

# Tema 1. Actitud y mentalidad de vendedor

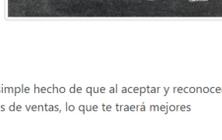
## Introducción

Es esencial que un vendedor tenga una actitud y mentalidad positiva, pero no se trata de estar siempre sonriendo y asintiendo, va más allá de eso. Muchas veces, una venta no sale como se espera, hay días en los que se logran hacer múltiples ventas y otros en los que muy pocas se concretan. Es en este tipo de situaciones en las que entra la actitud y mentalidad de un vendedor, la cual tiene que ser positiva para que el vendedor pueda sobrellevar dichas situaciones y no se desanime o desmotive, sino que, al contrario, identifique cuáles son sus áreas de oportunidad, reflexione y cambie su estrategia de ventas.

Por ello, en este tema aprenderás sobre (i) cuál debe ser la mentalidad de un vendedor, (ii) la importancia que tiene la actitud personal en una transacción, (iii) cómo es el vendedor actual y cómo se ve en el futuro, para finalmente cerrar con (iv) cómo se puede motivar a los vendedores.

### 1.1 La mentalidad de un vendedor

Si bien podrías pensar que vender un producto es fácil, es más complicado de lo que parece, ya que, para poder vender un producto, se necesita tener **mentalidad de vendedor**. A grandes rasgos, esta se compone de una actitud positiva y mentalidad triunfadora, lo que te ayudará a poder resolver las objeciones de los clientes (de haber alguna) y a encontrar soluciones a las necesidades comerciales que puedan surgir.



De acuerdo con la empresa DataCRM (2020), todo vendedor necesita de un *mindset*, pero ¿qué es esto? La Dra. Carol Dweck, creadora e investigadora del concepto, señala que es la capacidad que tienen los humanos de aceptar sus defectos, debilidades y otros aspectos negativos, y que creen que es posible cambiar con la finalidad de crecer, avanzar y alcanzar el éxito. Lo anterior se logra al reconfigurar la mentalidad actual por medio de la perseverancia y una mente abierta.

Pero ¿cómo se puede relacionar esto con el Área de Ventas o desarrollo profesional? Esta teoría aplica por el simple hecho de que al aceptar y reconocer cuáles son tus errores y áreas de oportunidad, podrás realizar los cambios necesarios en tus acciones o tácticas de ventas, lo que te traerá mejores resultados.

Tomando en cuenta lo anterior, Nava (2018) señala que algunos de los elementos que caracterizan a un buen vendedor son los siguientes:

1. **La mente de un vendedor privilegia la empatía, no la simpatía.**

Para poder lograr una venta, no se necesita ser simpático, tiene más peso la empatía. Esta, en lo que respecta al Área de Ventas, no solo radica en ponerse en el lugar del otro, sino también en hacerle saber y demostrarle que puedes ponerte en su lugar, independientemente si las necesidades, intereses o inquietudes del cliente no son de tu interés.

La empatía es una capacidad que no cualquiera puede desarrollar, ya que refiere a trascender al propio "Yo" y ponerse a disposición de la otra persona. Puede que de manera personal un vendedor no sea una persona empática, pero es fundamental que desarrolle esta capacidad en el ámbito laboral. Al ponerte en el lugar del otro, podrás identificar cuál es el lugar y momento apropiado para hacer una venta, además de que ayuda a "modular" la comunicación y a encontrar puntos de coincidencia. El hacerle saber al cliente que puedes ponerte en su lugar garantiza que la decisión de compra se haga basada en ideas y consideraciones compartidas, lo que da como resultado que la transacción de venta sea positiva gracias a la experiencia y atención brindada.

2. **Un vendedor no reconoce un "adiós", solo un "hasta luego".**

Por lo general, se dice que cualquier venta comienza con un NO, pero un vendedor no limita esta respuesta a la transacción. Esto significa que, dentro de la mente de un vendedor, el NO no es un adiós definitivo, sino un hasta luego. Para esto sirve la perseverancia, para ver en el mundo todos los éxitos que se "disfrazan" de fracasos. Viéndolo de otra manera, un vendedor debe tener claro que al final todas las puertas se abren, pero a veces no se sabe si la puerta debe empujarse o jalarse.

