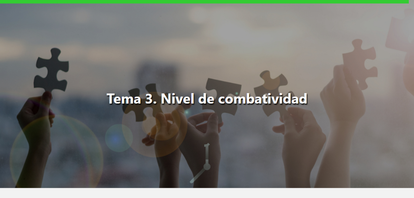


Tema 3. Nivel de combatividad

Introducción

"La diferencia entre una persona exitosa y los demás no está en la falta de fortalezas o en la falta de conocimiento, está en la falta de voluntad"

(Vince Lombardi).

"Su actitud, no su aptitud, determina tu altitud"

(Zig Ziglar).

Estas citas textuales de dos autores clásicos permiten abrir el contexto a este tema en el que podrás analizar tus propios comportamientos no solo ante los clientes en tu rol como vendedor, sino ante las demás personas y situaciones en tu rol como ser humano.

Zig Ziglar es considerado uno de los autores más grandes de libros motivacionales, orador y vendedor de Estados Unidos. Es mundialmente famoso por sus escritos que han sido de gran ayuda para millones de personas, sus más de 30 obras literarias lo llevaron al éxito definitivo.

En el segundo caso, antes de que Lombardi llegara al equipo que lo capacitaría a ganar, su predecesor fue Ray "Scooter" McLean, quien se fue del equipo en diciembre de 1958 tras una serie de pésimos resultados que tenían sumidos a los Packers en la mediocridad: 1-10-1, la peor campaña en su historia. Lombardi, el día que fue presentado, dijo: "Nunca he estado asociado con un perdedor y no espero estarlo ahora".

Como coach, llevó al equipo a obtener cinco campeonatos de la NFL, incluidos los Super Bowls I y II. Vince Lombardi es una de las figuras más especiales que tiene la *National Football League* (NFL), la liga de fútbol americano más importante del planeta.

Estos dos ejemplos permiten contextualizar el tema de la combatividad, dado que el vendedor combativo se caracteriza principalmente por el número de clientes de venta que tiene ante sus clientes, es decir, no fracasa en ninguno de sus intentos.

Explicación

Desde la Revolución Industrial (siglo XVIII), las ventas han evolucionado de acuerdo con las condiciones tecnológicas, económicas y sociales.

Particularmente, la venta agresiva, dura o combativa comenzó después de la Segunda Guerra Mundial y se consolidó en la década de los años cincuenta.

Hoy en día prevalecen muchas organizaciones con este enfoque tradicional de la venta dura, y aunque tiene algunas ventajas a corto plazo, lo cierto es que las circunstancias han cambiado diferentes grupos de mercado exigen cada vez más adaptarse.

La venta agresiva, también conocida como agresividad comercial, es un estilo de comportamiento que trata de generar ingresos a corto plazo. De esta forma se intenta empujar al cliente para que compre impulsivamente y lo más que pueda. En su forma tradicional, se puede definir como una conducta que es reactiva, emocional o de foco limitado (Catucci, s.f.).

Es importante hacer énfasis en que la venta agresiva, de acuerdo con Universidades de México (2022), es una de las formas de venta más intrusivas que existen en el sector, pues implica un gran riesgo y el cliente y sus necesidades quedan en un segundo plano.

Varias organizaciones en pleno siglo XXI siguen utilizando términos como "ganar la batalla" y siguen viendo al cliente como el enemigo a vencer. No se dan cuenta de que la organización perdió en la batalla con el cliente a largo plazo.

En una empresa que está orientada a las ventas prevalece la falta de comprensión de las necesidades y deseos del mercado. Esta es la idea tradicional de pensar en la venta agresiva.

Ante los cambios del mercado, existe una nueva perspectiva de este estilo en el vendedor. Se trata de un cambio de paradigma en el que la combatividad no necesariamente significa agresión.

Te lo explicaremos más claramente...

Dado que el mercado cambió y los consumidores están más informados, son más conocedores y, por lo tanto, más exigentes. No hay que confundir la agresividad con la combatividad, en un vendedor goloso, pueden ser un agente violento, pero a la vez muy amable.

La perspectiva actual sobre lo que se debe entender como agresividad comercial hace alusión al *ímpetu positivo* y autoconfianza con el que una persona persuade, persevera, argumenta ideas, genera necesidades y convence a otros de adquirir su producto (Zambrano, 2020).

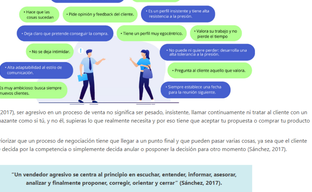
Para Cárdenas (2016), la agresividad comercial que tienen los buenos vendedores puede traducirse en la **intuición** y **tacto** para identificar aquellas señales de compra en los clientes potenciales, hacer **argumentaciones inteligentes**, lograr captar la atención de su interlocutor, definir con exactitud si el cliente firmará y el contrato o en qué fecha lo va a hacer, hacer clientes parciales y solicitar los documentos necesarios para la venta.

