

# Vender mejor

Conseguir una base de clientes  
sin ser experto en ventas



Silvia Estrems

## 10 Preámbulo

- 11 Una colección de guías de viaje escritas para lectores profesionalmente activos
- 13 Mapa de las guías
- 14 Una guía práctica para vender mejor
- 17 Mapa de la guía

## 18 Mirada desde otra perspectiva

- 19 *La gallina de los huevos de oro* — Fábula de Jean de la Fontaine
- 20 \*La historia de José, que, a los 55 años, prefiere dar que perderlo todo

## 22 Retrato del destino

- 23 Vender mejor — un destino merecido
- 29 \*La historia de Mariana, que colabora con colegas y amigos de sus clientes
- 31 Topografía de las nuevas referencias: lo que cambia cuando llegamos al destino
- 33 C de Confianza
- 33 C de Creatividad
- 35 E de Ellos (versus nosotros)
- 35 E de Equipo
- 37 G de Ganar
- 38 I de Ideas
- 39 M de Método
- 39 N de Negociación
- 41 P de Plazos
- 42 P de Puerta fría
- 43 R de Ritmo

- 45 **Los rituales en el destino**
- 47 La actitud
- 50 \*La historia de Esther, que ha tardado en encontrar la actitud adecuada
- 52 La escucha
- 55 \*La historia de Ernesto, y su cliente tenso
- 57 El método
- 60 \*La historia de Paulina, que funciona por intuición
- 62 Las preguntas
- 65 \*La historia de Cristian, que ha descubierto el poder de las preguntas
- 66 La preocupación
- 69 \*La historia de Martina, que ha descubierto qué preocupación soluciona
- 71 La preparación
- 75 \*La historia de Javier, que quería aportar valor a su nuevo contacto
- 77 Las relaciones
- 81 \*La historia de Daniela, que ha convertido a un desconocido en amigo y cliente
- 83 El valor de lo que ofrecemos
- 86 \*La historia de Isabel y Marc, que tienen que formular un importe durante la entrevista con su cliente

## **88 Descubrir el viaje paso a paso**

- 89 **Vista global de los pasos a seguir**
- 93 **Lo esencial para aproximarse a un cliente potencial (las 3 as)**
- 94 Acceder a los que nos van a comprar
- 99 Aportar valor a los que nos van a comprar
- 110 Acordar un enfoque de colaboración con los que nos van a comprar
- 117 \*La historia de Jorge, que se aproxima con éxito a un nuevo cliente aplicando las tres as (acceder, aportar, acordar)

- 119 **Lo esencial para construir la solución con los clientes (las tres ces)**
- 122 Comprender las necesidades de cada actor
- 126 Crear una solución diferenciada
- 131 Convencer e influir para que elijan lo que podemos ofrecer
- 135 \*La historia de Fina, que construye, de forma iterativa y con éxito una solución aplicando las tres ces (comprender, crear, convencer)
  
- 137 **Lo esencial para vender a los clientes (las tres uves)**
- 139 Viabilizar la solución
- 140 \*La historia de como aumentar la eficiencia de la solución
- 142 \*La historia de dónde influimos en la decisión
- 143 \*La historia de cómo buscar elementos para ganar
- 145 Valorizar la solución
- 152 Validar con los clientes
- 154 \*La historia de una venta colaborativa ganada, pero que se había podido perder sino se hubieran tenido en cuenta los valores de un decisor
- 158 \*La historia de Carmen, que consigue vender su solución con éxito aplicando las tres uves (viabilizar, valorizar, validar)
  
- 160 **Lo esencial para ser eficiente y disfrutar por el camino**
- 164 **Andando...cuatro itinerarios posibles para vender mejor**
- 164 Itinerario 1: Por cuenta propia
- 168 \*La historia de Francisco, que se centra en proponer un servicio para empresas que combine talento, pasión y valor para sus clientes.
- 169 Itinerario 2: Con socios
- 171 Itinerario 3: Para un cliente
- 173 \*La historia de Roberto, que vende sus habilidades de vendedor
- 174 Itinerario 4: En una empresa

178 Lo específico de los negocios orientados a clientes particulares

## 184 Saltarse las murallas

185 Vender *online*

190 \*La historia de Roger, que ha desarrollado un nuevo negocio vendiendo exclusivamente online