3. **Una persona tímida también puede ser un buen vendedor.**

La persona que es tímida tiende a esforzarse el doble por lograr la transacción de una venta y por superar su timidez para gestionar el contacto. La persona tímida, entonces, reconoce su victoria con mayor motivación, ya que no existe mejor estímulo que su propio triunfo. Esto la hace sentirse más capaz y con mayor motivación para superarse a sí misma. Lo anterior no quiere decir que quienes no son tímidos no puedan ser buenos vendedores, sino que se busca reconocer que, a pesar de la timidez, una persona puede ser un excelente vendedor.

4. **La mente de un vendedor no busca persuadir, busca coincidir.**

En una venta no debes buscar convencer al comprador, sino que juntos reconozcan que este último necesita lo que le estás vendiendo. Para lograr esto, se necesita coincidir en el beneficio mutuo que traerá la transacción, requieres buscar las coincidencias que puede haber entre el servicio o producto que estás vendiendo y el comprador. La sensación de que alguien está intentando convencerte de algo es incómoda o desgastante, por lo que siempre debes encontrar la manera de coincidir con el cliente.

5. **Un vendedor no necesita amar lo que vende, sino que ama el hecho mismo de poder vender.**

El poder vender es considerado un privilegio, comprar una necesidad. Un comprador que ha adquirido lo que buscaba puede salir de una tienda satisfecho y el vendedor podrá estar feliz por haber generado una venta. Siguiendo esta misma línea, el hacer algo que proporcione felicidad sirve como incentivo, porque nada garantiza más la calidad de un trabajo que el hecho de que un trabajador esté contento con lo que hace.

La mente de un vendedor se reta a sí mismo cada vez que necesita ejercer su labor y ve cada venta como una victoria, lo que lo hace sentir exitoso.

En el Área de Ventas solo hay dos resultados posibles: éxito o fracaso. No hay medias ventas o parciales, por tanto, es indispensable que, como vendedor, desarrolles y trabajes en tu "mente de vendedor", esto con el fin de que puedas desarrollar las capacidades necesarias para realizar tu trabajo de manera exitosa.

### 1.2 Todo está en la actitud



El ser vendedor o trabajar dentro de un equipo de ventas conlleva una gran responsabilidad, por ende, es un departamento al que se le suele exigir más de lo habitual. Esto se debe a que los vendedores están en la primera línea de la empresa, son quienes tienen una mayor interacción con los clientes, además de que tienen como objetivo el generar ventas, lo que significa conseguir dinero para la empresa.

Tanto la mentalidad como la actitud son cuestiones clave para tener éxito dentro de las ventas, ya que, por lo general, un vendedor se tiene que desenvolver en ambientes dinámicos y cambiantes y lidiar con dificultades, interacciones con los clientes y contratiempos, como los cambios de precio de la competencia, presentación de nuevos productos, etc.

Ahora bien, ¿por qué es importante la actitud a la hora de vender? La empresa Mobile reporting (s.f.) señala que con la mentalidad y actitud adecuada se pueden superar de forma más fácil los obstáculos y situaciones, aumentando la productividad y desempeño en el trabajo. Una mentalidad y actitud positiva permiten que el vendedor:

- No se estanque cuando se alcanzan objetivos mínimos.
- Supere con éxito los periodos en los que las ventas bajan sin perder el impulso o interés.
- Afronte de mejor manera los momentos en los que no hay la suficiente motivación dentro del equipo.
- Sea capaz de superar dificultades extras, como vender productos no buscados, la entrada de nuevos competidores al mercado y dificultades de venta por precios o calidad.

Un vendedor necesita de ciertas aptitudes para poder realizar su trabajo, por ejemplo, un buen nivel de comunicación, organización, facilidad de negociación, persuasión, creatividad, etc. Pero estas aptitudes no son todo, la actitud comercial también juega un papel importante dentro de cada transacción de ventas, pues sin esta, los resultados que se obtengan pueden no ser buenos o tan beneficiosos como se esperaba. Las aptitudes son importantes, pero también se necesita de una mentalidad ganadora y una buena actitud comercial para alcanzar el éxito.

