

Para desarrollar con éxito una carrera de ventas existen tres requisitos básicos: entrenamiento, disciplina y dedicación. No menos importante es saber vencer los obstáculos que se le presenten, algunos propios de la profesión y otros propios de la persona.

Los miedos del vendedor

Lic. Augusto D. Berard

Consultor de empresas
a.berard@pampamarketing.com



La profesión de ventas requiere entrenamiento, dedicación y disciplina. Los clientes no siempre llaman o compran los productos por decisión propia, por lo que es necesario salir a conquistarlos en el mercado.

Siempre hay clientes para todo aquel vendedor que sabe buscarlos y encontrarlos. Las oportunidades están presentes pero solo para aquellos que están preparados para descubrirlos y explotarlos.

Esta búsqueda de oportunidades conlleva afrontar situaciones no gratas y hay que saber manejar las mismas, para que no produzcan conflictos en la vida personal del vendedor.

Uno de los miedos más comunes que debe superar el vendedor es el miedo al rechazo. El miedo paraliza y angustia. Es un sentimiento natural del ser humano, que tiene raíces profundas y que permite la supervivencia de la especie.

Experimentar miedo ayuda a salvar situaciones cotidianas, que nos permiten vivir y avanzar. El miedo alerta frente a los peligros. Hay otros miedos que afectan a todo buen vendedor, como el miedo al ridículo o el miedo a quedar mal.

Hoy vamos a detallar los más comunes y a brindar algunas ideas que permitan superarlos.

Miedo al rechazo

La venta no es una ciencia exacta y no existen fórmulas mágicas que aseguren los resultados de las gestiones de los vendedores. Existe un universo amplio de situaciones que no son medibles y predecibles, que determinan el éxito o el fracaso de una gestión de ventas.

Es por ello que los vendedores deben estar preparados para fallar o para ser rechazados.

El rechazo es la no aceptación de la propuesta comercial o el fracaso de la venta no cerrada.

No debe tomarse la falta de interés o el rechazo por parte de los potenciales clientes a la oferta como algo personal. El cliente no rechaza a la persona que le está haciendo una propuesta de negocios. Rechaza el negocio o el producto.

Es muy importante saber diferenciar y entender este proceso.

Como dijimos antes, frente a la posibilidad de rechazo, hay personas que se paralizan y prefieren no hacer nada. Se escuchan a menudo frases como "no sirvo para vender", "la venta no es lo mío", "soy tímido y no podría ser vendedor nunca", y otras variantes de las mismas. Estas frases escoden el verdadero motivo: el miedo al rechazo.

Vender es comunicar y también es escuchar las necesidades del otro para poder satisfacerlas con un producto. Este proceso involucra al dinero como moneda de cambio.

Las ventas se alcanzan con trabajo profesional y sistemático. Se atraviesan muchos rechazos y muchos "no" para alcanzar una venta. Según la complejidad del producto o del proceso de ventas, puede haber mayor o menor cantidad de rechazos.

Cuanto más difícil es vender un producto,



"Experimentar miedo ayuda a salvar situaciones cotidianas, que nos permiten vivir y avanzar."

El miedo alerta frente a los peligros. Hay otros miedos que afectan a todo buen vendedor, como el miedo al ridículo o el miedo a quedar mal"

más alta es la comisión por ventas que se puede alcanzar.

Uno de los productos más difíciles de vender es el seguro de vida. Para vender pólizas de seguro de vida hay que estar preparado para afrontar cien "no" frente a un solo "sí". Es cuestión de estar muy bien preparado y convencido para poder triunfar en este tipo de venta directa. Las comisiones alcanzan o superan, el primer año, de toda la prima cobrada. Es decir, el vendedor gana todo lo que paga el cliente durante el año y la compañía comienza a cobrar recién de los primeros 12 meses de contrato.

El rechazo no es hacia la persona del vendedor. El cliente no conoce personalmente al vendedor. Rechaza el producto o servicio, por múltiples razones.

La clave es perseverar y ser creativo al momento de presentar la oferta, para que esta sea diferenciada y muy atractiva.

Miedo al ridículo

La venta de cierta clase de productos puede hacer que el vendedor se sienta ridículo y que no salga a buscar clientes, precisamente para no hacer el ridículo frente a terceros.

Los productos industriales o los productos técnicos requieren capacitación intensiva para poder responder las preguntas y objeciones que plantean los clientes.

Para minimizar el miedo al ridículo, hay que estudiar en detalle el producto y conocer todas las ventajas y utilidades que éste brinda.

Si aparece alguna cuestión, al momento de la presentación, que excede el conocimiento del vendedor, lo mejor es decir la verdad o decir que no se sabe. No hace falta mentir o exagerar.

Reconocer la falta de conocimiento es una buena señal para el cliente y denota humildad y respeto. No hay que mentir si no se sabe. Es muy probable que se haga el ridículo si se habla sin saber.

Miedo a pedir el dinero

Es muy común escuchar a los vendedores que mencionan que fallan en el cierre de la venta y que no se animan a pedir el dinero. Este miedo se basa en conceptos culturales y en la educación familiar que

cada ser humano ha recibido.

A los chicos, los padres les prohíben pedir o aceptar dinero de familiares o de desconocidos. Está mal visto que así sea y se cuida al niño de potenciales peligros.

