

Los 10 errores más comunes en la venta

Por Martín E. Heller - CEO de Heller Consulting

www.hellerconsulting.com

Martín E. Heller es fundador y presidente de Heller Consulting, consultor de empresas especializado en Gestión y Dirección Profesional de Ventas, con más de 35 años de experiencia en Argentina, USA y en América Latina. Es un reconocido capacitador y conferencista internacional. Su sitio: "La Venta Profesional" es considerado líder en la especialidad, destacándose además en la Calidad en Atención a Clientes y Pacientes.

Existe una generalizada mala praxis en el ejercicio de esta importante y vital profesión y esto no excluye a todo negocio, actividad y hasta a las grandes empresas.

Dicha mala praxis genera una serie de errores que todos podemos apreciar a diario simplemente al actuar como consumidores, tanto en la búsqueda de nuestra satisfacción a una necesidad como en la solución de un problema, al ser atendidos por vendedores "tradicionales" (calificación diplomática).

Lo que muchos empresarios, emprendedores y gerentes no tienen en cuenta ni toman conciencia respecto a que "la venta es una profesión" y por ello, ejercerla en forma improvisada tiene un alto precio que se paga permanentemente a través de:

- Pérdidas cotidianas de oportunidades de ventas,
- Baja producción de resultados periódicos e incertidumbre en su obtención periódica; y muy especialmente, aunque no siempre tenido en cuenta, por la:
- Pérdida de imagen de la empresa, sus marcas, productos o servicios por la mala praxis de sus representantes.

En caso de no rectificarse, es importante saber que dichos errores conducirán inexorablemente al fracaso de hasta los más promisorios negocios y actividades y que hubieran tenido un mejor destino si no se hubiera incurrido en ellos.

Sepamos que son muchos los errores que se cometen en la venta, pero si tuviéramos que elegir los diez más importantes, seguramente coincidiremos en los siguientes:

1. Creer que se puede vender solamente por desearlo

Poseer la predisposición natural hacia la venta, una personalidad sociable e influyente, una facilidad de expresión, etc., son elementos muy convenientes para ejercer la venta.

Sin embargo, creer que ello exige a un vendedor de capacitarse para un eficiente desempeño profesional es lo mismo que otro individuo puede creer que puede ser cirujano porque le gusta la medicina y tiene buen pulso pero sin estudiar nada sobre medicina y aprender las técnicas operatorias.

Aceptemos entonces que en toda actividad o profesión que podamos desear ejercer con idoneidad, además de "la vocación" se requiere de "la formación" para desempeñarse con eficiencia.

La una sin la otra sólo conduce a la improvisación con las consecuencias



Los 10 errores más comunes en la venta

Por Martín E. Heller - CEO de Heller Consulting

www.hellerconsulting.com

anteriormente descritas.

Por cierto, ¿usted dejaría que dicho cirujano improvisado intervenga en usted o en un familiar suyo en caso de requerirlo en una emergencia? Entonces, ¿por qué sacrificar ventas potenciales y conducir al fracaso a nuestro negocio, nuestras marcas, productos o servicios dañando a nuestros clientes actuales y potenciales?

2. Carecer de un buen producto o servicio

Todo producto y servicio requiere de un desarrollo previo a su lanzamiento y que está claramente descrito en el Marketing.

Nos referimos a su demanda potencial del mercado por las necesidades que satisface o los problemas que resuelve, a su diseño y desarrollo, al precio y condiciones en que será exitoso y rentable acorde a otros competidores directos o sucedáneos en el mercado, a la manera en que será promocionado, ofrecido y vendido para que resulte un verdadero negocio a lo largo de su vida útil.

Si bien muchas empresas y emprendimientos no complementan todas estas etapas de la mano de un profesional, al comenzar a través de "prueba y error + intuición + experiencia" se suele llegar a resultados satisfactorios mediante permanentes ajustes de cada estrategia.

Por tal motivo, lo importante aquí es establecer que si no se posee un producto o servicio que tenga una demanda potencial atractiva como para invertir en el proyecto, hasta el más eficiente vendedor profesional enfrentará serias dificultades para venderlo.

