

ANTONIO SÁNCHEZ MARTÍ

El método infalible para
**PERDER EL
MIEDO A VENDER**

**La técnica más efectiva y las tácticas más poderosas
para eliminar de una vez por todas el miedo a vender.
Resultados probados en cientos de vendedores**

<http://www.antoniosanchezmarti.es>

El método infalible para perder el miedo a vender

Y los secretos y tácticas de venta que casi nadie conoce

Antonio Sánchez Martí

Si crees que este material puede ser útil a alguien que conoces, compártelo, pero por favor, no cobres ni modifiques nada. Muchas gracias.

EL MÉTODO INFALIBLE PARA VENCER EL MIEDO A VENDER

He trabajado, literalmente, con cientos de vendedores. Los he tenido a mi cargo, los he formado y los sigo formando en mi actividad. He estado yo mismo en esa trinchera y de hecho allí sigo, es mi pasión.

Y una y otra vez me he encontrado con que el principal enemigo que impide obtener resultados es **el miedo a vender**.

En realidad, el miedo al rechazo por parte del cliente. Es decir, el bloqueo, la parálisis mental y por tanto física que les genera a los vendedores solo el pensar que tienen que «enfrentarse» a los clientes de forma proactiva.

Tienen que visitarles, tienen que llamarles por teléfono, muchas veces sin que el cliente les este esperando o sepa de esa visita o esa llamada. **Y sé que eso es aterrador, porque yo también estuve ahí** y conozco de primera mano lo poderosa que es esa sensación. Lo que paraliza.

Entonces comienzan los diálogos internos sabotadores. Esos que van a pensar de mí, me cerrarán la puerta en las narices, serán bruscos y desagradables conmigo, me colgaran el teléfono sin educación...

Esta situación genera mucha miedo, llegando incluso hasta el pánico.

Cuando no incapacita directamente, **nos ponemos mil excusas para no realizar la tarea** y, por eso precisamente, **nos es muy difícil obtener buenos resultados porque no hacemos la gestión comercial que hace falta**.

La cuestión es esta, las ventas son necesarias, **son lo más necesario**, de hecho. Y sin embargo nada hay más común que evitarlas por culpa de ese miedo al rechazo y a vender.

Por eso, durante todo este tiempo, en lo que enseñé me he centrado en crear y refinar un método personal para eliminar ese miedo de una vez por todas.

Eso vamos a ver aquí, lo he probado y mejorado durante todos estos años y te aseguro que es lo que mejor funciona. Pero no sólo eso, además te voy a revelar una serie de secretos y dar unas tácticas prácticas adicionales, muy sencillas, para que de una vez por todas el miedo a vender sea cosa del pasado.

1. LA TÉCNICA DE LA SITUACIÓN A LA INVERSA

Durante estos años, la solución que trabajé y resulta más eficaz para eliminar el rechazo a la venta es trabajar lo que llamo **ejercicios de situación a la inversa**.

Idealmente, este debe ser un ejercicio guiado por un experto, para saber bien qué corregir, en qué incidir, qué señalar y qué directrices dar según cada caso personal. Pero aún así, mi convicción y mi experiencia es que realizar este ejercicio con otra persona motivada por el tema, o incluso uno mismo, también trae resultados muy positivos y tangibles.

La técnica de la situación a la inversa consiste en una serie de ejercicios donde los vendedores hacen de sus propios clientes y yo de ellos mismos, simulando una situación real del día a día en una gestión comercial de visita o llamada a uno de sus clientes.

Este ejercicio es muy poderoso porque entendemos de primera mano que presionando y **hablando solo de nosotros mismos (producto, empresa...) no interesamos nada al cliente**.

Siempre he pensado que muchos de los males de las ventas radican en que perdemos la capacidad de ponernos en la piel del cliente. Así convertimos la venta en un enfrentamiento de voluntades, donde hay que manipular al otro para que nos diga que sí.

En esta técnica el vendedor comprende cómo hace sentir al cliente y por lo tanto por qué actúa el cliente no comprando, quitándoselos del medio, diciendo que se

lo pensarán en el mejor de los casos... o colgándoles el teléfono y no respondiendo emails de la oferta que se les pasó.

Y lo más importante es que veo cómo los vendedores, en su vida real, ven que sienten lo mismo que sus clientes cuando un vendedor les trata así.

