

¿Tiene usted talento para contratar vendedores talentosos?

Por: Jesús González ©

Desde el punto de vista de Marcus Buckingham y Curt Coffman de la organización Gallup, la capacidad para vender (o para hacer cualquier otra cosa) está regulada por la conjunción de tres elementos; Conocimientos, habilidades y talentos.

Seguramente usted ha tenido experiencias de ventas que le han dejado un mal sabor de boca; ¿Recuerda cuando fue atendido por aquel vendedor que lo único que quería era venderle algo sin prestar atención a sus verdaderas necesidades y expectativas?, ¿y que hay de aquel vendedor que no sabía lo suficiente de su producto o servicio?, ¿o de aquel que tenía tanta flojera para atenderle?. La lista de este tipo de experiencias podría ser bastante larga.

Es probable que este tipo de vendedores conozca por lo menos algo de cómo vender, y quizás haya llegado a desarrollar algún tipo de habilidad para ello, pero seguramente no cuentan con el conjunto de talentos que poseen los vendedores excepcionales.

Cuando en un vendedor existe la conjunción adecuada de conocimiento, habilidades y talentos, hablamos del concepto de fortalezas; Hablamos de la excelencia, más allá que conformarse con hacer bien las cosas.

Primer error. La empresa no cuenta con un proceso de contratación de talentos.

La norma es que, si una persona sabe lo que se considera que debe saber de ventas (conocimientos), y tiene cierto tiempo de experiencia en ello (se supone que ha adquirido habilidad vendedora) entonces es candidato a contratación, amén de otros factores como la edad, el estado civil, etc. Se aplican diversos test de personalidad, de estilo, y aunque muy viejo y obsoleto, el test de inventario de personalidad de ventas (IPV). Todo esto nos dice lo que aquella persona conoce, así como la habilidad que ha desarrollado en ventas, pero no brinda información alguna respecto del conjunto de talentos del candidato.

Por supuesto que existen casos en los que la empresa prefiere contratar personas sin experiencia en ventas, con la intención de "formarlos", digamos de adecuarlos a un estilo; esto no está del todo mal, aunque generalmente el estilo de la empresa no concuerda con el del recién contratado; ¡Vaya!, para empezar no se conocen ni sus talentos. Otro esfuerzo mas en vano. Mas gastos. Persistencia de escasos resultados. Perdida de competitividad, de mercado, etc.

Establezca un instrumento para medir el talento de sus candidatos, calibrado en relación a un análisis de talentos de sus mejores vendedores.

Segundo error. La empresa no cuenta con un sistema de manejo del desempeño de los vendedores basado en las fortalezas.

Una vez identificados los talentos de cada vendedor, la meta es concentrarse en desarrollar esos talentos para que se produzca un desempeño adecuado y cuantificable.

Hablamos de medir si el desempeño es el deseado para cada vendedor, y de sostener conversaciones constantes sobre fortalezas con cada vendedor.

"Solo el 14% del personal de una empresa está realmente comprometido con su trabajo, el resto está físicamente presente, pero mentalmente ausente".

Marcus Buckingham
Primero, rompa todas las reglas



¿Tiene usted talento para contratar vendedores talentosos?

Tercer error. La empresa no cuenta con un sistema de desarrollo profesional basado en las fortalezas.

No se puede construir una organización con base en las fortalezas de las personas, si éstas ascienden para desempeñar roles que no concuerdan con ellas. Es necesario crear otras formas de reconocer los logros de los empleados, diferentes a las de darles poder para mandar a otros. Como primer paso, la organización puede construir más peldaños en la escalera del ascenso e identificarlos con criterios específicos de desempeño del rol. Como segundo paso, se pueden otorgar incentivos para ascender en esta escalera, por ejemplo, designar a los vendedores con el título de "El mejor" en el desempeño de su rol, y darle además algún incentivo o una remuneración mayor que el que apenas comienza.

Ideas de preguntas para la entrevista con candidatos.

- ¿Qué lo trajo aquí?
- ¿Cuáles cree usted que son sus fortalezas?
- ¿Cuáles son sus metas en su puesto de trabajo actual?
- ¿Con qué frecuencia le gusta reunirse con su jefe inmediato para discutir su progreso?
- ¿Tiene alguna meta personal que piense que yo deba saber?
- ¿Cuál ha sido el mejor halago que ha recibido en la última empresa en la que trabajó?
- ¿Cuáles son sus metas de crecimiento profesional a largo plazo?
- ¿Cuáles son las habilidades específicas que quisiera aprender?
- ¿Hay algo más que le gustaría hablar, que pueda ayudarnos a trabajar mejor juntos en su candidatura.

