

## ¿De qué material está hecho un vendedor?

Para introducir el tema menciono tres hechos estadísticos:

**1.- Las empresas fracasan en la selección de sus vendedores cerca del 80% de las veces.**

*Muy pocas personas poseen habilidades para vender*

Los buenos equipos de vendedores alcanzan su madurez sólo al cabo de muchos años porque el método que se utiliza para seleccionarlos es el de prueba y error. Se contratan porque se supone que son buenos vendedores y se despiden unos meses después porque no produjeron los resultados prometidos o esperados.

**2.- En los equipos de vendedores un porcentaje muy bajo de ellos, cerca del 20%, producen el porcentaje más alto de los resultados (alrededor del 80%).**

*Las empresas fracasan el 80% de las veces en la selección de vendedores*

El otro 80% de los vendedores producen sólo el 20% de los resultados, pero consumen el 80% del tiempo y del esfuerzo de quienes los dirigen, es decir, consumen el 80% o más de la logística.

**3.- Un porcentaje muy alto de vendedores (cerca del 80%) se quejan de que los productos o servicios que venden son muy caros.**

Este porcentaje mayoritario de vendedores explica sus pobres resultados en los precios altos, mientras que el otro 20% produce unos resultados satisfactorios vendiendo los productos o servicios a los precios de lista.

Los vendedores exitosos no se quejan de los precios altos, al contrario, los ven como una oportunidad para ganar mejores comisiones. En cambio los vendedores de bajos resultados los justifican en los precios.

Una primera conclusión que se desprende de estas estadísticas es que algunas personas, muy pocas, poseen habilidades para vender. Otras, la mayoría, no las poseen.

Esta es una de las razones por las cuales las empresas

tienen dificultades para generar abundantes ingresos: porque encargan de esta tarea difícil y esencial a personas que carecen de habilidades para realizarla.

¿Cuáles son las habilidades que marcan la diferencia entre quienes triunfan en ventas y quienes fracasan? ¿De qué material está hecho un vendedor? ¿En qué debemos enfocarnos a la hora de seleccionar vendedores?

***Un porcentaje muy alto de vendedores se queja de que los precios de los productos o servicios que vende son altos***

Para responder estas preguntas que taladran el cerebro de los gerentes me apoyo en un estudio que adelantaron los investigadores David Mayer y Herbert M. Greenberg en la década de los sesenta del siglo pasado y en mis propias experiencias.

Este estudio incluyó a más de siete mil vendedores de toda clase de productos: costosos y baratos, de calidad o de pacotilla, de alta y baja tecnología, de mostrador, de tangibles e intangibles, en fin, de todo tipo de ventas.

La conclusión a la que llegaron estos investigadores es la siguiente: para que una persona triunfe como vendedor debe poseer cantidades abundantes de dos habilidades básicas: empatía y agresividad.

Mi conclusión personal es que, además de la empatía y de la agresividad, infaltables en quien pretenda tener éxito como vendedor, existen otros factores que facilitan la venta. Los llamo factores seductores (factores S).

En los siguientes fascículos me refiero a cada una de estas habilidades.