

Descubriendo al vendedor que llevamos dentro

Todos somos vendedores. Vender es un arte al alcance de cualquiera.

José Manuel Vega

Todos llevamos un pequeño vendedor dentro ¿o acaso no has ligado nunca? Por un motivo u otro es aconsejable conocer las técnicas de venta, compra y negociación, dado que las utilizamos a diario, aunque no nos demos cuenta. José Manuel Vega es un experimentado ejecutivo de ventas que en *Todos somos vendedores* nos desvela los secretos del comercio y el marketing, y nos enseña los trucos de la profesión de vendedor.



ENTREVISTA A JOSÉ MANUEL VEGA

El título del libro parece echar por tierra esa frase tan manida: "yo no valgo para comercial".

¡Por supuesto! Todo el mundo puede ser un buen comercial si lo pretende. Como cuento en el libro, cada día todos actuamos como vendedores no sólo en nuestra vida profesional, sino también en la personal: vendemos ideas a nuestros amigos, vendemos nuestro trabajo al jefe, vendemos ilusiones a nuestra familia o sentimientos a nuestra pareja. Tenemos que ir enterrando de una vez la manoseada figura del "vendedor de crecepelo" para asumir que la capacidad comercial y de relación con clientes es el complemento ideal para cualquier profesión. Como en cualquier otra actividad, la venta se puede aprender, practicar y potenciar con motivación e interés.

¿Cuáles son las cualidades que debe reunir sí o sí un buen vendedor?

Lo más importante es una mezcla entre don de gentes, simpatía y energía positiva. Un vendedor debe ser alguien que emane buen rollo y que haga sentir bien a los clientes. Pero no sólo se vende con simpatía: el buen vendedor es aquel que conoce y domina el producto que representa. Por eso hay mucha demanda de ingenieros, arquitectos o médicos con aptitudes de vendedor. En mi opinión, un perfil profesional que combina a 50% conocimiento técnico especializado con capacidades comerciales, es imposible que esté en el paro. Todas las empresas saben que un técnico que sa-



be vender es una mina de oro y por eso se los rifan.

Y por el contrario, ¿la líneas rojas que nunca se deben de traspasar en una venta?

En los años previos a la crisis se cometieron muchas tropelías con el único objetivo de subir las ventas, en especial en sectores como la construcción, la obra civil o el mundo inmobiliario. Basta con leer cualquier periódico para darte cuenta de cómo se hacían los ne-

gocios hasta el 2007: comisiones, sobres, regalos, viajes, ... Esas son las líneas que no deberíamos superar. Tomarnos un café con un cliente o comer juntos es un buen momento para construir una buena relación de confianza. Tener algún detalle por Navidad o en alguna fecha señalada creo que también es muy interesante. Pero cerrar una venta en un puticlub está completamente fuera de lugar. Creo que el sentido común es lo que se perdió durante esos años y

ahora lo estamos recuperando.

¿Qué es más sencillo: que un buen vendedor venda un mal producto o que un mal vendedor venda un producto excelente?

Sin duda es mucho más fácil que un buen vendedor venda un mal producto. Hay infinidad de ejemplos. De hecho, lo habitual es que consumamos productos medianos que han sido inteligentemente comercializados por buenos vendedores o departamentos de marketing. Son pocas las empresas que combinan productos y servicios excelentes con métodos de venta excelentes, pero las que lo consiguen, se comen el mercado. Así que si tuviera que elegir, prefiero un buen equipo de vendedores antes que buenos productos.

Las ponencias sobre tu libro no dejan indiferente a nadie por tu estilo desenfadado y directo.

Durante unos 20 años estuve involucrado en varias bandas de rock, así que tengo mucho escenario. Por eso intento trasladar la energía y la fuerza de aquella experiencia a las presentaciones y conferencias, aportándole ese punto de "show". Intento contar las cosas como son, con un lenguaje directo e intentando que la gente disfrute con detalles y perspectivas que a veces les han pasado desapercibidos. Me encanta cuando alguien se acerca y me dice que se ha divertido mucho porque si el mensaje es divertido, cala mucho más profundamente.