

CLAVES PARA LA GESTION COMERCIAL EN LA PEQUEÑA EMPRESA

¿QUE ES VENDER?

Vender. Vender es una de las actividades más normales del mundo. Si tienes duda de ello, piensa que nadie negaría que su contrapartida, comprar, obviamente también lo es. Nos pasamos la vida comprando cosas, y disfrutando con ello. La sociedad de consumo se caracteriza por su ansia devoradora de completar el ciclo de comprar, usar, tirar, y volver a comprar. Por otra parte, nos encanta gastar dinero; cuanto más tenemos, más gastamos.

Entonces, ¿Por qué nos incomoda el mundo de la venta? ¿Por qué los vendedores nos parecen personas de dudosa reputación? Podría ser porque al vendedor siempre le acompaña un aura de charlatán cuyo objetivo es hacerte comprar. Y he aquí la cuestión: hacerte comprar es una coacción.

En realidad, **nosotros queremos comprar, y a la vez, no queremos que nos vendan**. Si compro, el control lo ejerzo yo. Si me venden, yo soy el controlado. Si entramos en un comercio con la clara pretensión de comprar algo, queremos que nos atiendan cuanto antes, mantenemos la mirada directa y caminamos con determinación. Si lo que queremos es mirar, lo cual no deja de ser un estado latente de intención de compra, miramos de soslayo, caminamos por los pasillos más seguros de la periferia y nos molesta que el vendedor se nos acerque como si fuéramos una presa.

Por lo tanto, he aquí servido el dilema para el vendedor, el cual se pregunta qué hacer. Si es agresivo, y se nota, sus jefes le respetarán y sus clientes no. Si es excesivamente inocente, sus clientes le adorarán y sus jefes no.

La mayoría de los técnicos aconsejan usar la táctica de la trampa del oso. Esto es, pones un cepto con dientes fuertes y afilados escondido en algún lugar. Es preciso que no se vea mucho y que no parezca un cepto, así que al cepto le llamamos asesor, comercial o agente en lugar de vendedor. Además, el cepto no muerde, sólo informa o aconseja. El cepto ha de estar quieto y disimulando, pero cuando cae la presa debe ser de una contundencia feroz. Por ello, las metáforas como la del embudo, la plaza de toros o la habitación con puertas cerradas son comunes en las técnicas de venta.

Evidentemente, el oso va aprendiendo, y cada vez es más diestro para detectar a los ceptos. Como venganza, **el cliente moderno es caprichoso e infiel**, y se deja querer por cualquiera que tenga una oferta mejor. Es su decisión comprarte a ti o a otro entre sus, cada vez mayores, alternativas. El cliente moderno aún es más cruel, así que acecha a los incautos vendedores, les saca la información que precisa para decidir bien, les arrancan el mejor precio y luego se van, sin remordimientos, a pensárselo.

Vender. Vender será lo más normal del mundo, pero eso no lo hace atractivo. Su recompensa más buscada es la pecuniaria, o sea, el dinero que puedes llegar a ganar si vendes mucho. Por otra parte, pocos trabajos te ofrecen la posibilidad de ser tu propia pseudo empresa, planificar tus acciones u organizar tu tiempo. Sin embargo, el peaje es alto. Debes tener una fortaleza admirable para aceptar los noes y volver a armar el cepo.

Vender ¿es algo más? Por supuesto. Las transacciones económicas son sólo una parte. **Se venden también cosas menos tangibles**, pero mucho más importantes. Se vende una idea, un proyecto, un currículum, un carisma; se vende un estilo de vida, un cuerpo ideal, una creencia religiosa, un lugar en el más allá; se vende una moda, un partido político, una reputación y se vende humo.

Esta última enumeración da sobradas razones para que un ciudadano normal se interese en conocer los mecanismos psicológicos, motivacionales y de otra índole que dan pistas de por qué el arte de vender es tortuoso para los no iniciados y gratificante para los bien formados.

Vendemos todos, vendemos de todo y vendemos a diario. Y siendo esto así, hemos de entender que lo contrario de vender no es no vender, lo contrario de vender es vender mal. Pregúntate si tus hijos te compran tus ideas sobre el colegio. Pregúntate si te iría mejor si, formado con las técnicas apropiadas, te sabes promocionar, a ti producto, con el mejor envase, con la mejor etiqueta, en la mejor estantería, en la mejor tienda, con el precio más interesante. Vender es vivir, así que vive y vende.

No es bueno dejar al azar algo en lo que te va tanto.

José Antonio Hernández