



La biblia de las ventas

El mejor recurso de ventas

por Jeffrey Gitomer

RESUMEN EJECUTIVO

El mercado está repleto de textos sobre cómo triunfar en el área de las ventas. Así que uno se podría preguntar para qué otro libro sobre la materia. La respuesta es muy sencilla: porque los tiempos cambian y las reglas que servían antes no sirven ahora.

En el presente texto, el autor nos ofrece una amplia lista de consejos, máximas y reglas relacionadas con las tres áreas propias de las ventas: iniciación, mantenimiento y cierre. Entre los temas tratados están: humor, llamadas no solicitadas, presentaciones, objeciones, entre otros.

¿Por qué otro libro de ventas?

Hay abundantes libros sobre el tema de las ventas. ¿Por qué otro? En pocas palabras, porque el mercado ha cambiado. Las viejas reglas de ventas ya no funcionan. Las nuevas reglas de ventas suponen que conozcamos y dominemos las viejas reglas, pero que las utilicemos de un nuevo modo. Al igual que con la ropa, el estilo al vender cambia. Las nuevas reglas son:

1. Venda lo que desee o requiera el cliente, no lo que tenga.
2. Sea personal; recopile toda la información que pueda sobre su cliente y úsela.
3. Sea amigable porque a las personas les gusta comprarle a un amigo; no confían en los vendedores.
4. Compita sobre la base de relaciones vigorosas.
5. Busque cosas que usted y su cliente tengan en común (deportes, familia, golf) y aproveche estas conexiones.
6. Gánese la confianza de sus clientes.
7. Pásela bien y tenga un buen sentido del humor.
8. Nunca dé la impresión de estar tratando de vender algo.

Tiempos difíciles

Practique a diario cada uno de los siguientes principios. Son particularmente importantes en los malos momentos económicos:

1. La competencia está tratando de llegar a sus clientes, así que protéjalos.

2. Compita sobre la base de las relaciones no del precio. Fortalezca sus relaciones.
3. Entrene. Mantenga un presupuesto de educación.
4. Asegúrese de que es el mejor en lo que hace.
5. Cree interrelaciones como nunca lo ha hecho antes.
6. Procure volverse notable en su comunidad (líder, voluntario, hágase un nombre).
7. Déle a su cliente información que no pueda conseguir en ningún otro lugar (no sólo sobre su producto o compañía sino sobre cualquier cosa).
8. Su reputación es todo lo que sabe la gente de usted. Sáquele brillo.
9. Tome sus decisiones pensando en lo que quiere llegar a ser no en su comisión.
10. La gente compra incluso durante las recesiones económicas. Busque la manera de resolver el problema, en lugar de lamentarse por la situación.
11. Lea sobre la personalidad. Lea todos los días. Lea *Huevos verdes y tomate* del Dr. Seuss.
12. Invierta en usted mismo. Desarrolle una buena personalidad, asista a eventos, estreche sus relaciones. No deje de invertir en usted.
13. Procure ser diferente, memorable, impresionante.
14. Invierta en Internet. Úsela.
15. Practique, estudie y cultive la creatividad.
16. Aprenda del rechazo. Haga más llamadas no solicitadas y practique diversos modos de lidiar con un "no". Pronto encontrará el modo de convertir ese "no" en un "sí".
17. Levántese temprano y acuéstese tarde. Trabaje mientras el mundo duerme.
18. Sea una persona mañanera. Su mente trabajará mejor y sus pensamientos serán más agudos.
19. Fuera del trabajo, invierta tiempo en mejorar personalmente.
20. Ponga sus objetivos a la vista, recuérdelos a diario un par de veces y concéntrese en los mismos.

21. Planifique una serie de pequeños pasos diarios para llegar a su gran objetivo.
22. Válgase de su dinero y su tiempo. Apueste a usted mismo y haga todo lo posible por lograr un buen resultado.
23. Recuerde, es fundamental una buena actitud. Sea positivo.
24. Sólo usted puede hacer la diferencia. La compañía no puede hacer la diferencia.
25. De hecho, 24.5. Sea infantil. ¿Cuándo ha visto que un niño de 4 años que pide un caramelo reciba una respuesta negativa?

Escriba sus objetivos y póngalos en un lugar en el que los pueda ver siempre. Cómprese una libreta de notas y pegue sus objetivos en el espejo del baño, en el dormitorio y donde los pueda ver con frecuencia. Recuerde sus objetivos a diario, concéntrese y consígalos.

Reglas

Las reglas para vender exitosamente son:

1. Sea positivo y tenga confianza en sí mismo.
2. Establezca objetivos y planifique cómo los conseguirá.
3. Aprenda los rudimentos de las ventas y practíquelos.
4. Conozca al cliente, entienda qué es lo que quiere y necesita.
5. Venda para servir, no para ganar.
6. Establezca relaciones a largo plazo.
7. Tenga fe en su compañía y en su producto.
8. Prepárese. Proyecte una imagen profesional.
9. Genere confianza. Sea confiable. Si habla siempre con la verdad en la mano, nunca tendrá que cambiar la historia.
10. Mantenga sus promesas.
11. Véndale a la persona correcta, la que tiene autoridad.
12. Haga reír a su cliente.
13. Conozca bien su producto.
14. No venda el producto como tal, sino lo que el producto puede hacer por el cliente.
15. No hable mal de la competencia. Si no puede decir nada positivo, no diga nada.
16. Procure que los clientes satisfechos le hagan publicidad.
17. Préstele atención a las señales de que el cliente está a punto de comprar.
18. Esté preparado para las objeciones comunes.