Sin embargo, algo ocurre que, **en cuanto nos ponemos el sombrero de vendedor, esto se nos olvida**, seguramente por la autopresión que tenemos por la venta.

En esos ejercicios les hago entender que tienen que tener autocontrol y hacerlo correctamente, porque trabajando bien (tratando como se debe un proceso comercial adecuado) **la venta va a llegar**.

Después de este ejercicio es cuando los vendedores despiertan y ven lo que no se debe hacer y cómo hacerlo correctamente.

2. EL CAMBIO DE MENTALIDAD NECESARIO

Superar al miedo al rechazo supone un cambio de mentalidad.

En esos ejercicios de situación a la inversa obligo a los vendedores a ponerse en la piel del cliente, eso les permite ver qué no deben hacer, qué causa rechazo, qué es adecuado y qué no.

Si tenemos colegas vendedores podemos practicar con ellos, si no es así, podemos practicar con conocidos que nos ayuden. Aunque es cierto que no tendremos todos los beneficios que siendo guiados por un experto, siempre tendremos más que no haciendo nada.

Podemos incluso hacer un ejercicio mental nosotros mismos. Repasa tu proceso comercial y ponte en la piel del cliente a la hora de hacerlo.

Imagina que te llaman a la hora de la siesta. ¿Estás receptivo? Si te pones de verdad en el lugar del otro (todos hemos estado ahí) ¿cuidaremos más las horas de llamar y nos fijaremos en si la vamos a hacer en el momento adecuado? ¿Y si estamos en medio de nuestro trabajo y suena el teléfono? ¿Y si empezamos con una llamada en la que hacemos una introducción aburrida y larga sin indicar el motivo? ¿Y si no damos un incentivo para seguir escuchando?

Cuando nos ponemos en la piel del cliente, de pronto las piezas sobre por qué nos rechazan empiezan a encajar.

No caigamos en el error más común, el de olvidarnos de qué haríamos nosotros en la situación del cliente, en el de perder la empatía, porque comenzaremos a cometer todos esos errores y tendremos miedo al rechazo con razón.

Aunque el pilar principal son esos ejercicios que producen enormes cambios en el vendedor, también aplico una serie de tácticas adicionales que borran ese miedo casi por completo.

Estas son las más poderosas.

3. AFRONTANDO LA CARA DE POCOS AMIGOS

La gran mayoría de las veces enseñé a mis vendedores que las caras de pocos amigos, el mal carácter y las respuestas groseras **tienen que ver con los clientes, no con nosotros.**

No tienen nada en contra de ti como persona, es imposible ya que no te conocen, así que **nunca hay que tomarse un no en las ventas como algo personal, porque no lo es.**

Te ha tocado un mal momento de encontrar al cliente y a veces la vida es así, son gajes del oficio y el vendedor experto lo sabe y se lo toma como un pequeño bache en la carretera. Y sigue adelante hacia su objetivo del sí, no detiene su coche a lamentarse por el bache.

Puede ser que los clientes estén enfadados por otra cosa, estresados, ocupados... Pero **el motivo de las caras de pocos amigos son ellos, no nosotros.**

Y si alguna vez me he topado con una persona cínica y dura de verdad, también he descubierto que tras las personas más duras se escondían las más vulnerables.

Cuando entiendes esas cosas no sientes rechazo, empiezas a sentir comprensión, a veces un poco de pena si es que la gente es así, porque algunos van a ser así y nos los encontraremos, aunque afortunadamente serán una minoría.

Hago que mis vendedores reciten, repitan, escriban y hagan suya la declaración de que los malos modos tienen que ver con el mal momento del cliente, no con nosotros.

Lo hago porque es verdad y porque el cambio que experimenta la mayoría es abrumador.

4. HAY FACTORES QUE NO ESTÁN BAJO TU CONTROL

Hay veces que de verdad la gente ha de consultarlo con su pareja, no tiene el dinero ahora aunque tiene el interés... Es liberador darse cuenta de que, **en la mayoría de situaciones, nadie tiene la culpa de nada, especialmente nosotros.**

Si has hecho una buena presentación, has seguido un método probado y aún así no lo has conseguido, no pasa nada, **nadie tiene la culpa de nada, es lo más normal.**

Si un cliente no tiene el dinero, ni el mejor vendedor del mundo puede conseguir que le compren.

