

Inés Torremocha

La vida es venta

Claves para gestionar las emociones
y maximizar tus ventas

Descubre los secretos de la venta emocional: potencia tus fortalezas, identifica tus debilidades y conviértelas en oportunidades de negocio

Inés Torremocha

La vida es venta

Claves para gestionar las
emociones y maximizar
las ventas

© 2018, Inés Torremocha Arroyo

© Editorial Planeta, S.A., 2018

© de esta edición: Centro de Libros PAFP, SLU.

Alienta es un sello editorial de Centro de Libros PAFP, SLU.

Av. Diagonal, 662-664

08034 Barcelona

www.planetadelibros.com

ISBN: 978-84-16928-90-3

Depósito legal: B. 18.856-2018

Primera edición: septiembre de 2018

Preimpresión: gama sl

Impreso por Artes Gráficas Huertas, S.A.

Impreso en España - *Printed in Spain*

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

Sumario

Introducción	15
--------------------	----

GESTACIÓN

1. ¿Quién ERES?	27
2. ¿Qué sabes hacer?	31
3. Orgullo de pertenencia: en tu piel	38
4. Aceptación	43
5. Prepárate a lo grande	50

PARTE I: EL PROCESO DE LA VENTA NACE

1. Desordénate correctamente	65
2. Cada visita es única	71
3. En ventas NO existe la casualidad	78

4. «DiferenciACCIÓN», foco y amor	84
5. Estar al servicio no es servilismo	95
6. Ajuste de expectativas	101
 PARTE II: EL PROCESO DE LA VENTA CRECE	
1. Pregunta, incluso desde el silencio	121
2. Tus competidores, al mismo lado que el miedo	133
3. Manipular vs. motivar	139
4. Hazlo o no lo hagas, pero no lo intentes	145
5. No inviertas con el corazón	150
 PARTE III: EL PROCESO DE LA VENTA SE REPRODUCE	
1. La economía de las palabras	171
2. Parálisis por el análisis	176
3. Convierte un marrón en una oportunidad	182
4. Espera MENOS, haz MÁS	188
5. Identifica problemas sin paños calientes.....	192
 PARTE IV: EL PROCESO DE LA VENTA MUERE... (O NO)	
1. En el Amor y en la venta NO todo vale	221
2. El síndrome de Estocolmo	228
3. El cliente tóxico	232
4. El comercial tóxico.....	241

5. Sin cambio no hay evolución.....	247
6. Deuda emocional.....	256
7. Yo decido	260
8. Valor eres TÚ	265
Feliz venta	277
Agradecimientos	279
Bibliografía	283

1. ¿Quién ERES?

Eres imperfecto, de manera permanente e inevitablemente imperfecto. Y eres hermoso.

AMY BLOOM

Tu forma de ser, tu carácter y tus mapas a la hora de imprimir sentido a tu realidad determinan tu VALOR. Me refiero a tu valor literal, a cuánto cuestas en el mercado; así de crudo (o de maravilloso).

Tu formación, tus contactos y tu experiencia, en un proceso de venta, quedan en un segundo plano si no eres una persona AUTÉNTICA. Nos contratan (consumen), o no, por aquel VALOR que nos diferencia como personas. Y sí, también las competencias que nos acompañan son importantes, pero resulta que éstas las puedes adquirir con estudio, práctica y metodología.

**Saber quién eres y cómo eres lo llevas
impreso en tu piel, en el ADN emocional que
te define como persona.**

El doctor Mario Alonso Puig, en su libro *Vivir es un asunto urgente*, dice que nuestro punto de referencia no es nuestra supuesta inteligencia o conocimientos aparentes,

sino la fuerza de nuestro COMPROMISO y nuestra DETERMINACIÓN.

Ser auténtico no tiene nada que ver con salir de casa con un florero en la cabeza y permanecer inmune a miradas ajenas. Ser auténtico es algo que, pese a tener las raíces muy dentro de nosotros, se percibe durante los primeros treinta segundos de contacto visual o a los pocos minutos de entablar una conversación con quien sea.

Lo que precede a la primera parte de un proceso de venta es el nacimiento de dicha relación comercial, y previo a este nacimiento está el periodo de génesis o gestación, en el que hay que ahondar sin paños calientes.

**Es el momento en el que has de saber
QUIÉN ERES, cuál es tu nivel de compromiso,
de determinación, y CUÁNTO VALE
eso que eres.**

Estamos preparando el terreno para iniciar un camino que será lo fructífero, largo y placentero que tú decidas que sea. No es el momento de pensar «soy una persona quejica, pero voy a cambiar». Si te quejas con frecuencia y deseas dejar de hacerlo, me parece perfecto, pero llegas tarde: deberías de haber empezado hace tiempo; ahora estás en el punto previo a ponerte en acción.

Es más, YA estás en plena acción, así que tienes doble trabajo:

- Aceptar que eres un quejica.
- Y adaptar tus estrategias al perfil quejumbroso que deberás de ir puliendo para que no huyan de ti tus clientes, compañeros o superiores al verte.

Y si eres una persona negativa, tres cuartos de lo mismo. Y si eres impaciente, lo mismo. Si eres insistente y cansino, también. Si eres una persona cordial, perfecto: más liviano se te hará el camino. Si confundes la cordialidad con la camaradería, también doble trabajo por hacer (porque no hay nada que más moleste a un proveedor o cliente potencial que un comercial que llegue por primera, segunda o tercera vez a visitarle, y éste le hable como si se hubiesen criado juntos).

A lo que voy es a contestar esa eterna pregunta de: «¿El comercial nace o se hace?».

**El comercial SE HACE, rotundamente SÍ.
Y se consigue, si realmente deseas
conseguirlo.**

Volvemos al deseo vs. la necesidad. Por ejemplo, no serás un buen deportista si sólo practicas deporte para adelgazar. Para ser un deportista en condiciones has de disfrutar practicando deporte (deseo); de esta manera, serás disciplinado para hacerlo de manera regular, con unas rutinas mínimas que te permitan mantener un buen fondo, una progresión, un correcto ritmo cardiaco, y así evitar lesiones y mejorar tus marcas. El resultado de estas rutinas de deporte diario te convierten en una persona deportista.

Si practicas deporte con el único objetivo de adelgazar (necesidad), funcionará en el corto plazo, pero no se mantendrá a lo largo del tiempo.

El vendedor también necesita su entrenamiento, sus rutinas y su ritmo, independientemente del perfil emocional o el carácter que le acompañe.

**La clave está en IDENTIFICAR y modular
aquello que te va a servir de palanca para
multiplicar tus resultados.**

Y, poco a poco, ir enfocando hacia la dirección correcta aquello que te puede retrasar en la consecución de tus objetivos. ¿Para ello has de nacer teniendo dotes comerciales? NO. Para eso lo que hay que hacer es ser AUTÉNTICO y ACEPTAR quién eres; y, sobre lo que eres, construir al profesional de las ventas en el que te vas a convertir, sin perder un ápice de tu esencia.

Pretender ser alguien que no eres es absolutamente agotador. Si no hay dos como tú, y eso es lo que te convierte en un ser ÚNICO, ¿para qué vas a fingir ser quien no eres? (Eso sí, trabajaremos lo de las quejas, la negatividad, el exceso de confianza etc. Pero lo haremos porque, además, nos ayudará a sentirnos mejor dentro de nuestra piel.)

Así pues, la primera pregunta que has de contestarte es:

**«¿Quién soy y qué me diferencia
como comercial?».**

Y ya puestos... no dejes de plantearte esta otra cuestión: «¿En qué me voy a distinguir en la vida?».