

¿Un Buen Vendedor: Nace o se Hace?

Durante mucho tiempo se ha creído que las cualidades que hacen a una persona un magnífico vendedor, como la capacidad de persuadir y la facilidad para comunicar, vienen definidas con el acta de nacimiento. Este pensamiento ha limitado en gran medida a aquellos que no poseen originalmente éstas características especiales para dominar el mundo de los negocios.

En este artículo descubriremos cuál es el verdadero secreto de los mejores vendedores del mundo y derribaremos el mito de que el buen vendedor nace; con algunos ejemplos de cómo aquellos que aunque genéticamente no poseen ningún carácter especial son capaces de alcanzar la excelencia en las ventas.

Los vendedores más destacados de la historia no han sido aquellos con más capacidades, encanto o talentos de nacimiento, sino aquellos que han puesto todo su empeño por desarrollar esta destreza. Todo el que quiere dedicarse a las ventas debe saber que ha escogido una vida con grandes recompensas, pero precisamente son grandes porque no todos alcanzan el éxito. No por falta de un “don especial” sino porque no todos están dispuestos a trabajar arduamente para alcanzar el éxito.

Joe Girard, es quizás el más emblemático vendedor de automóviles de la historia. Un hombre que logró ingresar al libro de Guinness Records por los resultados en sus ventas de vehículos. ¿Será que nació con un don para las ventas? Todo lo contrario. De hecho, su infancia estuvo regida por el maltrato de su padre lo que lo hizo crecer como un niño tímido. Cualquiera podría pensar que un niño con este carácter jamás podría desempeñarse como un profesional de las ventas. Sin embargo, Girard asegura que el secreto de su éxito no se debe a su marca de nacimiento sino a un valor que le enseñó su madre: el servicio a los demás.

El secreto del triunfo de su estrategia de negocio fue ofrecer a sus clientes un servicio inigualable. Girard le hacía saber a sus clientes su disposición a convertirse en su amigo. Su propósito era que el cliente se sintiera feliz, satisfecho y cómodo con el auto que adquiriera. Así que, antes de concretar la compra dejaba que el cliente probara el automóvil. Les decía: “Tal vez debería manejarlo hasta su casa y mostrárselo a su esposa.” De acuerdo con Girard, su esposa terminaría de dar la estocada final para que el hombre tomara la decisión de comprar el vehículo. Girard llegó a vender 13,001 vehículos nuevos en su agencia Chevrolet de Detroit, aproximadamente 17 vehículos por semana.

Además, el carácter de un vendedor exitoso debe ser perseverante. Un vendedor que busca el éxito no sucumbe ante los fracasos y sus límites, sino que los supera con esfuerzos y sacrificios mayores. Estas situaciones los acercan cada vez más a la victoria porque desarrollan determinación, confianza, fuerza y resistencia. El vendedor inteligente sabe aprovechar la oportunidad para avanzar en el tiempo de crisis.

También, un buen vendedor debe aprender a escuchar los “no” de los clientes para garantizar el triunfo. Jack Daly, experto en ventas, asegura que se necesita un mínimo de 9 contactos con el cliente para poder prospectar la venta. Sin embargo, la mayoría de los vendedores desiste en su cuarto intento sin éxito. Recuerde que el número de veces que tendrá éxito es directamente proporcional a la cantidad de veces que puede fallar y seguir intentándolo.

Si bien la habilidad del habla es importante, esta va de la mano con la capacidad de escuchar al cliente. Un profesional de ventas que escucha puede identificar mejor las necesidades y deseos de su cliente, y así enfocar mejor la venta. La venta es siempre un proceso de diálogo y su éxito depende de cuán preparado esté el vendedor para presentar las potencialidades del producto, ganarse la credibilidad y confianza de los consumidores.

El camino hacia el éxito para un vendedor es largo y pedregoso. Por eso el profesional de los negocios requiere también de la paciencia. Paciencia con sus clientes y paciencia consigo mismo hasta que logre hacer de si mismo un vendedor que posea las virtudes de los mejores. Tenga presente que la mayoría de las personas que fracasan en los negocios y en las ventas no es por falta de un talento innato sino porque no saben cómo mantener una actitud positiva ante los retos que demanda este mundo.

Finalmente, la pregunta que todo vendedor se debe hacer es ¿por qué? ¿Por qué quiere ser el mejor? Si la respuesta está basada en el deseo lucrativo, probablemente el éxito no llegará. Pues el mejor vendedor del mundo es aquel que con un deseo genuino de servir y trabajar en beneficio del otro también recibe su recompensa y alcanza el éxito cuando el otro ha sido satisfecho antes.