3. Desconocer el producto o servicio en términos de venta

Cuando se posee un buen producto o servicio, en los términos descriptos precedentemente, quien deberá ofrecerlo a sus potenciales compradores o usuarios, deberá saber describir sus beneficios en cada una de sus entrevistas.

¿Por qué decimos esto? Puesto que sólo a través de sus argumentaciones "a medida" de cada entrevistado y de sus necesidades o problemas reconocidos, podrá hacer que comprenda y visualice la escena en donde satisface o resuelve sus requerimientos cuando sea propietario o usuario del producto o servicio, respectivamente.

Tan importante es ello, que el mismo entrevistado sentirá encenderse en él la llama del deseo de ser propietario o usuario de ellos.

A pesar de ello, muchos vendedores no conocen en estos términos a sus productos y servicios. Y lo más grave es que salen todos los días a dar una pobre imagen de ellos mismos, de las marcas y de las empresas que deberían representar con idoneidad.

4. No haber leído nunca un buen libro sobre venta profesional

**Planifica HOY
TU FUTURO**
y MAÑANA
accederás a una
**"Renta Mensual
Vitalicia en Dólares"**



Tus ventas:
**¿Deseas generarlas
con productividad
todos los meses?**

Los 10 errores más comunes en la venta

Por Martín E. Heller - CEO de Heller Consulting

www.hellerconsulting.com

Asumamos en primer término que no poseemos una cultura orientada hacia la lectura.

Además del desarrollo mental generado por el conocimiento, el enriquecimiento del vocabulario que provee al lector son esenciales en la profesión de ventas.

En base a ello no puede obviarse la siguiente reflexión, ¿Conoce algún médico, contador, ingeniero, psicólogo, periodista, y todo otro profesional que jamás haya leído un libro en su especialidad?

Sin embargo, en la profesión de ventas este error resulta ser un comportamiento bastante generalizado lo que no sólo los priva de aprender de destacados profesionales de la venta sino que además les impide perfeccionarse y otorgarle riqueza y claridad oral a la importante gestión que realizan.

Los "best-sellers" en
Venta Profesional
hojéalos **GRATIS AQUÍ**

Suscríbete **GRATIS** a
HCNews
EI NEWSLETTER N° 1
en
VENTA PROFESIONAL

5. Carecer de una propia "metodología efectiva de gestión"

Si se desea alcanzar productividad periódica en las ventas, todo vendedor, emprendedor y empresario deben poseer lo que he denominado como "la propia metodología efectiva de gestión en ventas".

Dicha metodología es la que precisamente describe la manera operativa más directa y efectiva para lograr resultados de venta para los propios productos o servicios, según la estrategia aplicada.

Al carecer de ella y al no habérsela enseñado a ejecutar a todos los integrantes del equipo desde su inicio, cada vendedor hará lo mejor que su buen criterio y mejor saber o entender le sugiere, provocando así una heterogeneidad de métodos que no siempre responden a lo que sus directivos desean que se realice y generando disparidad de resultados, tanto en calidad como en cantidad.

Compruébelo usted mismo en su organización, simplemente cuando descubra que el 80% de los resultados sólo los obtiene el 20% de sus vendedores.

6. Contar con vendedores con perfil equivocado para la empresa y sus productos o servicios

No contar con un perfil de selección del vendedor ideal conduce inexorablemente a seleccionar representantes "a ojo" o "con olfato" como único instrumento decisorio provocando así errores que incrementan la rotación, los gastos de selección y capacitación, y lo que resulta más perjudicial aún: "deterioran la imagen de la empresa".

Sabemos que existen riesgos inevitables en la selección, pero sin un perfil previo se incrementa sensiblemente el riesgo de cometer errores que insumen muchos costos adicionales a la operación.