## 192 ¿Listos para emprender el viaje?

## 194 Indicaciones útiles

195 Para ir más lejos

196 Herramientas *web* útiles

198 Lecturas y contenidos *online* inspiradores

## 201 La Autora

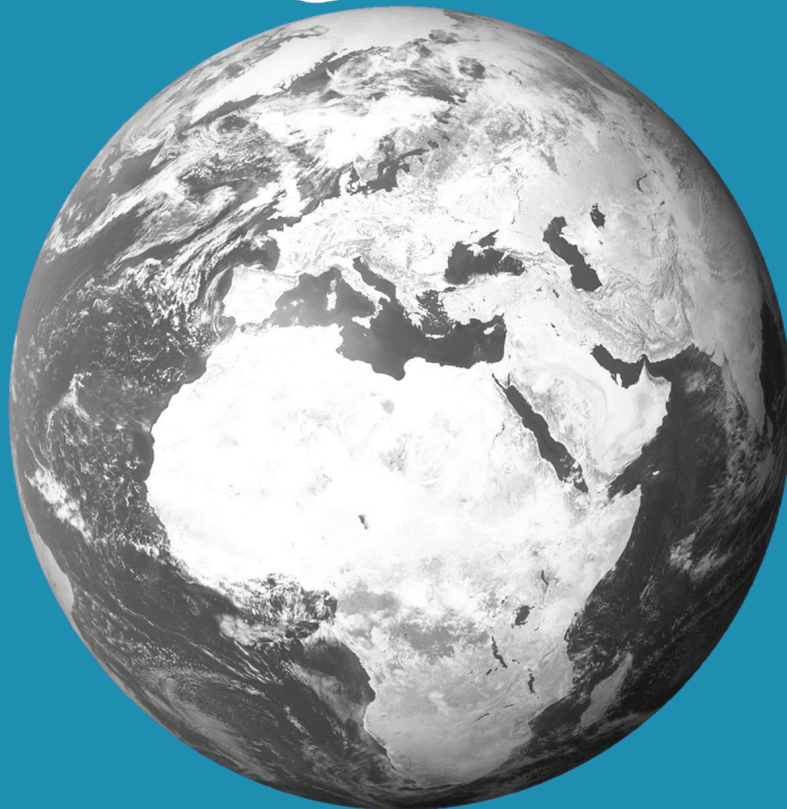
201 Biografía

203 Agradecimientos

\* Las historias son casos basados en hechos y personas reales.

Por respeto a estas personas, he cambiado los nombres.

# Preámbulo



## Una colección de guías de viaje escritas para **lectores profesionalmente activos**

La colección *Guías de viaje por el mundo profesional* está centrada en explorar momentos y situaciones que suelen ocurrir a muchas personas a lo largo de sus vidas profesionales: búsqueda del primer empleo, necesidad de adquirir nuevas competencias, paso de un nivel de responsabilidad a otro, cuestionamientos a propósito de su empleo actual, necesidad de encontrar una nueva actividad profesional o necesidad de construir su legado.

Esta exploración lleva al lector a ver su situación con otra perspectiva y a descubrir herramientas, caminos y opciones para encontrar nueva energía, sentir más seguridad y ponerse en movimiento.

Las guías enseñan al lector diferentes caminos que han permitido a otros recorrer un viaje seguro hacia una nueva consciencia. Es la consciencia de la fuerza que una persona consigue cuando ata su singularidad a su actividad profesional. De allí nace

la energía que le conduce a una vida más plena.

Son guías de verdad. Se pueden leer para descubrir un mundo nuevo y sus posibilidades, y también son una invitación a viajar. No son caminos obligatorios, sino sugerencias de posibles caminos que se adaptan al ritmo, recursos, aspiración y punto de partida de cada lector.

Las guías de viajes por el mundo profesional son una manera de formalizar lo que he aprendido a lo largo de la vida — y que no se enseña en la escuela — y de compartirlo más allá del círculo de mis contactos directos.

Por supuesto, he aprendido mucho de mi vida profesional y, a la vez, una parte significativa de mis aprendizajes provienen de mis frecuentes estancias en las montañas de los Alpes desde que era niña y de los viajes relevantes en mi vida como adulta por la diferencia de los destinos. Por ejemplo: descubrir el Sahel y países adyacentes desde mi estancia en Uagadugú (Burkina Faso), recorrer el Hoggar (Argelia) en pareja con autonomía completa o en familia andando, descubrir el Yemen con dos amigos, hacer *trekking* por Perú, por Tadjikistan en familia y por Zanskar (India) con amigos.

Siempre he aplicado lo que he aprendido siendo viajera y montañera a mi vida personal y profesional. Lecciones como la importancia de prepararse, la necesidad de persistencia y resistencia para lograr el objetivo y de saber renunciar cuando toca para luego obtener un mejor resultado. También he aprendido los beneficios de la serenidad ante lo imprevisto y la aceptación de lo desconocido como fuente de riqueza.