Los vendedores también tienen malas actitudes, por ejemplo:

**Actitud victimista:** el vendedor tiende a pensar que es el centro de todos los problemas, que los atrae como un imán. Evita en la medida de lo posible este tipo de actitudes y de hacerte preguntas como "¿por qué a mí?". Generalmente los compradores huyen de este tipo de personal.

**Actitud negativa:** esta actitud es de las más peligrosas, pues se suele contagiar a todos los vendedores. El resultado de esto es una pérdida de clientes y el descenso de las ventas.

**Actitud derrotista:** ocurre cuando el vendedor ante cualquier dificultad o cambio se rinde y no se esfuerza por superar dichas dificultades. Esto es habitual en vendedores que no entienden que muchas veces para poder conseguir un "sí", se necesita haber pasado por muchos "no".

La actitud de un vendedor influye de manera directa en los resultados y su relación con el cliente, por lo que el tener una actitud adecuada es fundamental para poder superar dificultades, encontrar motivación y obtener los mejores resultados posibles. Al evitar las actitudes negativas habituales (como las que se mencionaron anteriormente), podrás lograr tener la mentalidad correcta para manejar con éxito una venta.

Por otro lado, Guerra (2018) menciona una serie de actitudes que los vendedores deben tener para poder lograr ventas exitosas. Algunos ejemplos son los siguientes:

- Nunca ir a trabajar pensando que será un mal día.
- Trabajar en mejorar la comunicación, acostumbRANDOTE a hablar con la gente y a escucharlos para reflexionar sobre sus sentimientos y necesidades.
- Necesitas celebrar los éxitos para motivarte. Por más mínimos que sean, procura reconocer tu esfuerzo.
- No laves los problemas a tu casa o los tomes personales, al salir de tu área de trabajo, desconéctate de las situaciones laborales.

Cuando aprendes a tener una actitud mental positiva, tu cerebro se prepara mejor para realizar tareas comerciales.

### 1.3 El vendedor de ahora y el futuro

Los tiempos han cambiado. Actualmente el mundo se encuentra sumergido en una crisis sanitaria que ha impactado a todas las industrias. Por lo mismo, el papel y tareas de los empleados han cambiado, y con ello la función y responsabilidades de los vendedores.



Con las restricciones sanitarias y el auge del comercio electrónico, los vendedores ahora son capaces de responder a más necesidades de los clientes y con una mayor facilidad.

Debido a los cambios que han sucedido en todas las industrias, un vendedor ya no solo debe limitarse a cumplir con la necesidad de un cliente al ofrecerle un producto, sino que debe involucrarse más y ofrecer apoyo y/o asesoramiento. El periódico El País (2021) señala que los vendedores pasarán de ser "recolectores" a "cazadores", que posteriormente se dedicarán a "cultivar" su relación con los clientes. Esto es porque ahora se busca generar relaciones gratificantes a largo plazo y fidelizar a los compradores con la intención de brindarles una experiencia o servicio que no pueden encontrar dentro de los espacios digitales.

Las visitas a las tiendas son una experiencia que difícilmente desaparecerá, sin embargo, desde el inicio de la pandemia, la situación de las tiendas físicas ha sido complicada por el rápido avance tecnológico y la preferencia de muchos clientes de realizar sus compras por medio de Internet. Es aquí donde recae la importancia del vendedor actual y del futuro, pues este desempeña un papel importante para animar a los consumidores a que sigan acudiendo a las tiendas físicas para comprar sus productos.

Por ello, la principal tarea del vendedor es empatizar con el cliente, y para esto, necesita interactuar con él. Es necesario que estudies y reconozcas el lenguaje no verbal del comprador, si esta receptivo, desconfía, reflexiona o se muestra interesado en el producto, para reconocer y actuar de acuerdo con lo que analices. Se recomienda que practiques principalmente la escucha activa, en donde la interacción con el cliente sea 80 % escuchando y comprendiendo y 20 % hablando.

Hoy en día los compradores son fieles a ciertas marcas o a productos que están buscando, por lo que es importante que estés informado de los productos que vendes para así poder hacer recomendaciones o conseguir una venta cruzada (vender un producto complementario del que el cliente busca comprar).