Por esta razón, toda empresa debe contar con el perfil de vendedor que responda al tipo de producto o servicio que vende, a la metodología de gestión de ventas, a la imagen de la empresa que se desea transmitir en



INSCRÍBETE AHORA

Curso de
**Venta Profesional
a Distancia**
por Martín E. Heller

y descubre cuánto más
podrás vender



Los 10 errores más comunes en la venta

Por Martín E. Heller - CEO de Heller Consulting

www.hellerconsulting.com

7. Creer que no es necesario capacitar a los vendedores

Varias experiencias de capacitación deficientes para lo que se necesitaba aprender conceptualmente y a ejecutar con destreza, pueden conducirnos a este error. Así es cuando se llega a considerar a una capacitación como un gasto en lugar de ser la mejor inversión.

Por este erróneo criterio se comete otro error bastante generalizado y que consiste en tomar vendedores con mucha experiencia puesto que de esta forma se evita el gasto de capacitarlos.

Más de 35 años de experiencia en la especialidad permiten asegurar que la formación inicial y "a la medida" del desempeño que deberá realizar cada vendedor constituyen la mejor inversión que se recupera ampliamente con los resultados que obtendrán con calidad y productividad desde el comienzo de su gestión.

La capacitación inicial, que incluya todos los aspectos teóricos y prácticos para desarrollar eficientemente la metodología efectiva de gestión de la organización resulta esencial para comenzar una gestión productiva desde el inicio, y antes de salir a contactar a los clientes.

Asimismo, es el proceso apropiado para detectar los vicios propios de quienes hayan tenido otra u otras experiencias de venta en empresas. De no filtrarse en esta etapa inicial, es muy probable que los vicios se transfieran como un virus a los restantes vendedores, perjudicando la calidad y productividad de la gestión.

¿En qué capacitarse? Precisamente en el conocimiento de los productos o servicios para su venta, los de su competencia, en la manera más sutil de argumentarlos, en Técnicas Profesionales de Venta para conducir exitosamente sus entrevistas y lograr efectividad para cerrar, en la "metodología efectiva de gestión de la empresa", en los procedimientos para ingresar cada venta y en la manera de reportar su gestión, registrar lo acontecido con cada entrevistado y en organizarse para hacer altamente productivo cada día de trabajo.

Por todo ello se comprenderá que no existe un curso para todos sino un curso para cada empresa, a la medida de sus productos, servicios, metodología de gestión, valores y principios, entre otros importantes aspectos. Es decir que, el buen curso de ventas es solo aquel que se diseña a la medida de cada organización.

8. Estar desactualizado en la profesión y en las novedades del mercado en que se actúa

La actualización es lo único que proveerá la vigencia, eficacia y prestigio a cada profesional. Esto es aplicable a todas las profesiones y la venta está incluida en esta afirmación.

Nuevas formas de presentación, tendencias en el mercado, medios de comunicación, técnicas de venta, procedimientos efectivos para el



Los 10 errores más comunes en la venta

Por Martín E. Heller - CEO de Heller Consulting

www.hellerconsulting.com

seguimiento, etc., son sólo algunos de los aspectos que todo vendedor deberá procurar estar actualizado permanentemente.

Hacer de ello un culto es lo único que evitará perder ventas por carecer de la información más actualizada de lo que acontece en el mercado en que se opera. Nuevas tendencias, nuevos productos y servicios de la competencia, preferencias cambiantes en sus consumidores, etc., para señalar algunos de ellos. Y hoy en día sabemos que una de las principales fuentes de información pasa por Internet con un acceso libre a toda fuente que provea la información adecuada para nuestra actividad.

Actualización es sinónimo de profesionalismo y cultura, por lo que quienes la cultive tendrán una increíble serie de oportunidades para hacer más número de operaciones exitosas cada día.

Los "best-sellers" en
Venta Profesional
hojéalos **GRATIS AQUÍ**

9. Carecer de un líder que brinde soporte y perfeccionamiento constantes a los vendedores

La profesión del vendedor requiere de una supervisión, seguimiento y perfeccionamiento permanentes con el fin de llegar a producir los resultados con calidad y en la cantidad deseada en cada periodo del año.

Sin una persona que desempeñe este importante rol en el equipo de ventas es igual que un buen conjunto de excelentes jugadores de fútbol sin un buen director técnico.

El perfil del gerente, supervisor o responsable a cargo del equipo deberá ejercer dicho rol con liderazgo, señalándoles siempre el mejor y más efectivo camino a seguir en todo momento con ese propósito.

