

Tema 2. Enfoque en la proactividad

Introducción

La proactividad es un término que está muy presente dentro del ámbito laboral, y en el Área de Ventas no es la excepción. Las empresas necesitan de vendedores proactivos que puedan anticipar situaciones y actuar de la mejor manera posible frente algún imprevisto. Asimismo, con la proactividad se busca que el vendedor pueda ver, entender y comprender las necesidades de los clientes, de manera que pueda ofrecerles un producto o servicio complementario al que buscan. Es tarea del vendedor hacerle saber al cliente los beneficios que le traerá el producto o servicio y plantearle la idea de que existe una necesidad que debe ser cubierta, la cual solo se podrá satisfacer si se adquiere el producto que se le está ofreciendo.

Para que identifiques lo importante que es la proactividad en el área comercial, a continuación, podrás (i) aprender sobre la proactividad en las ventas, (ii) la fuerza de venta proactiva y (iii) las ventas proactivas y reactivas.

2.1 Proactividad en las ventas

La proactividad y las ventas están directamente relacionadas, pues el ser proactivo es proponerle al cliente las diferentes alternativas que se tienen y anticiparse y mostrarle voluntad de ayudar y servir.

Por lo tanto, se puede definir que ser proactivo es cuando una persona asume el control absoluto de su conducta y lo hace de forma activa, tomando iniciativa y actuando con anticipación.

La manera en la que puedes ser proactivo dentro del mundo de las ventas es anticipando y actuando de acuerdo con los intereses y exigencias de los clientes. Imagina que eres un carpintero y un cliente te ha pedido unas sillas para un comedor. Puedes solo trabajarle las sillas, o ser proactivo y ofrecerle también una mesita de noche, los taburetes de su cocina para que combinen con el comedor o los marcos de sus puertas.

Además, el día de la entrega podrías solicitarle una recomendación para que más gente conozca tu trabajo. "El hábito de la proactividad es una de las formas de liderazgo. La motivación y la actuación que llevan a anticipar las situaciones que pueden presentarse y crear vías de acción favorables" (Villalobos, 2021).

No bases tu éxito solo en el dinero o producto obtenido, sino en el camino y proceso que tuviste que recorrer para tenerlo, solo así podrás identificar y mejorar tus prácticas y ser proactivo.

Como pudiste ver en el tema anterior, para ser un buen vendedor necesitas una serie de habilidades sociales y profesionales que te permitirán obtener tus objetivos comerciales. En este sentido, la definición de proactividad comercial está directamente ligada a aumentar las ventas por medio de una serie de acciones anticipadas. Algunas de las herramientas que te ayudarán a aumentar tu proactividad comercial son las siguientes (EDVE, 2018):

1. **Anticípate a las necesidades de tus clientes**, tanto de los actuales como de los potenciales. Esto te permitirá liderar la comunicación en las transacciones e influir de una manera más sutil a beneficio de la compra.
2. La proactividad comercial no significa siempre tener la razón, necesitas también escuchar activamente a tus compañeros y clientes.
3. Procura analizar las relaciones comerciales como un todo, esto para que puedas actuar de cierta manera y lograr un objetivo específico. Puedes alejarte e intentar ver la situación desde otra perspectiva para analizar la forma en la que puedes mejorar las ventas.
4. Organiza tus actividades comerciales de acuerdo con tus objetivos. Así es como podrás dirigir todos tus esfuerzos a un único propósito y darle seguimiento a la actividad que estás realizando.
5. Para aplicar de manera correcta la proactividad comercial, es necesario también ser flexible. Un proceso de ventas es muy variable, por lo que pueden cambiar de un momento a otro las necesidades de los clientes. Siempre debes estar abierto al cambio para poder actuar de la mejor manera posible.
6. Una actitud positiva lo es todo, procura tenerla a lo largo de cualquier proceso de venta. No te quedes esperando a que la "suerte" llegue, sal y busca el camino para poder cumplir con tus objetivos comerciales.
7. La proactividad comercial se define por la capacidad de lograr determinados objetivos comerciales. Para esto, deberás preguntarte "¿he logrado los objetivos comerciales que me propuse?". Es una pregunta sencilla, pero su respuesta te llevará a analizar si el trabajo que has realizado lo has hecho bien o podrías mejorarlo.
8. Por último, y como ya se ha mencionado anteriormente, lo más importante para un vendedor es la perseverancia. No dejes que un "no" te desanime.



2.2 Fuerza de venta proactiva



La fuerza de ventas se refiere a todas aquellas personas que se encargan de vender un producto o un servicio dentro de una empresa. En otras palabras, un equipo de ventas. Estos equipos, debido a las personalidades e intereses de quienes los integran, suelen volverse muy competitivos e individualistas, por lo que es importante establecer estrategias o tácticas para propiciar el trabajo colaborativo y, así, evitar conflictos entre colaboradores.

Asimismo, dentro de la fuerza de ventas no basta solo con que el líder o una persona sea proactiva, se necesita que todo el equipo lo sea para poder lograr los resultados deseados.

Por lo general, las ventas vienen acompañadas de comisiones. Todos los trabajadores encargados de vender algún producto o servicio se esfuerzan por obtener el mayor número de comisiones posibles, pues esto no solo trae un beneficio económico, sino también una buena imagen dentro del corporativo para poder lograr la cuota mínima de ventas (si es que las hay). Si bien podría parecer que esta competencia que surge entre los trabajadores es beneficiosa para la empresa o el equipo, pues todos se esfuerzan por conseguir el mayor número de ventas, la realidad es que tanto el ambiente y las relaciones laborales como el desempeño se ven afectados directamente.

