

Transacciones previas

Antes de que un vendedor pretenda tener éxito frente a sus clientes debe haber hecho las siguientes transacciones:

1. Comprarse a sí mismo

El poder de que dispone un vendedor para influir sobre sus clientes proviene de lo que piensa de sí mismo, de su autovaloración, de su autoestima, de su amor propio. Un vendedor con una pobre imagen de sí mismo pasa inadvertido frente a sus clientes. Difícilmente puede influir en sus decisiones.

*Un vendedor
con baja
autoestima
pasa
inadvertido
frente a sus
clientes*

Para estos vendedores sus dificultades empiezan en la portería o en la recepción. No los dejan pasar de allí. Les niegan la oportunidad de estar cara a cara con la persona que toma la decisión de comprar.

Una baja autovaloración inhabilita a una persona para obtener resultados satisfactorios a través de otros.

Es de la naturaleza de las ventas fracasar en muchos intentos. A veces se fracasa más que se triunfa, por lo tanto, una persona con baja autovaloración se verá cada vez más disminuida. Dejará a muchos clientes de lado porque se siente atemorizada por ellos. Le dará trabajo levantarse los lunes para salir a enfrentar el competitivo mundo económico. Carecerá de la agresividad que se requiere para hacer negocios. Será incapaz de apreciar a sus clientes si no se aprecia a sí mismo. No lucirá ante ellos sus encantos porque no sabe que dispone de ellos. Proyectará una imagen de inseguridad que poco le ayudará a generar ingresos.

Quererse a sí mismo se llama autoestima o amor propio. De allí nacen varias cosas: su seguridad personal, su poder mental para enfrentar a los clientes desde una posición ganadora y para resistir las negativas sin desalentarse. Nacen también de allí su alegría, su entusiasmo, su capacidad para generar confianza, su empatía, su liderazgo...

2. Comprar la profesión

Muchos vendedores se sienten avergonzados de serlo. Se hacen llamar de cualquiera otra manera menos vendedores. Será difícil para estas personas transmitir entusiasmo frente a sus clientes cuando ellas mismas desestiman la importancia de lo que hacen.

Un vendedor no puede alcanzar los resultados esperados si no le gusta la empresa que representa

La segunda transacción que debe realizar todo vendedor consiste en comprar su profesión, en sentirse orgulloso de lo que hace, en estar seguro de que vender es lo único que quiere hacer en su vida.

Uno nace para lo que le gusta. Si le molesta ser vendedor, si no se siente orgulloso de serlo, es mejor que se dedique a otra cosa.

Un porcentaje excesivamente alto de vendedores se avergüenza de serlo. Se convirtieron en vendedores por razones ajenas a su gusto. Entre ellos no se encuentran quienes producen los resultados más satisfactorios, sin duda.

3. Comprar la empresa para la cual presta sus servicios

La tercera transacción previa que debe hacer todo vendedor es comprar la empresa para la que trabaja. Es improbable que un vendedor obtenga cifras importantes de ventas si siente desprecio por la empresa para la cual presta sus servicios, por su gerente, por sus jefes, por sus compañeros o por la forma como lo remuneran. Con más frecuencia de la debida, se escucha a los vendedores referirse en términos desobligantes contra la empresa que le paga por sus servicios.

Uno nace para lo que le gusta

No es posible transmitir a los clientes un entusiasmo que no se siente.

4. Comprar los productos o servicios que vende

La cuarta transacción previa que debe hacer todo vendedor

es comprar los productos o servicios que representa. Sólo cuando el vendedor ama lo que vende puede transmitir ese amor a sus clientes. Un vendedor sólo vende lo que ya compró.

Cuando hablo de comprar los productos o servicios que vende el vendedor, incluyo el precio como uno de sus elementos.

Los vendedores de bajo desempeño se quejan siempre de los precios altos. Si ellos piensan de esta manera, esa será la impresión que les transmitirán a sus clientes.

Sólo se quiere lo que se conoce. Lo primero que hay que hacer para enamorarse de los productos o servicios es conocerlos a fondo.

***Un vendedor
sólo vende lo
que ya
compró***

5. Venderse ante el cliente como persona

Lo primero que la gente compra es gente. Lo primero que compra un cliente es la persona del vendedor. Si no sucede esta transacción humana, difícilmente sucederá la transacción económica. Venderse a sí mismo es la quinta transacción que debe realizar un vendedor antes de vender sus productos o servicios.

***Los mejores
vendedores
del mundo
son expertos
en la
condición
humana***

Esta quinta transacción tarda apenas unos segundos. Si no se logra una impresión favorable en los primeros segundos frente al cliente, puede suceder que nunca le den una segunda oportunidad.

Sin embargo, una primera impresión favorable no garantiza por sí misma una relación exitosa con el cliente. Ni una desfavorable conduce irremediablemente a una relación fallida.

Sin embargo, la primera impresión favorable allana el camino para una buena relación comercial, de la misma manera que una desfavorable lo hace más difícil.

0000

Desde mi punto de vista, sólo después de que se han surtido

satisfactoriamente estas cinco transacciones previas sucederá fluidamente la última, la sexta transacción: que el cliente compre los productos o servicios que el vendedor expone a su consideración.

Si, como lo he dicho, en los extremos de cualquier transacción económica aparecen personas, por un lado la persona de quien vende y por el otro la persona de quien compra, un vendedor tendrá más probabilidades de triunfar donde otros fracasan si conoce mejor que los demás cómo funcionan las personas, cómo funciona él y cómo funcionan sus clientes.

Los mejores vendedores del mundo son expertos en la condición humana.

***Antes de que
el vendedor
logre vender
su producto o
servicio tuvo
que hacer
cinco
transacciones***

Un vendedor con habilidades y experto en comportamiento humano tendrá más probabilidades de triunfar que quien no lo es.

Es importante el entrenamiento sobre el producto o servicio que vende y sobre la empresa y sus políticas. Sin duda. Pero el más importante de todos los entrenamientos es sobre comportamiento humano.

Coletilla

Las cifras de ventas no se producen espontáneamente. Se producen mediante un trabajo eficaz realizado por vendedores que tengan habilidades para desempeñarse en esa actividad y que dispongan de un método eficaz para vender, y, fundamentalmente, que sean expertos en la condición humana.