Convengamos que el liderazgo no se adquiere por el título sino que se gana cada día por sus aciertos en las decisiones diarias, lo que a su vez proviene de sus amplios conocimientos y ricas experiencias en ventas.

La atención y resolución justificada de cada conflicto, le confiere un sólido respeto que obtendrá cuando provenga de su sólida experiencia en la especialidad y de su buen criterio para solucionarlos.



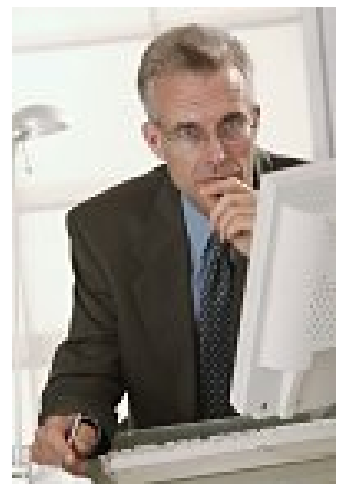
10. No tener en claro por qué no se vende más

Esta situación es muy riesgosa y se asemeja a lo que ocurre cuando debemos conducir nuestro automóvil por una ruta cubierta por una espesa niebla.

Cuando no existe claridad acerca del por qué no se vende más, lo común es optar por solo una de las tres situaciones posibles:

- No hacer nada al respecto, creyendo en algún momento esto mejorará
- Ejercer una alta presión en los vendedores y en el gerente de ventas para que logren los resultados previstos
- Hacer un objetivo diagnóstico de la gestión y desarrollar una eficiente solución a los inconvenientes o desvíos detectados.

Al analizar detenidamente dichos comportamientos seguramente coincidiremos en que los dos primeros no solucionan los aspectos operativos que nos limitan para alcanzar los resultados deseados puesto



Los 10 errores más comunes en la venta

Por Martín E. Heller - CEO de Heller Consulting

www.hellerconsulting.com

que lo postergan sin resolver o se insiste en profundizarlos.

Cuando tenemos una dolencia física sabemos que lo que no deberíamos hacer (aunque solemos hacerlo) es automedicarnos sin recurrir a un médico de confianza que, luego de efectuar apropiados análisis, pueda diagnosticar la causa y la mejor solución para recuperar nuestra salud.

También, cuando deseamos lograr rentabilidad en nuestro negocio, lo conveniente es recurrir a especialistas que puedan aportarnos soluciones contables, impositivas, productivas, legales y operativas para lograr este propósito.



Conclusiones

Todos cometemos errores. En nuestra condición de seres humanos perfectibles, debemos aceptar que si bien errar es una forma muy reconocida de aprender con solidez, reconozcamos que ello ocurrirá especialmente si existe la capacidad de autocrítica, la humildad y la intención de mejorar para no volver a cometerlos.

La lectura de este artículo nos ha permitido descubrir los diez errores más comunes de la venta y cuál o cuáles de ellos están presentes en nuestra gestión, dando así el primer paso positivo para poder detectarlos.

Sepamos también que, si bien es positivo, sólo se eliminarán o mejorarán nuestros errores si se toman las acciones apropiadas para cada caso en particular con el fin de evitar sufrir los perjuicios económicos y de imagen que representan para la empresa, sus directivos, sus productos y servicios.

El siguiente paso está en usted, en la intensidad de su deseo de mejorar su gestión de ventas y en su determinación de comenzar a beneficiarse de los beneficios que ello le proveerá cuando usted y su equipo la ejerzan profesionalmente.



©Copyright 2009, by Martín E. Heller

Referencias bibliográficas:

- **Claves para una venta exitosa**, por Martín E. Heller
- **La Venta Profesional y La Venta Profesional Minorista**, por Martín E. Heller
- **Fortalezas para La Venta Profesional**, por Martín E. Heller

AUTORIZACIÓN DE ©COPYRIGHT: Este artículo puedes compartirlo, enviando el presente archivo PDF a todos tus contactos y amistades. Se autoriza su publicación en sitios Web siempre que se preserve su contenido total y todos los links insertados en el archivo.