

¿Debo gastar en capacitar vendedores?

La respuesta que más he escuchado de parte de muchos empresarios es “para que gasto mi dinero en capacitar a los vendedores si a fin de cuentas se acaban yendo”. Y ésta actitud es fácil de comprender en tiempos difíciles. Es común que se recorten los presupuestos y el destinado a la capacitación es uno de los más afectados, a pesar que el entrenamiento de ventas es indispensable para poder competir eficazmente.

Para muchos, la actividad que realizan los vendedores es algo simple y poco valioso que puede ser sustituido fácilmente. No ven que el vendedor es la persona que está mayormente en contacto con el cliente. Es la cara de la empresa y el responsable de persuadir al cliente a fin de cerrar la venta y, en la mayor parte de las ocasiones, mantener un servicio de calidad que ayude a conservarlo por mucho tiempo. La lealtad del cliente depende, en gran parte, del vendedor que lo atiende. Piense en esto: las recomendaciones que hacen los clientes, muchas veces no son dirigidas tanto a la empresa como al vendedor.

De allí se desprende la necesidad de contar con un programa de lealtad de vendedores. Se debe tener un plan de trabajo que le funcione al vendedor, que lo haga un verdadero profesional de su área, que le genere ingresos interesantes. Los vendedores son como cualquier otro empleado, si encuentran una mejor oportunidad, se irán de la empresa. Pero cuando la empresa tiene un plan de vida atractivo para el vendedor, se mantendrá dentro de la misma y se preocupará por sus clientes, estará pendiente de dar un servicio de alta calidad, que los retenga, que adquieran más productos y hagan mejores compras. En pocas palabras, un vendedor que logre clientes altamente satisfechos con la empresa.

Un vendedor profesional escucha al cliente y solamente habla lo necesario para que el cliente se dé cuenta por sí mismo que necesita el producto; es decir, le ayuda a comprar, más que presionar la venta de algo que no necesita o que no satisface sus necesidades adecuadamente (y que en un momento dado le podría dejar más comisiones).

Un buen vendedor busca a los clientes ideales para el producto o servicio que vende. Se toma el tiempo adecuado para encontrarlo y así mejorar su porcentaje de cierres y no pierde el tiempo con clientes que no van a comprar.

Los vendedores profesionales no nacen, ni aparecen con anuncios en el periódico; se forman en base a entrenamiento constante. Aquella imagen del vendedor que va de casa en casa con una aspiradora bajo el brazo y que no para de hablar hasta que le compran, pertenece al pasado; el camino correcto para formar como un vendedor exitoso es la capacitación.

Invertir en un buen sistema de capacitación es importante para retener su fuerza de ventas. Los vendedores valoran la capacitación porque saben que les dará resultados que se reflejan en su beneficio. Ayuda a tener vendedores profesionales que garanticen tanto el éxito personal, como el de la empresa. Si no lo tiene aún, es importante desarrollar un

plan de vida y carrera para los vendedores que incluya un excelente programa de entrenamiento en ventas.

M.M. Víctor Siliceo P.
Catedrático de la Universidad Iberoamericana
Campus Tijuana
www.victorsiliceo.com