Quiero que estas guías inspiren y ayuden a los lectores a emprender sus propios viajes profesionales.



## Mapa de las guías



# Una guía práctica para vender mejor

Esta guía está concebida para los que tenemos interés en hacer crecer un negocio — ya sea el nuestro o el de una empresa en la que trabajamos — de forma sostenible. Se dirige principalmente a negocios que venden a empresas — el negocio para consumidores se trata en un capítulo específico. Está escrita para:

- personas que no tienen más experiencia de ventas que la de haber comprado productos o servicios, pero ahora deben vender; y también para
- personas que se dedican a vender, pero perciben que ahora su forma de hacerlo no les permite alcanzar los objetivos que tienen.

Los lectores de esta guía tenemos en común que queremos conseguir clientes sin desgastarnos en vender y deseamos que estos clientes valoren más lo que aportamos. Además, nos une un deseo de conseguir una base de clientes fieles para poder dedicar nuestro tiempo a aportarles más valor en lugar de dedicar nuestro tiempo a colocar nuestros productos o servicios a nuevos clientes.

Cuando decidimos vender mejor, queremos que nuestras acciones comerciales nos den mejores resultados. Lograr estos mejores resultados es todo un viaje — un viaje hacia una nueva forma de actuar que se diferencia de la venta clásica. A esta nueva forma de actuar la llamo venta colaborativa. La palabra colaborativa resalta el hecho de que la finalidad de la venta no es colocar un producto o servicio a toda costa, sino establecer las condiciones para una colaboración con el cliente a largo plazo.

Cuando aprendemos a vender mejor, podemos llegar a ser muy felices y vender más que antes — si esto es una de nuestras motivaciones — porque creamos lazos de confianza, respeto e incluso amistad con nuestros clientes.

Para ello, se deben considerar diversos puntos que se tratan en esta guía:

- De entrada, con *Mirada desde otra perspectiva*, abordamos la cuestión de la motivación profunda que debe sostener este viaje para no equivocarnos de destino.
- El capítulo *Retrato del destino* permite conocer y experimentar la perspectiva que he construido con mi experiencia de vender por cuenta ajena y de desarrollar mi propio negocio y, también, la experiencia de las muchas personas

a las que he acompañado como formadora y mentora. Este capítulo ayuda a entender una nueva topografía, nuevos rituales y diferencias con la venta clásica.

- El método que propongo para vender mejor — la venta colaborativa — y las diferentes opciones de uso del método que nos podemos plantear están detallados en el capítulo *Descubrir el viaje paso a paso*.
- Dado que es importante tener diferentes perspectivas, en *Saltarse las murallas*, revelo por qué se puede pensar en adoptar una forma de vender todo *online* y cómo se puede hacer.
- *¿Listos para emprender el viaje?* recoge mis últimos deseos para impulsar el movimiento.
- Una guía de viaje no puede dejar de ofrecer *Indicaciones útiles* que sirven a los que van a emprender el viaje y a quienes ya están inmersos en él.

Con esta guía en la mano, podemos ser más eficientes, sentirnos más seguros y encontrar respuestas a nuestras dudas.

# Mapa de la guía



Listos para  
emprender  
el viaje



Indicaciones  
útiles



Descubrir el viaje  
paso a paso



Saltarse  
las murallas



Mirada  
desde otra  
perspectiva



Retrato  
del destino



## Para ir más lejos

Para ir más lejos, hay cuatro posibilidades complementarias:

- Suscribirse al *blog* Topoguías que ofrece con una frecuencia quincenal, información actual y sintética sobre los temas de la colección de guías. Para eso, regístrate en el formulario al final de esta primera publicación: <https://goo.gl/r9bcBW>
- Adherirte a la lista de viajeros que desean recibir actualizaciones sobre *Vender mejor* y la guía e informaciones relacionadas. Envía un mensaje a [vendermejorinfo@gmail.com](mailto:vendermejorinfo@gmail.com)
- Adherirte a la comunidad de viajeros por el mundo profesional: es un grupo de LinkedIn que facilito con el objetivo de compartir comentarios, consejos de viajes y vivencias. Conéctate con el *link* siguiente <http://url.ie/11r5r>
- Solicitar mi acompañamiento en el marco de sesiones de *mentoring*. Se encuentra información sobre esta posibilidad en mi página *web* Silvia Estrems *Mentoring* ([www.SEMenting.com](http://www.SEMenting.com)). Envía un mensaje a [silvia.estrems@sementing.com](mailto:silvia.estrems@sementing.com)