

¡Qué tres preguntas!

Por Humberto García

Ante esta oportunidad que me brinda Zubi, como estandarte de la revista “Entre nosotros”, deseo reproducir las tres preguntas más habituales que me formulan aspirantes a vendedores (y algún humilde veterano comercial), jefes de ventas y directores comerciales, incluso personas del departamento de personal. Las cuestiones siempre giran en torno al combustible que mueve cualquier negocio dedicado a comercializar productos o servicios. Sí, felicidades, lo has acertado. Se trata de los comerciales. Eso sí, para facilitar la vida del lector, las citadas charlas las condensaré en una sola. Vamos con ello. Oye, Humberto, y tú que crees, ¿qué el comercial nace o se hace? Soy de la opinión que cuando nacemos, la madre naturaleza nos puede regalar con algún talento o característica concreta, para alguna determinada profesión. Pensemos en grandes (y altos) jugadores de baloncesto, reconocidos (y brillantes) tenores o conocidísimas (y preciosas) modelos de pasarela. Pero son muy contados los casos entre la humanidad. Por el contrario, existen múltiples ejemplos de personas que en plena adolescencia han descubierto su pasión, su vocación e incluso su futura felicidad laboral. Y una vez identificada su especialidad, deciden “hacerse” como profesionales. Quién esto suscribe está en el segundo grupo. Hasta que cumplí 21 años, jamás pensé que podía ganarme la vida en la venta, y mucho menos en la enseñanza de habilidades para adultos. El destino me llevó a empezar como vendedor de coches. A los pocos meses, descubrí que adoraba el trabajo. Tocaba ser fiel a la máxima de mi abuelo y mi padre: hagas lo que hagas, hazlo siempre bien. Y decidí “hacerme” como vendedor. Y todavía sigo... Bien, me queda claro. Siguierte cuestión. En tu opinión, ¿cuál debe ser el perfil perfecto del comercial? “*Sé con toda seguridad que no poseo ningún talento especial. La curiosidad, la obsesión por la excelencia y una perseverancia tenaz, combinados con la autocrítica, me han llevado a mis ideas.*” Son palabras pronunciadas, durante el siglo pasado, por el célebre físico alemán, Albert Einstein, y que

Humberto García, responsable de los Cursos sobre Habilidades Comerciales impartidos en todas las Áreas Comerciales de nuestras Delegaciones de Noriega.



he hecho, sin su permiso, mías. Las utilizo con mucha frecuencia, porque sin ser alguien que se dedicó a la venta, resume muy bien parte del perfil que debe tener un buen comercial. A esas cuatro características, añadiría una más, básica en mi opinión: firme propósito de triunfar. Muchos comerciales anteponen el interés de ganar dinero al ser el mejor comercial. Y se equivocan. De cabo a rabo. No por el hecho en sí, si no por el orden marcado. Los excelentes comerciales siempre han ganado mucho dinero. Y por último, Humberto, ¿qué sistema recomiendas a un comercial que aspire a ser el mejor? El mismo que me enseñó un simpático escocés hace 12 años, y que sigo utilizando hoy día: el autoanálisis, basado en 3 preguntas muy simples. Las cuestiones deben ser resueltas con un “sí” o con un “no”. Si llega al final con tres “síes”, transitas por el camino de la excelencia. Por el contrario, si existen más de dos “noes”, la mediocridad aparecen en tu vida profesional. Te lo aseguro. La primera pregunta es, ¿sé cómo se hace el trabajo? (por ejemplo, ¿sé cómo se

las solventan objeciones de un cliente?). La siguiente es, ¿lo hago como se debe hacer? (mismo ejemplo, ¿aplico el guión con los 5 pasos contras las objeciones?). Y la última, y por ello, crucial, ¿lo hago siempre como se debe hacer? (sigo con el ejemplo, ¿trato siempre las objeciones con el guión aprendido?). Al final, durante 20 años me he encontrado que el denominador común de los comerciales que no alcanzan sus objetivos, siempre es el mismo: la mayoría de ellos, saben lo que tienen que hacer (se lo han explicado compañeros veteranos o superiores, lo han aprendido en algún curso de formación o seminario comercial o lo han leído en algún libro), pero casi nunca lo hacen o llevan a la práctica. En otra oportunidad abordaré las causas que les llevan a tener ese comportamiento que va en contra del quinto requisito del perfil del buen comercial: firme propósito de triunfar.