



## Consejos de verdaderos expertos

4

NÚMERO

*En días pasados participé en una reunión dedicada a la revisión de los resultados del primer semestre de un equipo de ventas y la planeación para el segundo. El equipo incluía ejecutivos especializados en la venta a comercios, otros que atienden a distribuidores y un tercer grupo que vende a fabricantes.*



Después de escuchar y ver durante horas datos presentados en Power Point, me tocó hacerme cargo de la sesión.

Para facilitar el cambio de tema, puse una dinámica que metió a los vendedores en una situación en la que tenían que dialogar entre sí, ponerse de acuerdo y entrar en acción. Durante el ejercicio, noté que algunos se desempeñaban con energía, optimismo y entrega, mientras que otros mostraron poco interés y ánimo.

Como segundo paso, pedí a los vendedores hablar acerca de su trabajo.

Los resultados de nuestro diálogo fueron tan

extraordinarios que decidí compartirlos con los lectores de **e-Trato Hecho**.

Al final de los ejercicios, los miembros del grupo elaboraron tres consejos para sí mismos:

1. **Fija metas.**
2. **Céntrate en los clientes.**
3. **Cuida tu actitud.**

En este número de **e-Trato Hecho** presentamos las recomendaciones del equipo respecto a fijar metas. En los próximos boletines, presentaremos las conclusiones respecto a “**céntrate en los clientes**” y “**cuida de actitud**”.

*La primera pregunta que hice al grupo fue:  
¿qué es lo que más les gusta de su trabajo de ventas?*

*Enseguida, una vendedora respondió con estas palabras:  
A mí me gusta poner mis propias metas de trabajo.*

*Inmediatamente, varios expresaron su desacuerdo.  
Tú no pones tus metas, tu gerente de ventas las fija.*

*Respondió la vendedora:  
Mi jefe me fija una cuota anual. Nada más.  
Yo pongo las metas respecto a cómo alcanzarla,  
a quién visito, cuándo y qué le vendo y muchas otras cosas.  
Esto es lo que más me gusta del trabajo en ventas.*

Aproveché su respuesta para invitar al grupo a pensar en el tema de las metas y los participantes desarrollaron los comentarios que aparecen a continuación.

## Metas

Algunas personas consideran que las metas son temas grandes que señalan hacia dónde queremos ir o qué queremos lograr (por ejemplo, la cuota anual), y que la palabra “objetivo” significa acciones específicas enfocadas a resultados determinados dentro de plazos de tiempo definidos. Otras personas piensan que metas y objetivos son sinónimos. Para evitar problemas de terminología, **el grupo decidió usar la palabra meta en ambos sentidos: proyectos grandes y también acciones específicas y limitadas.**

### Elaboraron dos consejos:

1. **No confundir la meta global (la cuota anual) con el trabajo del vendedor.** Su trabajo es convencer a sus prospectos y clientes y venderles. Cumplir la cuota anual es el resultado de un año de trabajo, no el trabajo en sí.
2. **Conviene crear muchas pequeñas metas que impulsen el avance en lugar de “obsesionarte”** (palabra escogida por el grupo) **por la cuota global. ¿Por qué?**
  - a. **Las metas te llevan a la acción y concentran tu atención en actividades específicas y prácticas que producen los resultados.** Por ejemplo, una de tus metas podría ser: En el mes de julio, voy a vender a dos usuarios (clientes) productos que no usan actualmente.

**b. Conviene crear metas relacionadas con distintos temas específicos y limitados**, como: la planeación de tu trabajo, la planeación de las visitas individuales, la prospección, la venta de productos nuevos, el crecimiento en las cuentas donde ya tenemos

ventas, conocer mejor a las personas que entrevistamos y las organizaciones donde trabajan, el manejo del tiempo y de las prioridades, conocer a personas adicionales que influyen en las decisiones en las organizaciones grandes, documentar la información de una manera estructurada que facilite el desarrollo de estrategias para influir y convencer, etcétera.

La estrategia más efectiva para cumplir la meta anual es mejorando aspectos de tu metodología de trabajo o ayudando a tus clientes a dar muchos pequeños pasos hacia adelante contigo.

**c. Cada vez que se cumple una meta es como anotar un gol en el tablero.** Señalar un avance siempre es motivo de celebración. Al festejar el logro, alientas tu estado de ánimo y se reafirma tu autoestima.

***Cada "gol" recarga tu pila interna.***





Si la libertad para establecer tus propios esquemas y planes de trabajo te motiva, sugerimos escoger dos o tres aspectos de tu trabajo que te conviene fortalecer y fijar metas para hacerlo. Piensa en acciones prácticas y pon fechas límite. Siempre ten en cuenta que un pequeño número de planes de acción es un buen antídoto al riesgo de trabajar sin enganchar el cerebro, lo que te puede llevar a estancarte. ¿Qué aspectos de tu trabajo te gustaría robus-

tecer? Anota dos o tres metas. Verás que sirven para centrar tu atención en acciones que pueden contribuir a tu éxito y que te darán motivo para celebrar.

En el próximo número de **e-Trato Hecho**, presentaremos el segundo de los tres consejos que elaboró el grupo de expertos, es decir, los vendedores de las tres divisiones de una empresa exitosa.

*Les desea buenas ventas,  
John Fischer*

*Visítenos en*  
**www.TOPLINEconsulting.com.mx**

---

**¿Quiere enviar este número del boletín e-Trato Hecho a colegas?**

Haga clic en el botón reenviar en el menú de su administrador de correos.

**Desea conocer números anteriores de e-Trato Hecho** de un clic AQUÍ.

**Si no desea recibir e-Trato Hecho**, haga clic aquí para cancelar.