*La mayoría de las personas no conocen sus verdaderos talentos. Dedíquese a descubrirlos
Las personas tratarán de impresionarle en las entrevistas, ocultando en ocasiones sus talentos
Tenga claro cuáles son los talentos que necesita, tomando en cuenta los valores organizacionales, cultura, objetivos, etc.
Identifique un talento crítico y céntrese en él durante la entrevista
Estudie lo positivo, no los fracasos. Enfóquese en los éxitos y determine cómo fueron logrados*

Maneje adecuadamente los talentos en su empresa.

Asegúrese de tener a los empleados correctos en las posiciones correctas, donde sus talentos puedan servir de gran aporte a la empresa. Administre por excepción. No trate a todos de igual forma, trátelos a cada quien de forma que se sientan bien motivados, de la forma que el empleado desea ser tratado. Pase más tiempo con sus mejores empleados. Aunque no sea lo convencional, hágalo porque convierte el talento en desempeño y se centra en la excelencia.

¿Qué tipos de talentos tienen los vendedores excepcionales?

Armonía

Su objetivo es lograr un común acuerdo. Disuade para evitar la confrontación, dispuesto a modificar sus objetivos para que sus valores intrínsecos no choquen. Cuando otros discuten prefiere llevar el tema de la plática a un plano en el que todos puedan coincidir

Auto-Confianza

Comprende la seguridad en sí mismo no solo en lo que se refiere a sus capacidades, sino también a sus juicios. Tiene fe en sus instintos y sabe que es capaz de asumir riesgos. Es capaz de llegar a sus propias conclusiones, tomar decisiones y actuar. No importa cual sea la situación, él sabe que está en lo correcto.

Carisma

Le gusta conocer gente nueva, los desconocidos no le intimidan. Le encanta entablar conversaciones con desconocidos, le da satisfacción romper el hielo y crear nuevos vínculos.

Competitivo

Siempre está pendiente del desempeño de los demás. Le gustan las mediciones, pues a través de ellas puede hacer comparaciones. No compite por competir, compite para ganar.

¿Tiene usted talento para contratar vendedores talentosos?

¿Qué tipos de talentos tienen los vendedores excepcionales? ... (cont.)

Comunicación

Gusta dar explicaciones, ser anfitrión, escribir y hablar en público. Convierte los sucesos en historias excitantes.

Disciplina

Necesita un mundo predecible, ordenado y planeado. Establece rutinas, plazos, fechas. Describe su capacidad de ser meticuloso y preciso en sus acciones, desea sentir que tiene todo bajo control. Este comportamiento debe entenderse como un método instintivo para sostener su productividad.

Empatía

Siente las emociones de quienes lo rodean. Ve el mundo a través de los demás, comparte sus vivencias, perspectivas, logros, etc.

Emprendedor

Siente la necesidad de lograr algo, tiene una sed insaciable de hacer más, de lograr más.

Enfoque

Se fija objetivos constantemente para saber hacia donde se dirige. Selecciona y evalúa si determinada acción le ayudará a lograr el objetivo planteado.

Estratégico

Ordena la confusión y descubre el mejor camino para seguir adelante.

Estudioso

Le encanta aprender. Le gusta la emoción de las primeras tareas.

Excelencia

Busca las mejores perlas del océano, localiza sus mejores cualidades y una vez encontrados las pule, nutre y refina para aprovechar sus talentos al máximo.

Futurista

Mira hacia el horizonte. Es un soñador y tiene visiones de lo que podría ser.

Individualizar

Encuentra las cualidades únicas de cada persona. No le gusta la generalidad, presta mucha atención a las diferencias que tiene cada persona. Agudo observador de las aptitudes del otro, puede obtener lo mejor de ellos.

Iniciador

Impaciente por actuar. Opina que solo la acción hace que las cosas ocurran.

Positivo

Generoso para dar elogios, siempre ve el lado bueno de cada situación. Su entusiasmo es contagioso, siempre tiene la convicción de que es bueno estar vivo

Relación

Le atrae la gente que ya conoce, la intimidad no le incomoda. Piensa que la amistad debe ser recíproca.