Según las sociedades, el miedo al dinero y a la posibilidad de acumular dinero es algo que se puede analizar. Hay infinidad de análisis y estudios de sociólogos sobre el tema. El dinero, para muchas personas, es algo malo, algo que perjudica las relaciones humanas y el causante de grandes desastres. Por dinero el ser humano mata, roba, engaña y también trabaja.

Cuando se vende, hay que saber pedir el dinero y vencer el miedo. Sin dinero, no hay venta.

Muchos clientes astutos se abusan de la falta de entrenamiento y capacitación de los vendedores y compran productos sin pagarlos. O los pagan como quieren y cuando quieren.

El dinero no es malo. Tampoco es bueno. Solo es dinero y hay que darle solo la justa dimensión que tiene.

Los miedos al dinero también tienen raíces religiosas o de fe. Hay muchas religiones en las cuales el dinero se asocia con el mal y con el diablo o demonios. Todas estas creencias pueden estar presentes al momento de vender e influir en los resultados a alcanzar.

Siempre es bueno detenerse durante la jornada laboral y meditar sobre los comportamientos y caminos por los que se está transitando.

Analice cuantas veces ha tratado con gente o con clientes y no se animó a pedir el dinero. Se dará cuenta que es un punto a mejorar y a practicar para superarlo. Pida el dinero a sus clientes y se lo darán. Así de simple.

Muchas veces no se vende por el solo hecho de haber tenido miedo a pedir el dinero que el cliente estaba dispuesto a entregar.

Miedo al éxito

El éxito también crea miedos que paralizan.

Las ventas permiten alcanzar todos los objetivos materiales que uno se proponga.

El vendedor trabaja por las comisiones y no por un sueldo seguro a fin de mes. El vendedor sabe que si vende, obtendrá la comisión por la venta y la satisfacción de haber alcanzado un objetivo.

La venta permite ganar en poco tiempo

lo que un empleado puede ganar en toda una vida de trabajo rutinario y sin desafíos. Cuando el vendedor reconoce que puede lograr todo lo que se proponga, aparece el miedo al éxito.

Las frases que suenan en su mente podrían ser las siguientes: ¿Qué pasaría si gano 1 millón de dólares? ¿Tendría problemas con mi familia, amigos o compañeros de trabajo? ¿Seguiría siendo el mismo o cambiaría mi personalidad?

Para alcanzar grandes sumas de dinero hay que estar preparado. El dinero que llega fácil y también se va fácil, si no se lo sabe gestionar y mantener.

El éxito no solo es lograr dinero. También hay miedos por ser ascendido en la empresa.

Miedo a lo desconocido

Para vender hay que salir a la calle y enfrentar situaciones nuevas todos los días. Situaciones desconocidas, personas y lugares desconocidos. Las oportunidades están siempre presentes, pero requieren ser descubiertas.

Ir a zonas alejadas a buscar clientes demanda superar el miedo a lo desconocido. Vender es una experiencia maravillosa que requiere de un fuerte espíritu, conquistador y de mucha valentía para superar los miedos.

Estos siempre están dentro del ser hu-



“Tener miedo es algo natural y propio de todo ser humano.

El miedo permite estar alerta y hace que podamos vivir en un mundo lleno de peligros.

El miedo debe ser controlado y hay que saber manejarlo, sin que entorpezca nuestras vidas”

mano. Saber afrontarlos y superarlos es la clave para avanzar en todos los aspectos de la vida. Muchas veces los vendedores deben viajar a otras ciudades u otros países y para ello, tienen que superar los miedos a lo desconocido.

Planificar e investigar previamente los lugares o los potenciales clientes que se van a ir a visitar permite esclarecer las situaciones que la imaginación no puede y ayuda a superar el miedo a lo desconocido. También compartir experiencias o consultar a personas con más experiencia es una herramienta válida para avanzar.

Miedo al fracaso

Fracasar es rendirse sin haber peleado. También es rendirse habiendo peleado y perdido una batalla. Fracasa el que se deja llevar por la corriente y el que pierde las ganas de vivir a pleno cada día.

El miedo paraliza. Está quieto y escondido, permite lograr sentimientos de seguridad, aunque sea por un corto plazo.

El vendedor siempre busca nuevos desafíos para superarse y crecer. El miedo al fracaso se combate haciendo; se combate con acción y siguiendo para adelante, a pesar de las caídas.

Perseverar y no rendirse jamás. No existe el fracaso, para todo aquel que sigue intentando.

Conclusión


Tener miedo es algo natural y propio de todo ser humano. El miedo permite estar alerta y hace que podamos vivir en un mundo lleno de peligros. El miedo debe ser controlado y hay que saber manejarlo, sin que entorpezca nuestras vidas.


La profesión de ventas demanda afrontar diariamente cientos de miedos para poder cerrar negocios y tener éxito. No es tarea para todos. Hay que estar preparado para recibir muchas negativas y para persistir a pesar de todo.

Espero haber sido de utilidad y recibir los comentarios de los lectores, que siempre son bienvenidos. Es un gusto poder compartir mis ideas en este espacio y estar en contacto con ustedes. Quedo a su disposición ■

Si no posee los capítulos anteriores de esta sección, puede descargarlos todos ingresando a: www.rnds.com.ar



 **Consultora de empresas de seguridad y capacitación de vendedores.**

 **Integrada por profesionales con más de 20 años de trayectoria y experiencia.**


Pampa Marketing
Marketing y gestión de empresas

info@pampamarketing.com
www.pampamarketing.com