sin el debido entrenamiento y preparación? Simplemente te dan una tarjeta de presentación, un catálogo y un acuerdo de comisiones y poco más o menos las siguientes instrucciones:

"No te quiero ver en la oficina, las ventas se hacen en la calle. Así que sal enseguida, presiona a los clientes, no aceptes no por respuesta, maneja todas las objeciones, cierra rápido y con presión, así son los clientes, haz lo que sea, pero... trae una VENTA".

¡Oh! Así que eso es lo que hace falta para vender. Afortunadamente para los compradores, existe la regla del 80/20 y esta regla la podemos aplicar de muchas maneras. Particularmente en ventas, siempre existirá un 20% de los vendedores que por iniciativa propia se han comprometido en convertirse en Aspirantes a Vendedores Profesionales.

Aspirantes a Vendedores Profesionales...

¿No sería esa una ambición valiosa si desea convertirse en vendedor? Si va a estar generando ventas para una organización con el objeto de sobrevivir o prosperar, ¿no sería fenomenal decidir en algún momento (cuanto antes mejor) que lo va a hacer da una manera poco común?

No como los de la típica lista de molestos, insistentes, no profesionales, etc.

¿Qué le gustaría que apareciera en la lista de cosas dichas acerca de los vendedores profesionales?

Qué tal...

Honestidad.

Integridad.

Comprometido.

Permanentemente abierto al aprendizaje.

Comunicador poderoso.

Y la Buena noticia es que con solo hacer unas cuantas cosas bien y estar conscientes de lo que la gente percibe en automático acerca de nosotros, cualquier individuo puede llegar a ser percibido como POCO COMÚN, DIFERENTE, ÚNICO, CONFIABLE, y así no estar compitiendo sólo con precio y mañas.

¿Cómo se hace esto?

¿Cómo se distingue uno en un Mercado donde todos suenan iguales?
¿Cómo se establece uno como un Aspirante a Vendedor Profesional?
¿Cómo se crea valor real para el cliente?
¿Cómo se posiciona uno como un recurso para la organización y el cliente?

La regla del 80/20 confirma que siempre existirán 8 de cada 10 vendedores que carecen de instrucción e inspiración y harán lo que sea, aunque no resulte ético, para conseguir la venta, alimentando de este modo la idea de insistente, molesto, no profesional, etc.

Pero en algún lugar, hoy, existe un permanente estudiante de la profesión de ventas, persona dinámica, que está leyendo, escuchando y preguntando lo correcto en un esfuerzo por comprender mejor a los clientes.

Que monta un corcel blanco, y tiene la dentadura perfecta como los artistas (opcional) .
Alguien que lleva con orgullo el estandarte de Aspirante a Vendedor Profesional...

Quien pone las necesidades y soluciones del cliente por encima de su cálculo de comisiones.

Y cuyo objetivo es ser conocido por la gerencia, sus colegas y especialmente por los clientes como...
¡una persona de altísimo desempeño!

Existe el Arte de Vender.
Y existe también el camino menos andado para convertirse en un vendedor profesional.

¿Es eso a lo que aspiraba?

Porque eso es lo que hace que nuestra MISIÓN sea tan excitante, para mostrar que la profesión de ventas es más de lo que parece, para mostrar lo que realmente puede y debe ser. *El mercado lo necesita y todos, de una forma u otra, lo necesitamos.*

Después de todo, en las palabras del gran vendedor de Baterías de cocina convertido a Gurú Motivacional, Zig Ziglar,
"Las ventas es lo único que contribuye a las utilidades, el resto es costo".
Le sugiero que no lo diga en voz alta por su oficina.

La siguiente es una lista corta de cosas poco comunes que se necesita hacer para destacar como un profesional de ventas. Esta lista corta es fácil de hacer, pero lo que es fácil de hacer es también FÁCIL DE NO HACER, y desafortunadamente, la mayoría elegirá ese camino, el de no hacer.

Pero no permita ser uno de esos que no hacen, escoja hacer lo fácil y déle una oportunidad para ver cómo funcionan.
No importa en qué nivel esté usted en su carrera de ventas, inclusive los mejores de cada profesión, de vez en cuando, regresan a estudiar los fundamentos, los principios básicos.
Regresar a los básicos... siempre funciona, aunque posea usted años de experiencia.

Así que ahí le va... de vuelta a los básicos y fundamentos.
¿Está preparado?

1. Enfóquese en desarrollo personal.

Los principios fundamentales y básicos, constituyen una base sólida para el crecimiento. ¿Cuáles son los verdaderos principios del éxito?

Un libro antiguo, cuenta la historia de dos hombres que construyeron sus casas sobre terrenos diferentes. Inclusive se refiere a cada uno de ellos como tonto y sabio respectivamente.

Uno de los hombres, el tonto, construyó su casa sobre arena y el otro, el sabio, sobre roca.
Cuando se trata de habilidades como vendedor, no puede despistarse y olvidarse de crear una base sólida.
Especialmente si quiere que cuando cuenten su historia, se refieran a usted como el sabio y no como el tonto.

Aunque puede parecer que todos los gerentes de ventas quieren una venta rápida ahora, Lo que realmente necesitan es un desempeño fuerte y sostenido en el tiempo de cada vendedor de su área, si están pensando en el largo plazo y en el éxito permanente.

2. Conviértase en un estudiante.

El éxito deja huellas, así que búsquelas permanentemente. ¿Quién lo hizo? ¿Cómo lo hizo?

A menudo, la diferencia entre los que tienen éxito y los que no lo tienen, es una sola palabra. Los que no tienen éxito se preguntan "¿Puedo yo conseguir ese resultado? Los que lo tienen se preguntan "¿Cómo...puedo yo conseguir ese resultado?"

La mayoría de las personas (80/20), piensan que vender es para las gentes que hablan y explican bien las cosas, pero en realidad es más para los que escuchan y comprenden.

"Primero preocúpese por comprender" sería un gran enunciado de Misión para cualquier Aspirante a Profesional de Ventas.

Claro que todos queremos ser comprendidos, pero si adopta la actitud de "Usted Primero", se convertirá en un gran comunicador, porque comprenderá lo que es importante y lo que no lo es, para los demás.

3. Nunca deje de crecer.

Nunca deje de aprender. Siempre persiga convertirse en alguien mejor. Ahora más que nunca, el cambio es una constante.

Descansar en sus laureles, sus años de experiencia o incluso en un título académico, resulta peligroso cuando se enfrenta con personas que están en lo alto de la curva de aprendizaje constantemente y leen y

¿Cuál fue el último libro de negocios o curso de ventas que le permitió a usted aprender alguna nueva técnica? No permita que su experiencia se interponga con su aprendizaje. Recuerde que diez años de experiencia pueden fácilmente en realidad ser uno de experiencia y nueve de repetición.

Lo que era bueno en el 93, ¿es todavía bueno en el 2003? No si ya existe un mejor procedimiento. A nadie le importa qué tan bueno era usted la semana pasada. Desde luego, las organizaciones tienen que mejorar en proveer de entrenamiento más constante y mejor a sus vendedores, pero no olvide hacer su parte en construir su carrera sobre terreno firme, sobre roca.