

# Los cuatro actores comerciales

Se abre el telón. Aparecen cuatro personas dentro de una oficina inmobiliaria. Con ellos un hipotético comprador: no habla, sólo escucha. El cuarteto recita su discurso sin parar: "porque tiene 3 habitaciones, porque tiene cocina equipada, porque tiene aire acondicionado, etc...". ¿Cómo se llama la película? Muy bien; lo has adivinado: "Los Informadores Ibéricos".

Esta representación se repite cada día en millares de lugares de toda España: tiendas de muebles, concesionarios de coches, grandes centros informáticos y en muchos conocidos grupos empresariales. **Informadores, que dicen ser vendedores, se dedican a contar todo lo que tiene su producto o servicio, pensando, y prejuzgando, que todas esas características gustarán al supuesto comprador.** También se les conoce popularmente por "catálogos con patas y pelo", porque se aprenden de memoria todo lo que tienen disponible: su ordenador pantalla TFT, su coche ABS y sus áticos piscina climatizada y domótica. A cierre de 2008, certifico que tenemos superpoblación de ellos, como exceso de elefantes hay en Bostwana, y están dignamente representados en las 47 provincias de nuestro país.

Si pensamos detenidamente en nuestro mundo comercial, existen tres actores a añadir al mencionado y que son perfectamente compatibles entre sí. Cuatro. Four. Ni más, ni menos. A saber. El informador, el despachador, el negociador y el más deseado: el vendedor.

Analizado el primero, corresponde examinar el segundo: el despachador. Lo contaré en primera persona. Con 20 años empecé a vender automóviles Ford. En aquellos tiempos de bonanza, me sentaba en el despacho y cada día hacía un pedido de un vehículo nuevo que llegaría 3 meses tarde. Mi esfuerzo era nulo. El rendimiento máximo. Ingenuo de mi, pensaba que todos y cada uno de ellos los vendía. Como resultado, sí. Como pura acción, no. ¿Que era si no que un simple y joven despachador? ¿Has pensado en el sentido de la frase "despacho de pan"? Este actor está en claro descenso demográfico. Aun así todavía habitan en algunas marcas de productos de lujo o en venta de servicios muy exclusivos.

Vayamos a por el tercero o también conocido coloquialmente como “el buho”, porque hace acto de presencia en momentos de crisis o en la última decena del mes, cuando faltan todavía algunas cifras para cumplir los objetivos. Actúa y desaparece en silencio, a merced de su amo (léase jefe de ventas o similar). Su presencia es dispersa, por lo que podemos verlo, y escucharlo, en cualquier punto de la península, en Canarias o Baleares. El comportamiento del negociador, éste es su término técnico, siempre es el mismo: altera, a favor del comprador, el precio y/o las características originales de su producto o servicio para poder vender. Su frase más popular es, ¿si te hago un descuento del 10% y te regalo... me lo compras?

De nuevo se abre el telón. Aparece un profesional frente a un cliente. Se presenta con su nombre. Sonríe amablemente. Se centra en preguntar, en averiguar las necesidades del futuro comprador. Escucha y apunta. Medita y transforma las características de su servicio en claros beneficios para él. Busca el acuerdo y lo encuentra, porque ha aplicado técnicas de venta. Se despide. ¿Cómo se llama la película? “El vendedor deseado”. Con diferencia el más rentable para ambas partes. Lamentablemente está en claro peligro de extinción, como el buitre leonado: ¡Salvémoslo entre todos!

Como D'artagnan y sus tres mosqueteros, para vencer siempre, los cuatro personajes pueden, y deben, trabajar juntos en un mismo equipo, pero con claro protagonismo y mayoría de representación física, del actor vendedor. Porque lo genuino es vender y no negociar. Porque lo estimulante y eficaz es vender, antes que informar. Y porque en el pasado se despachaba, y ahora, distinguido lector, toca vender, en el más profundo sentido de la palabra. Raro será que te permitan despachar. Si negocias, caerá tu rentabilidad. Y si informas, quizás no llegues jamás a cerrar, culpando a todo y a todos. Tú eliges. Hay que actuar y vender, porque si no me temo que en más de un lugar el telón no volverá a abrirse nunca más.

Humberto García

Vendedor, pensador y formador de vendedores