La agresividad comercial, continúa Cárdenas (2016), es saber hacer un esfuerzo inteligente, lo que significa que el vendedor **conoce** y **maneja** adecuadamente su agenda, **sabe cómo** hacer una reunión y manejar las objeciones para hacer **cierres efectivos** de ventas. De ninguna manera la agresividad comercial quiere decir engañar al cliente.

Para que seas un vendedor agresivo y adquieras la actitud y mentalidad de la nueva perspectiva de este estilo en la venta, te recomendamos estudiar, practicar, aprovechar el conocimiento, la tecnología y ser positivo ante las adversidades. Gracias a estas competencias y una gran disciplina, Vince Lombardi se convirtió en el personaje más grande de la NFL.

3.1 Pros y contras de la agresividad comercial

A continuación, encontrarás las **características de un vendedor agresivo** (Catucci, s.f.):



De acuerdo con Sánchez (2017), ser agresivo en un proceso de venta no significa ser pesado, insistente, llamar continuamente ni tratar al cliente con un tono alecionador o amenazante como si tú, y no él, supieras lo que realmente necesita y por eso tiene que aceptar tu propuesta o comprar tu producto o servicio.

Ser agresivo significa interiorizar que un proceso de negociación tiene que llegar a un punto final y que pueden pasar varias cosas, ya sea que el cliente se decida por tu oferta, se decida por la competencia o simplemente decida anular o posponer la decisión para otro momento (Sánchez, 2017).

> **"Un vendedor agresivo se centra al principio en escuchar, entender, informar, asesorar, analizar y finalmente proponer, corregir, orientar y cerrar" (Sánchez, 2017).**

Según Actualiza (2019), el éxito de cualquier empresa radica directamente en las habilidades que tengas para conectar y concretar ventas de manera exitosa con tus clientes.

Prepara propuestas de valor que van más allá del producto o servicio que vendes.

Enfócate en las necesidades reales de tu cliente, teniendo como objetivo construir una relación a largo plazo. ¡Conviértete en un consultor!

¿Cuáles son entonces las diferencias entre un vendedor agresivo y uno consultivo?

El vendedor consultivo, que es la contraparte del vendedor agresivo, se caracteriza por su profesionalismo y siempre asesora al cliente, por lo que se involucra mucho en su trabajo y hace ventas de gran cuantía.

Su proceso es largo, pues dedica mucho tiempo a establecer con claridad las necesidades del cliente. El vendedor consultivo se apoya en la metodología SPIN (*Situation, Problem, Implication y Need*) para hacer su trabajo.

Tabla 1. Vendedor agresivo vs. vendedor consultivo.

Vendedor agresivo	Vendedor consultivo
Manipula	Asesora
Intimida	Concilia
Actúa	Respeta
No escucha	Observa y escucha
No le interesan las necesidades del cliente	Satisface las necesidades del cliente
Cierra ventas	Ayuda al cliente
Tiene fecha de caducidad	Genera relaciones a largo plazo

Fuente: Catucci, A. (s/f). *La venta agresiva: qué es y cómo se caracteriza el vendedor agresivo*? Recuperado de https://www.marketingsinderrumbo.com/que-es-la-venta-agresiva#:~:text=La%20venta%20agresiva%20consiste,%C3%A9ste,y%20lo%20m%C3%�s%20que%20queda

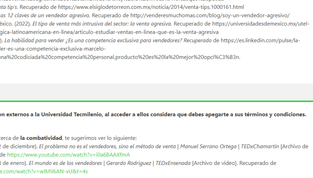
Parte del rol de un consultor de ventas o un vendedor es ponerse del lado del cliente, escucharlo y entenderlo para ayudarlo con lo que necesita. El vendedor debe conocer de forma detallada el producto o el servicio que ofrece la empresa para lograr convertirse en un experto y recomendar al cliente la mejor opción para satisfacerlo (Universidades de México, 2022).

¿Con qué perfil de vendedor te identificas más?

3.2 Perfil del vendedor que se demanda más en la actualidad

Según Burlú (s/f.), para que una venta sea efectiva, esta debe ir precedida de varias actividades de marketing, tales como la valoración de necesidades, investigación de marketing y desarrollo de producto, precio y distribución. Además, es importante que el vendedor cuente con habilidades blandas como las siguientes:

1. **Orientación a objetivos y resultados.**
2. **Orientación al cliente y a la calidad en su servicio**
3. **Capacidad resolutiva.**
4. **Empatía e inteligencia emocional.**
5. **Habilidad negociadora y seguridad en sí mismo.**
6. **Saber escuchar.**
7. **Capacidad de comunicación.**
8. **Automotivación y autodisciplina.**
9. **Honestidad.**
10. **Proactividad**



Si aplicas técnicas más amables, puedes conseguir lo siguiente:

- La confianza de los clientes.
- Construcción de una mejor reputación con cada experiencia positiva.
- Establecer relaciones sólidas con el cliente.

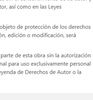
¿Cómo puedes conseguir esto?