19. Entienda la típica objeción y esté preparado para superarla.
20. La confianza permite superar las objeciones, así que genere confianza.
21. Pregunte y logrará cerrar la venta, pero tiene que preguntar.
22. Sepa cuándo callarse. Cállese cuando deba hacerlo; por ejemplo, cuando formula una pregunta definitiva.
23. Si no ha logrado cerrar la venta al momento de partir, asegúrese de fijar una cita para volver. Fíjela antes de irse porque será más difícil luego.
24. Continúe. Hágalo otra vez. Hágalo otra vez. Si es necesario hacer 10 llamadas, hágalas.
25. Recuerde, nadie lo está rechazando a usted sino a la oferta que usted está haciendo.
26. Sea flexible. Esté dispuesto a cambiar. Aprenda a cambiar con facilidad.
27. Obedezca las reglas.
28. Coopere con su cliente para establecer una buena relación.
29. La suerte es el producto del trabajo.
30. No culpe a los demás. Asuma su responsabilidad.
31. Persista, persista, persista.
32. Recuerde, es un juego de números. Calcule cuántas llamadas debe hacer para cerrar una venta, cuántas propuestas debe hacer, cuántas citas debe fijar, cuántas presentaciones debe hacer, etc. Después de calcular todo esto, siga los números.
33. Sea apasionado.
34. Trate de dar una buena impresión para que la gente lo recuerde y hable bien de usted.
35. Pásela bien.
36. Recuerde: personalidad + humor + acción = éxito.

Humor

El humor es un recurso muy poderoso, pero tenga cuidado. Recuerde estas simples reglas:

1. Rompa el hielo con humor; si el cliente se ríe y se relaja, estaremos en ventaja.
2. No cuente historias crueles sobre otras personas. Nunca se sabe quién está relacionado con quién.
3. Si necesita un hazmerreír para un chiste, hágase usted mismo el hazmerreír.

4. Recuerde, algunas personas no entenderán el chiste. No se preocupe si su cliente no tiene sentido del humor.
5. No haga bromas sobre grupos étnicos a menos que sea su propio grupo étnico.
6. Escuche al cliente y evalúe la disposición del mismo antes de contar un chiste.
7. Cuente historias personales y en primera persona en vez de un chiste enlatado.
8. Contar un viejo chiste que el cliente ya ha escuchado no lo ayudará sino que lo perjudicará. Esta es una buena razón para contar historias personales.
9. Como sabe todo cómico, es importante contar los chistes en el momento apropiado.
10. Haga un archivo de chistes.
11. Los chistes de mal gusto pueden ser perjudiciales. Conozca a su clientela.
12. Válgase del humor para convertir el escepticismo del cliente en una oportunidad de venta.
13. No le tema a las llamadas no solicitadas. Son una gran oportunidad para reírse en la cara al temor.

Presentaciones y llamadas no solicitadas

Para conocer a la gente, desarrolle una presentación rápida. Dígale al cliente quién es usted y qué hacen usted y su compañía. Incluya algunas preguntas que le permitan calificar al posible cliente, así como determinar quién toma las decisiones en la tienda de este.

Las llamadas no solicitadas son una habilidad profesional básica, así que, ante todo, disfrútelas. Si las disfruta, tendrá una buena disposición, que es lo más importante. Ignore cualquier señal de que la llamada no ha sido solicitada. Consiga el nombre de la persona que toma las decisiones sobre los productos o servicios que usted vende. Tal vez tenga que pedirlo de varias maneras. Sea creativo.

Cuando haga llamadas no solicitadas, tenga una sonrisa en la voz, vaya al grano en la primera o segunda oración y use un poco de humor. Recuerde que un “no” es una oportunidad para aprender. Formule preguntas que hagan pensar al posible cliente. No todas las llamadas no solicitadas terminarán en una venta, pero cada llamada no solicitada será de mucho valor.

Escuche y aprenda. Las relaciones son casi todo y la confianza es el resto. No se disculpe ni se excuse. Evite frases irritantes como: “francamente”, “honestamente”, “esto es en serio”, “¿está preparado para ordenar hoy?”, “¿cómo le va?” y “puedo ayudarlo con algo”.

Objeciones y cierre de la venta

No se deje afectar por las objeciones. Estas son señal de que el cliente está interesado en el producto. Discuta con sus colegas sobre cuáles son las objeciones más comunes. Escríbalas y busque la manera de superarlas. Escriba un guión. La mitad de las veces, las objeciones aparentes del cliente encierran objeciones que no lograremos superar. La otra mitad de las veces, superaremos dichas objeciones y cerraremos la venta.

No hay forma de saber con antelación en qué situación estamos. Cuando formule la pregunta de cierre (por ejemplo, “¿lo quiere en rojo o blanco?”), permanezca en silencio y deje que el cliente confirme la venta.

Este Resumido ha sido parcialmente patrocinado por:



La gerencia en Hispanoamérica



Lo mejor de las revistas de negocios



El portal del libro gerencial

Título original: The Sales Bible

Editorial: Wiley

Publicado el: agosto de 2003

¿Le gustó el Resumido? Compre el libro en:
<http://www.resumido.com/es/libro.php/387>

Resumido.com, respetando la propiedad intelectual y los respectivos derechos de autor de las diferentes publicaciones citadas, no pretende reproducir ni parcial ni totalmente el contenido de las mismas ni el modo en el que su contenido se presenta aquí. Por el contrario, ofrecemos la oportunidad de que dichas obras no sólo sean conocidas sino adquiridas en beneficio de sus respectivos creadores; motivo por el cual, Meltom Technologies se reserva el derecho de excluir cualquier título, cuando se presuma la vulneración de derechos subjetivos, particulares o directos del mismo.