

¡Mis clientes son de élite!

Nunca olvidaré a aquel jefe de ventas de un mediano concesionario de coches alemán, que un frío día de invierno, mirándome a los ojos, me aseguró, muy convencido él, que sus clientes eran diferentes según... el código postal. Importante majadería. **Pero más recuerdo a ese grupo de vendedores, también de una conocida marca alemana de automóviles, que orgullosos me repetían sin cesar, ¡mis clientes son de élite!** Con todo el afecto y cariño, este artículo va por ellos.

Permítame, apreciado lector, que me remonte a mis inicios como vendedor. A finales de los 80, observaba atónito, arropado por el silencio de la inexperiencia, como muchos compañeros criticaban con dureza los anuncios, catálogos, campañas o incluso los precios que la marca diseñaba, preparaba y fijaba desde su sede central para que todos sus modelos fueran un éxito de ventas. Este "disco rayado" me ha acompañado hasta la fecha. **¿Por qué será que a muchos comerciales les apasiona realizar tareas que le corresponden a otras personas... mientras dejan de vender?** Con frecuencia pensaba y pienso, que el departamento de Marketing está para analizar y segmentar el mercado y sus clientes, y entre otras cosas, establecer cuál es el target o perfil del futuro consumidor de ese servicio o producto.

Confieso que soy un tipo raro. Incluso algunos aseguran que muy raro. Adoro ser tenaz. Habitualmente fusiono ambas características. De esa manera siempre (por la tenacidad) les pregunto a mis alumnos vendedores, por ejemplo, de renting de autos, casas, automóviles o equipamiento para hospitales, por la misma cuestión: **¿cómo vendes? (por la rareza). Y siempre obtengo idéntica respuesta. El destinatario de tan extraña cuestión rápidamente piensa "pues, corcholis, cáspitas, ¿cómo voy a vender?** Pues, pues... vendiendo". Ya ven qué cosas tengo. Imagino que la gente que asiste a un curso sobre ventas, espera que el profesor le interrogue sobre cómo hacer una mayonesa sin huevos ni aceite, evidente, ¿verdad?

Además tauro es mi horóscopo. Soy un tozudo "pata negra". Así que insisto y persisto en la pregunta. Al fin, obtengo la frase envasada al vacío, célebre y original como pocas. "Depende del cliente... así vendo yo". Incluso mejor todavía, como "mis vendedores alemanes", "no, no, mis clientes son de élite, por tanto, merecen un trato diferente" Frase que, modestamente, considero que supera a la primera, por soberbia y desafortunada.

Toca reflexión, ¿por qué un trabajador mileurista que se compra un vehículo de ocasión con todo su esfuerzo, es diferente a esa persona que firma un talón de varios ceros para conducir el más exclusivo coche alemán o japonés?, ¿qué debería cambiar del proceso de venta de una casa de 200.000€, con respecto a una que triplique ese precio?, ¿dónde están los límites? ¿hay que tener "tratos específicos" para compradores de 8.000€, 30.000€ ó 100.000€? **Le aseguro que para un auténtico vendedor, todos, repito, todos son compradores. Mi padre me decía con frecuencia que cada cliente es de su padre y de su madre...** Como usted y como yo.

Apuesto pincho de tortilla y vaso de vino que todo es mucho más sencillo. O mejor; aplíquese "el poder de lo simple", que brillantemente explica, Jack Trout, en el libro del mismo título. Si usted, distinguido lector, es vendedor, venda siguiendo los principios básicos de la venta, con sus 5 pasos. Céntrese, se lo ruego, se lo suplico, en las necesidades de su cliente. Mantenga una exquisita educación y profesionalidad, porque la única diferencia que debe vigilar con cada nuevo cliente, es la comunicación, corporal, paralangüística y verbal. ¡Comuníquese! Hable de persona a persona. De manera técnica o sencilla. El resto no cambia. Por los siglos de los siglos, amén. **Y dejemos que Marketing, la gente de Planificación, Dirección Comercial, los expertos en precios, hagan su trabajo, que para eso les pagan. Trabajo, por cierto, que les permitirá determinar qué tipos de cliente tendrá su marca, entre ellos a los famosos clientes de élite.**

Humberto García

Vendedor, pensador y formador de comerciales