Sin duda, el panorama en el mundo está cambiando muy rápido para todas las empresas. Por lo tanto, Galindo (2020) da tres consejos que pueden servirle a cualquier vendedor que desee triunfar en estos tiempos:

1. **Velocidad:** en un mundo cada vez más rápido y acelerado, los clientes esperan velocidad en la atención que reciben. En línea, muchas veces las compañías utilizan bots o cientos de personas dedicadas solo a contestar preguntas y solicitudes, por lo que deberás buscar resolver de forma rápida y eficaz las solicitudes que los clientes te hagan de manera presencial.
2. **Valor:** actualmente hay que dar mucho valor antes de recibir. Por ello, deberás acompañar al cliente en su proceso de compra y hacerle sentir que estás disponible para resolver cualquier duda o ayudarle en su proceso de decisión, esto sin intentar convencer al cliente.
3. **Tecnología:** la tecnología avanza más rápido que el propio ser humano. Muchos clientes ya saben el producto que comprarán porque lo vieron en Internet o porque interactuaron con la empresa por medio de algún canal en línea. Como vendedor, puedes hacer uso de la tecnología para ofrecerle al cliente un producto complementario al que está buscando o uno que le traiga mayores beneficios. La digitalización es una realidad, y el no adaptarse podría traer consecuencias negativas.

### 1.4 ¿Cómo motivar al Área de Ventas?

Un equipo de ventas son las personas que se encargan de asesorar y orientar a los clientes para que estos realicen una compra. Ya conoces las aptitudes, mentalidad y actitud que debe tener un vendedor para lograr el éxito, pero ¿dónde queda la motivación? Quizás en algún punto te has sentido desmotivado por no haber logrado una venta o un objetivo.



Recuerda, este tipo de actitudes son contagiosas y suelen afectar a todo el equipo, por lo que es importante tener una estrategia para motivar a quienes estén encargados de generar ventas, ya que, sin ellos, la empresa no puede ganar dinero.

Para que un equipo trabaje feliz ¿se necesita un incentivo económico? La respuesta es no, los incentivos son una herramienta importante y de gran utilidad para mantener motivados a los equipos de ventas, pero hay muchos tipos de incentivos no monetarios que puedes tomar en cuenta. Entre los más valorados están los horarios flexibles, el tiempo libre, la formación a cargo de la empresa y los regalos/premios.

Pero ¿cómo se puede conseguir que los vendedores tengan un comportamiento y actitud positiva? La empresa Force Manager (s.f.) indica que la respuesta a esta pregunta comienza por contestarla uno mismo, debes tener una mentalidad positiva, y no se trata solo de sonreír y estar feliz todo el tiempo, la positividad es mucho más que eso, se necesita para poder tener una buena actitud ante un problema, desafío o nuevo proyecto.

Con base en lo anterior, Tyre (2019) señala ocho estrategias para motivar a un equipo de ventas:

1. **Generar confianza:** la clave de la motivación es la confianza, si tu equipo no confía en ti y no te cree cuando les dices que quieres lo mejor para ellos, será difícil que se sientan inspirados y motivados con su trabajo. Tan solo hablar de la confianza y ser transparentes hará una gran diferencia dentro del ambiente laboral, que, con el tiempo, repercutirá en los resultados del equipo.
  2. **Preguntar cómo quieren los vendedores que los líderes como equipo:** hay tres cosas importantes que tanto el líder como los miembros del equipo deben reconocer:
    - Todos tienen personalidades diferentes.
    - Se necesita que haya un líder eficaz que se adapte a los diferentes estilos de trabajo y personalidad de cada miembro.
    - Es necesario que este líder les pregunte directamente ¿cómo es que quieren que los lideren?
- Un buen gerente o representante de ventas sabe adaptarse a los diferentes estilos de vida de cada colaborador.
3. **Comprender los objetivos personales y profesionales de cada vendedor:** es imposible motivar a alguien que no conoces, lo que le puede servir a uno, puede no ser del agrado de otro. Por ello, es importante que entiendas los diferentes objetivos personales y profesionales que hay dentro del equipo, esto te ayudará no solo a conocerlos mejor, sino también a entender cuáles son sus motivaciones y la razón de su actuar.
  4. **Asegurarse de que el equipo esté bien:** aunque no lo creas, los resultados de las ventas de un vendedor dependen directamente de los hábitos personales y profesionales que estos tengan, por ejemplo, de sueño, ejercicio, dieta, etc. Se necesita hacer hincapié en lo importante que es un estilo de vida saludable y los beneficios que este trae en el ámbito laboral y personal.
  5. **Establecer objetivos diarios, semanales y mensuales:** los objetivos se deben establecer de la siguiente manera:
    - **Diarios:** a corto plazo y diseñados para que el esfuerzo que se necesite sea mínimo.
    - **Semanales:** objetivos concretos y con un impacto definido en la empresa. Se necesitan establecer métricas y trabajar en las habilidades de los trabajadores para lograr estos objetivos.
    - **Mensuales:** son los más importantes, necesitan un mayor esfuerzo y, por ende, una mejor recompensa si es que se logra el objetivo.
  6. **Identificar si hay algún problema:** hay dos aspectos importantes con los que deben lidiar todos los líderes de ventas: la motivación individual y grupal. Si hay algún problema los colaboradores que parecen desmotivados y que debían conformarse a esto.
  7. **Permitir que los miembros del equipo elijan sus recompensas:** propón una serie o lista de recompensas y haz que decidan, siempre basándose en un límite o presupuesto (si es que la recompensa es monetaria).
  8. **Ofrecer buenas recompensas:** si bien el tipo de recompensa dependerá del objetivo, es importante pensar en buenas recompensas, las cuales pueden ser desde invitaciones al almuerzo (si el objetivo se logró en conjunto como equipo) hasta organizar un convivio para propiciar la interacción y relación entre los colaboradores.

