

## Dos trabajos para cultivar la credibilidad de tu nueva imagen

**E**n el último número de **e-Trato Hecho**, escribí acerca de la importancia de diseñar tu imagen, de crearla de forma deliberada y consciente que comunique lo que quieres tomando en cuenta tus metas personales y profesionales, tus valores, estilo personal, fortalezas, las expectativas de tus clientes y otros factores.

Este número de **e-Trato Hecho** es una respuesta a un lector que me envió el siguiente mensaje.

*Me atrae la idea de “diseñar” una imagen que me sirva para caer bien a mis clientes, pero en cuanto a eso no creo que “querer es poder”. Quisiera proyectar la imagen de que soy un buen vendedor, capaz de ayudar a mis clientes. Sin embargo, no sé si ellos me verán así, a pesar de cómo me vista, cómo los salude o cómo les hable.*

### DOS TRABAJOS

Mi astuto lector tiene razón. El simple hecho de decidir comunicar un determinado mensaje no asegura que se pueda hacer. Veremos que tenemos que trabajar en dos frentes para proyectar una imagen de éxito. Lo primero que hay que hacer es poner en orden la casa; luego hay que representar el papel.



Lo que la gente piensa acerca de una persona depende de lo que ha hecho en el pasado. Como una cuenta en el banco, su credibilidad e imagen dependen de sus acciones en el pasado. Su saldo en determinado momento (su imagen) es el resultado de lo que ha depositado a lo largo de la relación (sus acciones).

Ahora bien, si tú como vendedor te animas a diseñar una imagen de éxito, tienes que cuidar la congruencia entre la imagen deseada y tus palabras y acciones. Dicho de otra manera, “el audio tiene que corresponder al video”.

El trabajo de diseñar y comunicar una imagen que resulte atractiva para otros es un proceso similar al de un programa de autodesarrollo. Para empezar, la persona plantea y responde de manera sincera preguntas como las si-

guintes con el fin de clarificar sus propias ideas y de conocerse mejor:

1. **¿Por qué estás en ventas?** ¿Qué tan importante es el dinero, la oportunidad de ayudar a otros, relacionarte con las personas, trabajar de manera bastante independiente, demostrar a otros de lo que eres capaz, superar obstáculos y enfocarte en resultados prácticos? Además de algunas de estas cuestiones, ¿qué otras cosas te motivan a buscar el éxito por medio de las ventas?

Para empezar, jerarquiza estos y otros “motivadores” en una lista. Coloca el que consideres más valioso en el primer lugar y continúa con los demás en orden de importancia.

2. **¿Qué ofreces a tus clientes?** Una ca-



dena de pizzerías hace esta promesa: “Si tu pizza no es entregada en 30 minutos o menos, será gratis”. ¿Tú qué promesas a tus clientes?

3. **¿Cuáles son tus valores?**

Los valores son principios que



ayudan a las personas a tomar decisiones. Orientan la conducta. Cuando las personas tienen claros sus valores, saben qué decir y qué hacer. Nuestra credibilidad personal es el resultado de la armonía entre nuestras acciones y nuestras palabras.

**EJEMPLOS DE VALORES:** Apoyar a mi familia, servir a los demás, ser honesto, ganar mucho dinero, ser mejor que los demás, aprender, obtener resultados concretos, quedar bien, desarrollarme profesionalmente, ser responsable, siempre ganar, innovar, ser aceptado por otros, ser constante, demostrar estabilidad e independencia, colaborar con otros, cumplir mis promesas, mantenerme saludable, destacar, promover la armonía entre las personas.

Te sugerimos elaborar la lista de tus valores y escoger los siete más importantes.

Si preguntáramos a los clientes que te conocen y que han observado tu conducta cuáles son tus valores, ¿crees que nombrarían los mismos que tú anotaste?

4. **¿Cuáles son tus fortalezas?** Tus capacidades hicieron posibles tus éxitos pasados y te llevarán a alcanzar otras metas. Pero ¿sabes cuáles son tus fortalezas?

He aquí algunos ejemplos de fortalezas: Estoy genuinamente comprometido con el éxito de mis clientes, soy constante, soy persistente, conozco bien nuestros productos, tengo relaciones de confianza con mis clientes, soy ambicioso, los retos me inspiran, soy buen escucha, me



interesa conocer lo que pasa con mis clientes, soy bueno para documentar

la información que obtengo de los clientes, soy persuasivo, no tengo miedo de actuar, mis clientes confían en mí, no me rindo fácilmente, soy analítico, conozco bien las fortalezas y debilidades de la competencia, soy paciente, soy tolerante, soy exigente, me adapto, no me aparto del camino que he escogido, estoy absolutamente decidido a cumplir mi cuota de ventas.

Te sugerimos anotar siete o más fortalezas tuyas y reflexionar sobre cómo las aprovechas en tu trabajo.

5. **¿Qué metas personales y profesionales deseas alcanzar?** Las personas más exitosas tienen metas claras y específicas que los inspiran y que dan significado a sus esfuerzos. Los que no han definido sus metas simplemente tienen una “chamba”.

### PONER LA CASA EN ORDEN

Volviendo al comentario del astuto lector, habría que recordar que lo que llevamos dentro influye en lo que los demás observan en nosotros. Detrás de las acciones que observan las otras personas, están nuestros pensamientos, actitudes, motivadores, valores, fortalezas y aspiraciones.

Conviene:

- Tener en cuenta lo que nos gusta, lo que disfrutamos y lo que nos motiva del trabajo de ventas.
- Reconocer el valor que ofrecemos como vendedores a nuestros clientes. Debemos sentirnos orgullosos de ello.



- Estar conscientes de nuestras fortalezas, cuidarlas y cultivar otras.
- Cultivar y afianzar valores que sirven para orientar nuestras actitudes, palabras y acciones.

La buena noticia es que, como seres humanos, podemos escoger nuestros propios pensamientos; podemos introducir nuevos esquemas, fortalecer los que ya tenemos y que nos apoyan, y echar fuera los que no contribuyen a la imagen que queremos proyectar.

### JUGAR EL PAPEL

Antes de tener todo clarificado y perfeccionado, podemos empezar a jugar el papel usando las conductas que comunican nuestra nueva imagen. Por ejemplo, si a pesar

de un poco de “pánico escénico”, camino hacia el cliente o prospecto usando un lenguaje corporal que comunica seguridad, y si lo saludo con un tono de voz firme y lo miro directamente, mi mente percibe esta confianza y las acciones “convencen” al cerebro. El uso de conductas que comunican optimismo, capacidad, entusiasmo y confianza “influyen” en la mente del vendedor y también en las de sus clientes.

Nuevamente, vemos la importancia de cultivar consciente y deliberadamente una imagen de éxito. Para hacerlo, conviene trabajar ciertas cosas internas y empezar a jugar el papel, es decir, usar conductas verbales y corporales que comunican los mensajes de la nueva imagen.



**¿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,** haga clic Aquí.

**¿Quiere mantener actualizados a tus compañeros?**

Regáleles una suscripción gratuita de

**e-Trato Hecho**, el boletín electrónico de **TOP LINE Growth Consulting** creado para vendedores y promotores. Envíenos sus nombres y direcciones, haz clic Aquí.

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

**Visítenos en**  
**[www.TOPLINEconsulting.com.mx](http://www.TOPLINEconsulting.com.mx)**