Cuando esto llega a suceder, hay una fuerza de ventas dispersa e individualista, que pierde su objetivo en común y que además propicia a malas prácticas. Para que se logre la proactividad, se necesita de un equipo colaborativo con integrantes que cuenten con actitud positiva. Torres (2020) menciona que algunas de las ventajas de un equipo de trabajo con estas características son las siguientes:

1. **Generan un entorno ideal de trabajo:** al contar con un entorno adecuado para desarrollar sus actividades, surgen interacciones entre los colaboradores y trabajan juntos para lograr sus metas.
2. **Fortalece el vínculo como equipo:** si se impulsa una cultura de equipo, se puede trabajar en armonía.
3. **Mejoras en la comunicación:** un esquema colaborativo necesita de comunicación fluida. Si la impulsas, notarás un incremento en las relaciones entre ellos.
4. **Se optimizan procesos y recursos:** al fluir como es debido, se pueden optimizar los procesos y recursos de una mejor manera, lo que te traerá una mejor visibilidad en el control y seguimiento de estos.
5. **Propicia el crecimiento personal y profesional:** con una cultura colaborativa de trabajo bien definida, cada integrante podrá trabajar por un fin superior, más allá de las ventas particulares.
6. **Aumento de productividad:** con la creación de vínculos, todo el trabajo se mueve en armonía y, por ende, la productividad aumenta.
7. **Brindar una excelente experiencia:** cuando el equipo de ventas es colaborativo, se nota y propicia a que los clientes se sientan cómodos y respaldados en sus decisiones, por lo que es más fácil para el cliente el tener una buena experiencia. También esto disminuye la cantidad de errores que puede haber dentro de una venta y reduce las malas prácticas.

2.3 Ventas proactivas y reactivas



Anteriormente viste que la productividad en el trabajo hace referencia a las personas que son capaces de anticiparse a los cambios y situaciones que pueden presentarse de manera inesperada en su día a día, pero que, al estar conscientes de ello, son capaces de resolver esos problemas y cumplir con éxito sus objetivos diarios.

Por otro lado, en lo que respecta a una persona que es reactiva, es alguien que al presentarse un reto dice que intentará superarlo, pero no lo hace. Tiende a excusarse demasiado ante obstáculos o situaciones complicadas, solo cumpliendo con lo que le piden, sin realizar un poco más de esfuerzo.

De acuerdo con el sitio Excelencia Comercial (2020), existen ventas proactivas y reactivas. Las reactivas son aquellas que se limitan a servir o entregar al cliente solo el producto o servicio que se les solicitó, sin abrir un camino a un nuevo producto ni plantear una alternativa a este. En otras palabras, el vendedor espera que el cliente llame, pida y se le entregue el producto que solicitó, sin tomar la iniciativa en la conversación. El ser un vendedor reactivo es condenarte a vender menos, tener pocas oportunidades de desarrollo y una menor competitividad.

Por otro lado, las ventas proactivas consideran todas las oportunidades de venta, no se limitan a cumplir con lo que el cliente pidió, sino que buscan complementar esa necesidad. Asimismo, los vendedores buscan argumentos válidos que destaquen los beneficios que tiene el otro producto que pretenden vender, por ejemplo, resaltar que es un artículo que tanto hombres como mujeres pueden usar o si hay alguna línea especial para niños y más. Este tipo de ventas, además de mejorar la experiencia del cliente, brindan crecimiento profesional y mayor desarrollo de oportunidades e ingresos.

Cierre

Gracias a esta información, ahora puedes entender lo importante que es la proactividad para el Área de Ventas, no solo a nivel individual, sino también dentro de todo el equipo. El vendedor proactivo, además de brindar beneficios económicos por vender un producto, genera un reconocimiento dentro de la empresa, promueve la relación cliente-vendedor, al proveer una experiencia agradable, y propicia que los clientes se fidelicen con la empresa. Con las herramientas que se mencionaron en el tema anterior y trabajando en hacer de tu día a día más proactivo, podrás enfrentarte de manera satisfactoria a los desafíos que se lleguen a presentar, sin que esto afecte en gran medida las actividades que ya tenías planeadas.

Referencias bibliográficas

- EDVE. (2018). *Proactividad comercial: ¿Cómo ser mejor vendedor?* Recuperado de <https://escueladeventas.org/proactividad-comercial-mejor-vendedor/>
- Excelencia Comercial. (2020). *¿Venta proactiva o venta reactiva?* Recuperado de <http://www.excelenciacomercial.es/venta-proactiva-o-venta-reativa/>
- Torres, D. (2020). *Cómo crear un equipo de ventas colaborativo exitoso.* Recuperado de <https://blog.hubspot.es/sales/como-crear-un-equipo-de-ventas-colaborativo>
- Villalobos, C. (2021). *Cómo ser proactivo para deleitar y fidelizar clientes (8 pasos).* Recuperado de <https://blog.hubspot.es/service/ser-proactivo>

Checkpoint

Asegúrate de:

- Comprender la importancia que tiene la proactividad en el Área de Ventas.
- Entender que la proactividad no es un comportamiento individual, sino que debe formar parte de toda la fuerza de ventas.
- Diferenciar las ventas proactivas de las reactivas.



La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECNOLÓGICO DE MILenio), 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 TECNOLÓGICO DE MILenio.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, embargar, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECNOLÓGICO DE MILenio. Sin embargo, usted podrá bajar la 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 autoría del material.