Responsabilidad

Asume un compromiso sobre lo que promete. Si asume un compromiso no descansa hasta cumplirlo.

Significación

Desea ser reconocido, escuchado, sobresalir y ser conocido. Necesita ser admirado como una persona creíble, profesional y exitosa.

Jesús González Hernández es Licenciado en Mercadotecnia con experiencia directa en ventas, consultoría y capacitación desde 1980 ocupando puestos gerenciales y directivos.



Teléfonos: (222) 2962985 y 3793167

Celular: 04455-12608431

E-mail:
jesusg@jginstructor.info

MSN Messenger:
jesusg307@hotmail.com

Skype ID:
jginstructor

La capacitación y consultoría profesional resultan en hacer que las cosas pasen ...

y eso es su mejor ventaja competitiva

En 1994, después de siete años de haberse desempeñado como Director General de una empresa del ramo financiero, decide dedicarse por completo a la capacitación y consultoría de manera independiente.

Fue seleccionado por The University of Toyota USA con sede en Torrance, CA. para participar en un completo proceso de entrenamiento en coaching, ventas y en técnicas avanzadas de capacitación. Ha colaborado con Toyota Motor Sales México en el desarrollo e impartición de diversos tipos de cursos para la red de distribuidores.

Cursó los diplomados de Alta Dirección de Empresas (IESDE), Formación de Instructores (COPARMEX México), Formación como Facilitador en Procesos de Mejora Continua (NAFINSA-ITESM), Método de Kepner-Tregoe de Análisis de Problemas y Toma de Decisiones (El Paso, Tx.), y un Diplomado en Metodología de Capacitación vía Internet (UDLA).

Ha tenido oportunidad de trabajar para varios tipos de empresas e Instituciones, entre ellas Coparmex Puebla en donde Jesús fue Presidente del Consejo de Capacitación en el 2005.

Ha sido invitado como conferencista en convenciones de agrupaciones empresariales como Canaco, Coparmex, la Asociación Nacional de Ejecutivos de Crédito y Cobranzas, el Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, la Asociación Mexicana de Ejecutivos de Ventas y Mercadotecnia, la Asociación Nacional de Organizadores de Eventos y la Asociación Nacional de Cirujanos Plásticos.

Ha impartido cursos, conferencias y ha desarrollado diversos tipos de proyectos para el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, la Universidad del Valle de México, la Universidad Autónoma de Puebla, la Universidad Autónoma del Estado de Guerrero y la Universidad de las Américas de Puebla. Es profesor titular de diversas materias para alumnos de las maestrías en Administración y Mercadotecnia en el Instituto de Estudios Universitarios.

Recientemente fue invitado a participar en el CONACYT como evaluador de proyectos especiales.

Es consultor de ventas y mercadotecnia de empresas como Malta Cleyton, Sony y Motorola; en el 2007 se encuentra impartiendo un completo programa de ventas y mercadotecnia en 14 países de Centro y Sudamérica para Motorola Latinoamérica.

Se ha especializado en el desarrollo de proyectos, la consultoría y la capacitación en ventas y mercadotecnia; ha invertido parte de su tiempo en investigar y desarrollar técnicas de negociación basadas en los modelos matemáticos de John Forbes Nash Jr., premio Nóbel de Economía en 1994.

Como expositor, Jesús logra transmitir a los participantes la idea de que se exijan a sí mismos el máximo rendimiento en su vida profesional y en su manejo emocional. Hace énfasis en enriquecer el estilo de liderazgo, favorecer el autocontrol, fortalecer la comunicación, mejorar la toma de decisiones, y en general, lograr potenciar la capacidad de los participantes de un curso.

www.jginstructor.info

Tip's de ventas - Julio/2007, No. 3

Teléfonos: (222) 2962985 y 3793167

Celular: 04455-12608431

E-mail:
jesusg@jginstructor.info

MSN Messenger:
jesusg307@hotmail.com

Skype ID:
jginstructor

La capacitación y consultoría profesional resultan en hacer que las cosas pasen ...

y eso es su mejor ventaja competitiva

www.jginstructor.info

Tip's de ventas - Julio/2007, No. 3

Como instructor, desarrollador de cursos o como consultor de negocios, Jesús ha participado en diversos proyectos, entre otros con:

