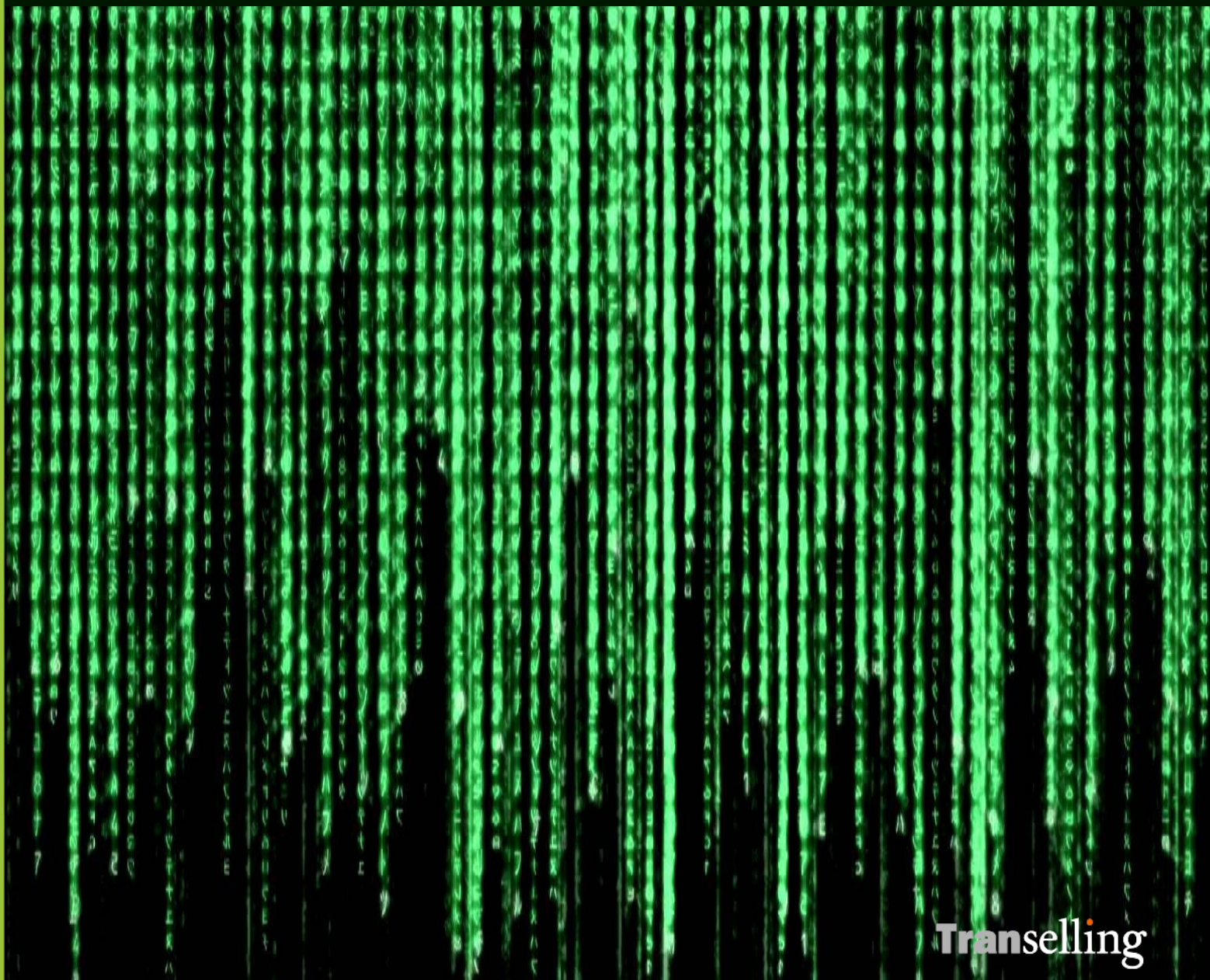
LA MATRIX DE LAS VENTAS

Por Enrique Maldini



Transelling

LA MATRIX DE LAS VENTAS

Por Enrique Maldini

En nuestros entrenamientos solemos utilizar un breve fragmento de la película Matrix, en la que Neo, el protagonista, es invitado a tomar una decisión crucial para su vida: continuar en esa especie de mundo paralelo y ficcional pero maquillado de realidad, o bien acceder por fin al mundo real que se esconde detrás de esa simulación inconsciente y colectiva.

En ventas sucede lo mismo…

Existe una Matrix de las ventas, tan ficcional como la de la película, que nada tiene que ver con lo efectivo, lo útil, lo práctico, lo conducente al éxito de un equipo comercial.

Existen leyendas y mitos como parte de esa Matrix.

Algunos ejemplos:

- *"el cliente siempre tiene la razón"*
- *"si el cliente va a comprar ya sabe lo que necesita"*
- *"en ventas B2B las mujeres venden más que los hombres"*

También viejos paradigmas forman parte de esa realidad artificial e improductiva, como por ejemplo:

- *"para tener éxito en ventas tienes que conocer tus productos en profundidad"*
- *"si eres simpático tú has nacido para vender"*
- *"para poder cerrar ventas tienes que estar dispuesto a hacer descuentos"*

 | Copyright 2016 Venta Consultiva S.A. | Todos los derechos reservados

También al momento de lanzar iniciativas de mejora de la efectividad de ventas algunos gerentes de venta, de recursos humanos, o gerentes generales también parecen continuar bajo el influjo seductor de una Matrix de las ventas, en este caso relacionado con la capacitación.

- *"enviemos a los vendedores a hacer un curso de ventas"*
- *"estos vendedores necesitan un curso de negociación"*
- *"deben aprender a cerrar, el problema es que no saben cerrar"*

Lo llamativo - y peligroso a la vez - es que estos elementos se han impuesto en la tradición de ventas como de sentido común.

En realidad, los formatos tradicionales de capacitación en ventas le han hecho un muy flaco favor a la profesión, degradando su reputación y minando su impacto, al elegir el camino de los tips, trucos y atajos, en relación a los contenidos, condimentado por una aproximación enciclopedista que no se ocupó de la adopción real de nuevas prácticas y su transformación en nuevos hábitos sostenidos en el largo plazo, en relación al factor pedagógico.

En Transelling apuntamos a escapar de esa Matrix disfuncional

Tanto los programas **Transelling,** como la bibliografía complementaria que publicamos en blogs y redes sociales apuntan a escapar de esa Matrix disfuncional, esperando que más temprano que tarde los responsables de equipos comerciales y de empresas comprendan que ya fue demasiado el daño infringido a la productividad de ventas por seguir esos mitos y leyendas del pasado.

¿Cuáles otros mitos y supuestos conoces que forman parte de la vieja Matrix de las ventas?

 | Copyright 2016 Venta Consultiva S.A. | Todos los derechos reservados