



knowsquare .

LADISLAO MOLLÁ AYUSO

26 DE SEPTIEMBRE DE 2013

LA CLAVE EN LA VENTA

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor
y Know Square S.L.

¿Cuál es para ti “La Clave en la Venta”?, con esta pregunta suelo abrir mis seminarios y entrenamientos en Ventas y ahora te animo a ti, querido lector, a que la respondas para ti. Quizá no sea tan fácil como a priori parece.

Las respuestas habituales a esta pregunta son del tipo: conocer las necesidades del cliente, escuchar, tener un producto competitivo, ser perseverante, creer en tu producto, empatizar con el cliente, etc. Si tu respuesta es una de éstas, enhorabuena querido lector porque has acertado. Pero la pregunta tenía trampa; el “para ti” hace que todas las respuestas sean correctas. Otra cosa distinta es responder al título de este artículo, ¿Cuál es “La Clave en la Venta”?, ¿cuál es la más importante?, lo que resulta más difícil y arriesgado. Pero me animo a “mojarme” y dar una respuesta. A ver si te convengo.

De entrada, yo diría que todas las respuestas anteriores son sin duda aspectos clave en la Venta, pero estaremos de acuerdo que ninguna de ellas de forma aislada es “La Clave en la Venta”. Otra cosa es afirmar que quizá el éxito a la hora de vender esté en llevar a la práctica la suma de todas, respuesta que a veces ha dado algún participante y que es la que más me convence. Pero dejándolo aquí no habríamos avanzado mucho en la búsqueda de la respuesta a la pregunta que nos estamos haciendo. Así que hay que “mojarse” más. Procedo.

Mis años de experiencia comercial, primero como Vendedor de seguros (qué palabra la de “Vendedor” tan bonita como maltratada; por eso la escribo con mayúscula), después como jefe de equipo comercial y finalmente como director comercial en dos empresas de otros sectores, junto con los muchos años que ahora llevo dedicándome a la formación comercial (prefiero ya no contarlos para no venirme abajo) me llevan a responder, y ya me “mojo”, que “La Clave en la Venta” es una cuestión de “Actitud” y de “Hábitos”, y además en este orden. Y me explico.

¿A qué me refiero con “Actitud”? Pues sobre todo a creer en lo que se hace y eso incluye, para empezar, sentirse Vendedor y estar orgulloso de serlo, incluye creer en tu empresa con sus alegrías y sus miserias (“en todas partes cuecen habas”), incluye creer en tu cartera de productos y servicios aunque sepas que no son los mejores del mundo (¿qué empresa los tiene?), incluye creer en que cuando contactas con un cliente no sólo no estás molestando sino que le estás ofreciendo una gran oportunidad tanto si vendes yates de lujo como si vendes tornillos para madera y, en definitiva, incluye estar entusiasmado vendiendo porque ya se sabe que es el entusiasmo lo que vende por encima de todo.

En mi empresa, trabajamos mucho el concepto de que “Visiones generan comportamientos” y, hoy en día tal y cómo están las cosas, sólo con pensar que casi cinco millones de personas darían todo lo que tienen por ocupar nuestra silla de Vendedor ya es suficiente visión para que cambiemos nuestro comportamiento de queja y lamento, si es que la tenemos, y salgamos a la calle con nuestra mejor sonrisa y con la cabeza bien alta a comernos el mercado. Esto para mí es “Actitud” y esta es la primera clave que estoy convencido hace vender, a veces incluso cuando no lo pretendemos.

Y después viene lo de los “Hábitos”, ¿por qué hablo de “Hábitos”? Pues partiendo de la definición de la Real Academia Española de la Lengua “*Modo especial de proceder o conducirse adquirido por repetición de actos iguales o semejantes, u originado por tendencias instintivas*” yo lo llevo a “La Clave en la Venta” afirmando que para triunfar vendiendo no vale trabajar a impulsos sino que hay que entrar en una especie de dinámica de actividad comercial a velocidad de crucero, que hay que mantener independiente de los resultados obtenidos y que hay que realizar con el adecuado equilibrio de las tres variables que marca el contrastado modelo 3D de la productividad comercial; cantidad, calidad y orientación de la actividad comercial (prospección).

He mencionado el concepto de “actividad comercial” y no tengo más remedio que dedicarle al tema algún comentario más porque, para mí, aquí está gran parte de “La Clave en la Venta”.

Yo tuve un jefe comercial en mi época de seguros, al que le estaré eternamente agradecido, que me enseñó a salir a vender a la calle sustituyendo en mi cabeza mi objetivo anual de 13 millones de las entonces pesetas que, por cierto, alcanzarlo era algo que recuerdo me quitaba el sueño, sustituirlo digo por objetivos a corto plazo de actividad comercial; buscar contactos, llamar y visitar. Y descubrí que era mucho más fácil un 16 de mayo, miércoles, por poner un ejemplo, mandar 15 faxes (escuela de entonces), hacer 35 llamadas y realizar 6 visitas, que alcanzar los 13 millones en primas ese mismo día que era casi lo que yo pretendía. Craso error. Y lo que es mejor, descubrí con el tiempo que con este hábito de trabajo y manejando bien mis ratios de eficacia que hilaban mi objetivo anual con la actividad comercial necesaria para alcanzarlo, llegaban las ventas.

Porque algo que con el tiempo he observado y me preocupa, es que los participantes de los cursos de Ventas a través de sus respuestas sitúan en un 90% “La Clave en la Venta” sólo en el momento de tener al cliente delante (Analizar sus necesidades, Escuchar, Ofrecerles un buen producto o servicio, Empatizar, etc.) cuando resulta que hoy en día, y más en estos años de crisis brutal, es tan difícil conseguir la entrevista como conseguir el cierre en la misma. Por eso, para vender hoy yo le doy mucha importancia a la prospección previa, a la forma de contactar y, como no, al seguimiento comercial y, por eso, también las empresas que nos dedicamos a entrenar comerciales hemos tenido que redirigir el foco de nuestros entrenamientos más hacia estas fases previas y posteriores a la entrevista de Ventas.

Resumiendo, mi segunda clave para vender es poner el foco con absoluta determinación en la actividad comercial en vez de ponerlo en la pesada losa del objetivo anual, y adquirir el hábito de poner en marcha cada mañana esta actividad comercial. Es sencillo, se trata de entrar en una dinámica racional de: buscar contactos, llamar y visitar.... buscar contactos, llamar y visitar.... buscar contactos, llamar y visitar.... ¿sigo?.... creo que no hace falta.

Así que, querido lector o mejor querido Vendedor porque hoy en día creo que ya no queda nadie que no tenga que vender de una forma u otra, te animo a modo de respuesta de cual es “La Clave en la Venta”, a que sigas estos dos consejos; que modeles como sea una adecuada actitud hacia la Venta, hasta que disfrutes vendiendo y que adquieras los hábitos necesarios para no dejar ni un solo día de realizar tu actividad comercial como un hábito adquirido. Así, estoy seguro que llegaran las ventas.

Si lo consigues (y el esfuerzo merece la pena), amén de obtener muy buenos ingresos, vivirás de forma permanente con ese ilusionante reto que siempre supone vender y, sobre todo, con esa satisfacción tan especial que da el conseguir el SÍ en la venta y que, sin duda, da sentido a nuestro trabajo.

Ojalá te haya convencido.



© Ladislao Mollá Ayuso.

© Know Square S.L.