Que no hayas conseguido el cierre no significa que lo hayas hecho mal. Hay cosas que no controlamos y debemos abrazar esa verdad y mejorar todo lo posible lo que sí podemos influir, como nuestra presentación y las veces que lo intentamos.

Hay que ver si lo estamos haciendo bien y ser exigentes con nosotros mismos, pero he visto a muchos vendedores que se machacan demasiado cuando, simplemente, no podemos controlar todo lo que hay en juego. Y siempre vamos a recibir más noes que síes.

Eso es lo normal en la venta y lo que me lleva al siguiente punto.

5. CONOCE LA VERDADERA REALIDAD DE LAS VENTAS

He aquí un secreto: muchos vendedores, algunos con muchos años de experiencia, en realidad no saben realmente cómo funciona esto. No saben cuáles son las cifras que pueden esperar o cuántos intentos son necesarios habitualmente para cerrar un negocio.

Y por eso se ponen mucha presión, porque intentan conseguirlo a la primera o a la segunda, **cuando eso es prácticamente imposible** para la mayoría, no importa lo bueno que seas.

Muchas veces no es que el vendedor sea «malo» es que se pone una enorme exigencia interna intentando conseguir la venta de un modo imposible.

Por eso otro de los pilares para quitar el miedo al rechazo es mostrarles la realidad de la venta que casi nadie conoce.

Para empezar, el gran «secreto» es **que las ventas se cierran tras más intentos de los que crees, tras un seguimiento proactivo.**

Presta mucha atención a estos datos reales:

Marketing Donut (horrible nombre para una empresa, pero recoge buenos datos) cuantificó que **un 92% de los vendedores abandona después de recibir cuatro negativas.**

Pero he aquí la otra cara de la moneda, también calculó que **el 80% de los clientes potenciales dice «No» cuatro veces antes de decir «Sí».** ¿Qué significa eso? Lo siguiente...

6. CAMBIA LA MENTALIDAD ANTE EL «NO»

Para empezar esto significa que **es muy importante que cambiemos nuestra mentalidad hacia el no** y perderemos el miedo a las ventas de manera natural.

Como podemos apreciar, **el «no» es una parte inevitable y natural del proceso de venta**, por eso debemos esperar, aceptar e incluso «abrazar» el no, ir a buscarlo.

Te voy a decir cuál es la mentalidad de los vendedores de élite con los que he tratado. Ellos ven la venta así: **obienes síes necesariamente después de toparte con un cierto número noes, no hay otra manera.** Los noes son parte natural del proceso que lleva a la venta y hace falta encontrar unos cuantos antes del sí.

Sin noes no hay síes y por tanto, **no sólo los buenos no los evitan, sino que van a por ellos directamente, a quitarlos de en medio cuanto antes porque saben que, cuanto más pronto reciban los inevitables noes, antes llegará el sí.**

Es como el corredor que sabe que antes de llegar a su destino tiene que saltar ciertas vallas. Lo que hace es correr hacia las vallas, encontrarlas cuanto antes y superarlas, pues una valla (un no) es sinónimo de que se está acercando al éxito, de que tras unas cuantas, obtiene un sí.

No vuelve a la valla, no se queda parado si la tira, lamentándose. Sigue corriendo hacia el sí, superando el resto de vallas que sean necesarias.

Piensa en el mejor jugador de fútbol del mundo. ¿Cuántos disparos falla en los partidos hasta que mete un gol? Muchos más de los que acierta, porque **sabe que el gol está tras todos esos disparos fallidos**, porque sabe que cuanto más lo intente, más goles meterá.

Y nadie recuerda los fallos porque, al igual que los noes en las ventas, no importan.

Los noes **son necesarios, son inevitables, no tienen importancia y son mucho más comunes que los síes.** Encontrarnos con una negativa no significa que estemos fracasando, **nos indica que estamos en el camino correcto hacia el sí.**

Si yo te dijera que el sí se encuentra después de diez noes, correrías al encuentro de esos noes para quitarlos de en medio cuanto antes, porque sabes que, sólo tras haberte topado con suficientes, obtendrás una respuesta positiva.

Pues bien, esa es la actitud correcta porque las ventas funcionan así. Y cuando cambiamos el chip, el miedo a la negativa no es que desaparezca, es que ahora corremos hacia el no en vez de huir de él.