## Cierre

Con esta información podrás desarrollar y trabajar en tu mentalidad de vendedor con el objetivo de generar mejores ventas y disminuir el número de transacciones fallidas. Toma en consideración que logras actitudes y aptitudes probablemente no las puedas conseguir de la noche a la mañana, necesitas ser constante y trabajar día a día para poder lograrlas y alcanzar tus objetivos.

Trabaja en ver el lado positivo a las cosas y las experiencias que vives dentro de tu puesto de trabajo. A pesar de que hay pesimistas que piensan que esto es designar la realidad, el reflexionar de las malas experiencias o de los "no" que puedes recibir como vendedor te ayudará a dar un mejor servicio y a no desanimarte cuando los resultados no son como las esperabas.

## Referencias bibliográficas

- DataCRM. (2020). *Mindset de un vendedor estrella*. Recuperado de <https://www.datacrm.com/blog/mindset-de-un-vendedor-estrella/>
- El País. (2021). *Empático y muy informado: así debe ser el vendedor de 2021*. Recuperado de <https://elpais.com/economia/estar-donde-estes/2021-04-26/empatico-y-muy-informado-asi-debe-ser-el-vendedor-de-2021.html>
- Force Manager. (s.f.). *Cómo motivar a un equipo de ventas en 6 sencillos pasos*. Recuperado de <https://www.forcemanager.com/es/blog/como-motivar-a-un-equipo/>
- Galindo, S. (2020). *EL VENDEDOR DEL FUTURO (Y DEL PRESENTE)*. Recuperado de <https://www.linkedin.com/pulse/el-vendedor-del-futuro-y-presente-santos-galindo-/?originalSubdomain=es>
- Guerra, G. (2018). *Vender más, es cuestión de actitud*. Recuperado de <https://clubdelaprendizaje.com/vender-mas-es-cuestion-de-actitud-mental-positiva/>
- Mobilereporting. (s.f.). *Cómo tener la actitud comercial correcta para ser un vendedor de éxito*. Recuperado de <https://www.mobile-reporting.com/blog/actitud-de-vendedor-correcta/>
- Nava, C. (2018). *La Mente del Vendedor*. Recuperado de <https://www.emprendices.co/la-mente-del-vendedor/>
- Tyre, D. (2019). *Cómo crear un programa de motivación eficaz para tu fuerza de ventas*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/sales/programa-motivacion-fuerza-ventas>

## Checkpoint

Asegúrate de:

- Comprender las características de la mentalidad de un vendedor.
- Identificar las malas actitudes que se pueden llegar a tener dentro de una transacción.
- Entender los cambios y avances dentro de las tácticas de venta del presente y el futuro.
- Reconocer las estrategias para motivar al equipo de ventas.



La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECNILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECNILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECNILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autorización del material.