1. Debes ser un vendedor que posee un alto nivel de agresividad positiva y no uno violento, grosero o impulsivo.
2. Tener un ferviente deseo de sobresalir y destacar con espíritu de lucha y de ser el mejor.
3. Capacítandote y entrenando para estar siempre en la mejor condición.

Hoy, la agresividad positiva es uno de los factores de éxito en los vendedores triunfadores. Estos factores, junto con la empatía, son los que definen tu potencial de éxito (Reyes, 2014).

Cierre

De acuerdo con Zambrano (2020), en el mundo de los negocios cada vez más competitivo se prefieren las competencias blandas, es decir, aquellas que se derivan de la personalidad humana, pues tienen la capacidad de generar valor en toda la estrategia organizacional y en su cadena comercial.



Una competencia blanda, como la vocación de servicio, requiere de la decisión personal de cada individuo, de sus destrezas personales y superación de paradigmas que limitan una adecuada socialización con los clientes (Zambrano, 2020).

Por lo tanto, no cometas el error de incomodarte o deprimirte cuando alguien te diga que no le interesa lo que vendes, pues no es a ti al que rechazan, sino al producto que de momento no necesitan.

La mayoría de las personas tienen características relacionadas con la persuasión, lo que le permite conseguir oportunidades acordes a tus intereses durante toda tu vida. No obstante, describe Zambrano (2020), hay quienes se doblegan ante hábitos limitantes de pensamientos que bloquean este potencial e impiden liberar al vendedor que hay en su interior. Por consiguiente, es prioritario que seas consciente de estos paradigmas y los cuestiones para convertirte en tu mejor versión como vendedor.

Checkpoints

Asegúrate de:

- Distinguir entre agresividad comercial y la cordialidad ante el cliente.
- Reconocer los nuevos paradigmas para cerrar más ventas.
- Analizar los pros y contras de cada estilo de venta.

Referencias bibliográficas

- Actualiza. (s.f.). *Estrategias agresivas de ventas*. Recuperado de https://www.actualiza.mx/calendario/estrategias-agresivas-de-ventas/
- Burlú, M. (s.f.). *Las 10 competencias más valoradas de las comerciales*. Recuperado de https://recotalent.com/competencias-mas-valoradas-de-los-comerciales/
- Cárdenas, R. (2016). *Vendedores - La Agresividad en ventas*. Recuperado de https://www.ventasporpasos.com/2016/05/vendedores-la-agresividad-en-ventas.html
- Catucci, A. (s/f.). *La venta agresiva: ¿qué es y cómo se caracteriza el vendedor agresivo*? Recuperado de https://www.marketingsinderrumbo.com/que-es-la-venta-agresiva#:~:text=La%20venta%20agresiva%20consiste,%C3%A9ste,y%20lo%20m%C3%A1s%20que%20queda
- Reyes, G. (2014). Venta tipo 5. Recuperado de http://www.ehiglodeterroron.com.mx/noticia/2014/venta-tipo.1000161.html
- Sánchez, A. (2017). *Los 12 claves de un vendedor agresivo*. Recuperado de https://venderemuchomas.com/blog/soy-un-vendedor-agresivo/
- Universidades de México. (2022). *El tipo de venta más intrusiva del sector la venta agresiva*. Recuperado de https://universidadesdemexico.mx/utel-universidad-tecnologica-latinoamericana-en-linea/articulo-estudiar-ventas-en-linea-que-es-la-venta-agresiva
- Zambrano, M. (2020). *La habilidad para vender ¿Es una competencia exclusiva para vendedores*? Recuperado de https://es.linkedin.com/pulse/la-habilidad-para-vender-es-una-competencia-exclusiva-marcelo-#:~:text=Existe%20una%20cualidad%20competencial%20personal,producto%20es%20la%20mejor%20por%C1%E3n.

Para saber más

Los siguientes enlaces son externos a la Universidad Tecmilenio, al acceder a ellos considera que debes apegarte a sus términos y condiciones.

Videos

- Para conocer más acerca de **la combatividad**, te sugerimos ver lo siguiente:
  TEDx Talks. (2019, 12 de diciembre). *El problema no es el vendedores, sino el método de venta | Manuel Serrano Ortega | TEDxChamartín* [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=-0SeEdAAXHck
  TEDx Talks. (2020, 28 de enero). *El mundo en de los vendedores | Gerardo Rodríguez | TEDxEnsenada* [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=wMf6EAN-xUBt&t=4s

Lecturas

- Para conocer más acerca de **la combatividad**, te sugerimos leer lo siguiente:
  Escuela de Desarrollo Comercial para Tecnólogos. (s.f.). *MANUAL DE TÉCNICAS COMERCIALES*. Recuperado de https://www.sysne.org/Publicaciones/ManualTecnicasComerciales.pdf
  Neel-Tb Clients SAS. (s.f.). *Aprende a Vender*. Recuperado de https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/25635/Taller%20Aprende%20a%20vender.pdf?sequence=1&isAllowed=y

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), 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 vídeos, 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 TECMILENIO.

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 TECMILENIO. 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 autoría del material.