7. CONOCE LOS INTENTOS NECESARIOS HASTA LA VENTA

La empresa *Scripted* recogió también datos y descubrió que **un 80% de ventas requiere de 5 llamadas de seguimiento.**

5 llamadas no son pocas, y te aseguro que el seguimiento que hace la mayoría es apenas una llamada más tras el primer contacto, y cede tras ese no o ese «me lo pensaré». Sin intentar renegociar, sin saber por qué ha obtenido ese primer no y sin volver con otra oferta nueva que contemple solucionar la objeción.

De hecho, *Scripted* también calculó eso mismo, que **un 44% de vendedores abandona tras la primera llamada. Casi la mitad.**

8. CREE EN EL PRODUCTO

Esto es tan fundamental, y sin embargo tantos vendedores no lo aplican...

Billy Mays fue probablemente el vendedor moderno más exitoso. Vendió los más diversos productos, sus resultados sumaron millones de dólares y las marcas se lo rifaban para que promocionara sus productos.

Y su regla número 1 era:

«Si yo mismo no uso el producto, no lo promociono. Si no creo al 100% en él, no podré venderlo».

Porque esta es la realidad. Si nosotros mismos no creemos en el producto, ¿cómo podemos esperar que el cliente crea? La respuesta es que no podemos esperararlo.

Ni el mejor vendedor del mundo puede arreglar un producto mediocre y, aunque dichos vendedores pueden endosarlos, a medio plazo hemos cavado nuestra tumba, habremos socavado lo más importante, nuestra honestidad. Y nos enterrarán en quejas.

Cuando crees de verdad en algo vas a un amigo y se lo recomiendas sinceramente, porque piensas que le va a mejorar su vida. Pues bien, **esa es la misma perspectiva que hemos de tener de cara al cliente con el producto que le vendemos.**

Cuando es así, vamos motivados a vender, como vamos motivados a ese amigo a recomendarle la película que tanto nos ha gustado. Sin miedo alguno.

9. CONVIÉRTETE EN ASESOR Y DEJA DE SER VENDEDOR

Un buen vendedor en realidad no vende, ese es otro gran secreto. **Un buen vendedor asesora sinceramente al cliente.** Esto conecta directamente con lo anterior.

Si tenemos el bienestar del cliente en nuestra mente cuando le vendemos, no sólo eso se transmite en nuestro discurso y nuestro lenguaje no verbal (uno de los aspectos más importantes de la venta) sino que forjaremos confianza y las ventas empezarán a hacerse sin esfuerzo.

El cliente confiará en nosotros, recordará que le dimos valor en el pasado y, cuando vayamos a venderle de nuevo, no necesitaremos memorizar largos discursos de venta.

Ser asesores incluye el que, a veces, dejaremos de vender algo porque no consideramos que de verdad mejore la vida del cliente, pero a medio plazo, ese renunciar a intentar una venta por presión nos dará más ventas en el futuro.

De hecho, **ser asesores nos permite seguir derrotando a ese miedo paralizante**, porque ir a alguien con la mentalidad de recomendarle lo mejor para su caso es muy diferente a la noción de que esto es un duelo de voluntades, donde he de vencer resistencias e «imponerme» al cliente. No hay duda de por qué esta segunda mentalidad congela y produce rechazo, en nosotros y en él.

Crear en el producto y convertirnos en asesores, y no vendedores, ser 100% honestos y «buenos» en todos los sentidos, supone un cambio de paradigma que, cuando lo enseñó a muchos vendedores les permite multiplicar sus porcentajes de cierre.

10. CONOCE ÍNTIMAMENTE LO QUE VENDES

Cuando eres un experto en un tema tienes la seguridad total sobre el mismo y puedes entablar cualquier conversación sobre eso, con cualquiera y en cualquier momento, en vez de entonar un discurso robótico y memorizado.

Y si la conversación deriva por derroteros inesperados, o le surgen preguntas al cliente, **no pasa nada, uno se siente seguro porque se sabe bien la lección.**

Por el contrario, cuando te dan un guión mecánico que has de empollar como en el colegio, la inseguridad comienza a aparecer dentro de nosotros y **de ella se alimenta el miedo al rechazo y la venta.**

Como podemos ver, estas tácticas se apoyan unas sobre otras para hacer de nosotros un vendedor experto e imparable.

Si creemos en el producto, y vamos con la mentalidad de asesorar lo mejor posible al cliente sobre un tema que conocemos íntimamente, no sólo es que el miedo disminuye hasta desaparecer, es que disfrutamos con la conversación, sale natural, el otro nota esa seguridad y convicción, se le transmite.

