

Cómo Generar Ventas de Alta Efectividad



Por: Oscar Bastidas Valenzuela

Cómo se encuentra actualmente su equipo de ventas? Si está realmente satisfecho con lo avanzado hasta el momento permítame felicitarlo. Pero quizás los resultados pudiesen mejorar si el equipo en su conjunto fuese más homogéneo, es decir que todos lograran cumplir o superar la cuota asignada. Para ello resulta fundamental que el profesional en ventas confie lo suficiente en si mismo para que a su vez pueda generar altos niveles de confianza con el cliente. Y todo radica en la forma en que pensamos y nos hablamos a nosotros mismos.

¿Y qué significa esto? significa que nuestros pensamientos determinan los niveles de motivación que reflejamos ante los demás. La

motivación determinará su estado de ánimo, su mentalidad y todo aquello que realice mientras atiende a un cliente. Un vendedor motivado puede lograr maravillas para su empresa. Y la clave de este proceso radica en estar bien consigo mismo, es decir, sentirse una persona satisfecha y realizada.

Ahora la pregunta sería ¿cuándo me siento bien conmigo mismo? Una posible respuesta sería: Cuando logro conectar y trascender en la vida de los demás. Evaluemos estos dos aspectos:

Conectar con los demás: Para un vendedor es imprescindible poder conectar con su cliente. Algunos académicos denominan a este proceso *generar empatía*. Si el vendedor no lo logra será casi imposible que genere confianza. En neurociencia existen técnicas que permiten potenciar la interacción con los demás y con uno mismo. Una de ellas se denomina **Programación Neurolingüística (P.N.L.)** que logra a través del uso de determinadas palabras llegar al inconsciente de las personas. Dichas palabras podrán ser de tipo visual, auditivo y cinestésico.

Trascender en la vida del cliente: La mayoría de personas puede darse cuenta cuando un vendedor está interesado simplemente en hacer dinero y cuando quiere hacer una diferencia por ellos, proporcionándoles mayor bienestar. Es decir marcar la diferencia. Por ello, la capacidad de indagar las necesidades del cliente, evaluar sus intereses y preferencias, captar sus emociones y sentimientos más profundos, para fabricar alternativas y luego volcarlas hacia una solución que exceda sus expectativas, es una de las tareas más gratificantes que pueda existir en el mundo de las ventas.

Un vendedor promedio se transforma

¿Puede uno sentirse bien consigo mismo trabajando semanas de 60 o 70 horas? De seguro que su respuesta es no. Efectivamente. La mayoría de vendedores trabaja, trabaja, trabaja y...nada. Los

estudios demuestran que un 12% del personal de ventas superan su meta mensual, un 50% roza los objetivos propuestos y el 38% restante no logra cumplir su cuota. ¿Los motivos? Pueden ser distintos, sin embargo el principal resulta ser la falta de motivación.

Quisiera comentarles sobre un caso. Había terminado de dictar un seminario sobre técnicas de venta, cuando uno de los asistentes se me acercó para conversar sobre su trabajo. El viajaba constantemente por todo el país y estaba muy preocupado porque en los últimos tres meses no había logrado cumplir su cuota de ventas y sentía que sus responsabilidades habían aumentado. Practicamente no veía a su familia y estaba constantemente fatigado. Su trabajo, que antes lo había divertido tanto, ahora casi no lo disfrutaba y estaba considerando seriamente renunciar a la empresa para buscarse otro empleo. Pero no sólo él sufría, ya que los clientes tampoco recibían toda la atención que debían. Y él se daba cuenta de esto por las llamadas de queja que llegaban a la oficina central. En consecuencia, tenía que esforzarse el doble para cerrar las pocas ventas que conseguía. Definitivamente algo tenía que cambiar.

Me pareció interesante su caso. Nos pusimos a conversar sobre sus tareas y le encargué que analizara la forma en que estaba distribuyendo sus horas de trabajo y el tipo de lenguaje que utilizaban sus clientes (en P.N.L.: visual, auditivo o cinestésico). Después de una semana me llamó y me dijo que luego de hacer los calculos que habíamos conversado, ahora sabía porque estaba tan abrumado. Realmente no se había percatado que las tareas secundarias de la oficina -léase, aquellas que fácilmente podría haber delegado- lo habían absorbido de una manera espectacular. Entre sacar copias, enviar correos electrónicos y hacer llamadas no relacionadas a la venta, había calculado 31 horas de trabajo a la semana. Adicionalmente el 60% de sus actuales clientes tenían una tendencia visual-auditiva, lenguaje que necesitaba reforzar porque él era mas cinestésico.

Como consecuencia, había estado multiplicandose, tratando de cumplir con las distintas tareas de la oficina y había descuidado la más importante: cultivar relaciones con los clientes y estar pendiente de sus necesidades para concretar mayores ventas. En el esfuerzo de querer hacer todo, había estado trabajando cada vez más horas.

El querer multiplicarse en el trabajo es muy parecido a lo que en el deporte se le llama 'sobrentrenarse'. Si un deportista se excede en los entrenamientos, con el tiempo padecerá de alguno -o varios- de los siguientes síntomas:

Disminución del rendimiento	Fatiga crónica
Estancamiento psicológico	Transtornos del sueño
Pérdida del apetito	Pérdida de peso

¿Ha padecido alguno de estos síntomas últimamente? Pues bien, no se preocupe. Siempre hay una forma de retomar los buenos hábitos para organizarse en el trabajo. Sólo debe procurar asesorarse adecuadamente y trabajar para que su motivación interior nunca decaiga, desarrollando una actitud positiva ante cualquier problema o inconveniente que aparezca. Recuerde que el mundo de las ventas es uno de los caminos mas apasionantes que se pueden recorrer alguna vez en la vida. Nunca lo olvide.

Oscar Bastidas Valenzuela es socio fundador y Manager Coach del Grupo OBB, consorcio de empresas dedicadas al desarrollo del potencial humano en las organizaciones. Especialista en el desarrollo de Habilidades Blandas –Soft Skills Training- conferencista, docente y escritor,
 E-mail: obastidas@obbconsulting.com.pe