- Toyota Motor Sales México - The University of Toyota USA
- Asociación Mexicana de Distribuidores General Motors
- Asociación Nacional de Distribuidores de Automóviles Nissan
- Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA)
- Asociación de Distribuidores de Automotores de Puebla y Tlaxcala
- Asociación Mexicana de Ejecutivos de Crédito y Cobranzas
- Asociación Mexicana de Ejecutivos de Ventas de Chihuahua
- Asociación Mexicana de Niños Robados y Desaparecidos
- Asociación en pro de personas con parálisis cerebral (APAC)
- Asociación Nacional de Cirujanos Plásticos
- Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (TEC de Monterrey)
- Universidad del Valle de México
- Universidad Autónoma de Puebla
- Universidad de las Américas (UDLA)
- Universidad Autónoma del Estado de Guerrero
- Instituto de Estudios Universitarios
- Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica
- Canaco
- Coparmex
- Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas en Puebla
- Marketing, Training & Consultants
- Bosch Rexroth
- Viajes Felgueres Helena
- Harmon Hall
- Seguros Comercial América
- Seguros Geo New York Life
- Seguros Monterrey
- Asemex Cia. Aseguradora
- Pensiones Bancomer
- Autofinanciamiento Integral
- Grupo Imagen
- Motorola México y Latinoamerica
- Grupo de autotransporte ADO
- Grupo Bachoco
- Grupo Panalpina
- Malta Cleyton
- Symnetics (Balanced Scorecard)
- Grupo Royal Resorts
- Farmacias del Ahorro
- TMM Brummer México, Europa y Sudamérica
- Grupo Exterior
- Cablemas
- Bristol Myers Squibb
- ANCE (Certificación en NOM)
- Sony
- Skytel
- American Industries
- GV International - R4, Habilidades empresariales para cirujanos plásticos
- GPS Systems México

Teléfonos: (222) 2962985 y 3793167

Celular: 04455-12608431

E-mail:
jesusg@jginstructor.info

MSN Messenger:
jesusg307@hotmail.com

Skype ID:
jginstructor

La capacitación y consultoría profesional resultan en hacer que las cosas pasen ...

y eso es su mejor ventaja competitiva

www.jginstructor.info

Tip's de ventas - Julio/2007, No. 3

Consultoría, análisis, diagnóstico y desarrollo de planes de acción, así como diseño e impartición de cursos (Sírvese consultarnos para mayor información):

Marketing y ventas

- Desarrollo de manuales de ventas para empresas, organizaciones y franquicias
- Desarrollo e instalación de procesos y técnicas de ventas. Desarrollo de fortalezas de ventas
- Desarrollo y capacitación para el control total de la negociación de ventas
- Dirección de investigación y segmentación de mercado. Focus group. Mystery Shopper. Análisis del comportamiento del consumidor. Esfuerzos de Posicionamiento
- Consultoría en comunicación, publicidad y relaciones públicas
- Diseño de estrategias comerciales de productos y servicios. Estrategia BTL (Below the line)
- Optimización de esfuerzos de satisfacción de clientes. Construcción de lealtad, Customer relationship
- Desarrollo de equipos de ventas
- Investigación comercial
- Desarrollo de flujos de valor
- Marketing mix, holístico y relacional
- Lanzamiento de nuevos productos y servicios. Presentaciones de alto impacto. Estrategias de precios
- Canales de distribución
- Ciclos de vida de productos y servicios. Análisis de oferta y demanda
- Envase, empaque y embalaje
- Innovación comercial
- Desarrollo de marcas, branding
- Call center, técnicas de ventas telefónicas
- Programas de prospección constante
- PNL y Análisis Transaccional en ventas

Dirección, gerencia, supervisión

- High performance coaching. Dirección comercial. Gerencia excepcional
- Selección, reclutamiento y desarrollo del talento de ventas
- Sales Team building
- Administración de ventas ante la hipercompetencia

Lean Thinking Sales Process ©

- Orientación de la empresa hacia el mercado
- La empresa orientando al mercado
- Entrega constante del máximo valor posible al cliente
- Sorprender, más allá que satisfacer necesidades
- Fidelizar, más allá que vender
- Ejercicio de un proceso profesional de ventas, desarrollado desde la perspectiva del cliente
- Encontrar, desarrollar y retener el talento
- Hacer mas, con menos
- Mantener, controlar y medir los esfuerzos y los resultados
- Buscar la perfección

Plan de negocios

- Desarrollo e implementación de proyectos conforme a las normas de la Secretaría de Economía