Aprenderse un discurso o una lista de características no sirve para vender.

Si por ejemplo yo soy asesor financiero (fíjate que no digo vendedor) y conozco íntimamente aquello de lo que hablo, puedo recomendar con seguridad lo que mejor conviene al cliente, las opciones adecuadas y soluciones a los problemas que me exponga, aunque me los pregunte por sorpresa.

¿Quieres machacar el miedo y la inseguridad ante la venta? Conoce íntimamente lo que vendes, preocúpate por aprender sobre ello.

Las tiendas Apple sólo contratan a gente que usa sus productos, a fans que conocen de pe a pa todas las características de sus productos. ¿Por qué? **Porque Apple sabe que esas personas son los mejores vendedores posibles.**

Seamos como Apple.

11. TENER UN MÉTODO QUE FUNCIONE

Por supuesto, no se trata sólo de vencer el miedo. Yo puedo enviarte muy motivado con una cucharilla a que derribes una pared, y te desesperarás porque no llevas contigo la herramienta adecuada.

Todo lo que hemos visto se puede multiplicar en efectividad si conocemos el método de venta que más posibilidades tiene de funcionar. Aquel que aprovecha, de manera natural, los principios fundamentales de cómo persuadir y cómo es una situación en la que alguien acaba comprando.

Personalmente enseñé un método que los vendedores pueden ir y aplicar con la seguridad de saber lo que tienen que hacer en cada paso y ante cualquier eventualidad: Cómo empezar, cómo hablar, cómo cerrar y pedir la venta...

He aquí el gran secreto: **nuestros miedos vienen casi siempre de la incertidumbre, no de peligros reales, sobre todo en la venta.**

En realidad, cuando vendemos, no hay ningún león tras los arbustos, ninguna amenaza real tras una esquina, por eso el miedo viene por esa incertidumbre y, por eso, **cuando tienes un método de venta y sabes qué has de hacer en cada paso, esa incertidumbre y ese miedo se disipan.**

Vas hacia la jungla con la seguridad de estar bien armado con lo que funciona. Eso multiplica la confianza por mil.

Con las tácticas anteriores y con esta estamos reduciendo esa incertidumbre a través del conocimiento. Conocimiento del producto y también conocimiento de los métodos de venta.

Uno puede ser muy bueno conociendo algo y venderá, porque transmite esa pasión. Pero he aquí el secreto de los grandes vendedores que multiplican por diez a los demás: **saben el método, se han formado en ventas, la formación en ventas es el gran multiplicador de las cifras de cierre.**

De hecho, si no tienes un método o si no te está funcionando, [te invito personalmente a que me escribas comentándome su problema, y te ayudaré sin compromiso].

12. ENSAYAR, ENSAYAR Y ENSAYAR

Steve Jobs parecía un comunicador natural, uno de esos nacido para cautivar a las personas y venderte mientras tanto. **Pero no tenía nada de natural, no había nacido con eso y nadie nace con eso, aunque a veces lo parezca.**

Todos esos que lo parecen es porque hacen lo mismo que Jobs, **ensayan y ensayan con precisión hasta que la práctica hace que hablar parezca innato.**

La práctica es lo que permite que nos desensibilicemos ante los nervios.

Los veteranos en cualquier cosa, incluidas las ventas, tienen un aplomo, especialmente «bajo el fuego» que todos los novatos envidian. ¿Por qué? **Porque han estado ahí muchas veces y se han desensibilizado.**

Los buenos psicólogos saben que el único método que funciona para vencer un miedo es exponerse, primero poco a poco, luego cada vez más hasta que somos veteranos y nos hemos inmunizado.

Por eso mi método de situación a la inversa. No sólo conecta con el hecho de que hemos de ponernos en la piel del otro, sino con vernos inmersos en esa situación de ventas a fin de ir desensibilizándonos y que el miedo no nos afecte.

Funciona, te lo aseguro. Años y años de investigación y estudios no están equivocados, este es el método y todo esto que te he explicado aquí funciona, porque lo he visto con la infinidad de vendedores y empresas con los que he trabajado. Cambios radicales, mejoras de resultados...

Así que solo te voy a pedir un favor, aplícalo, porque es lo más efectivo.

Y ya sabes que, si tienes cualquier duda, puedes [contactarme sin compromiso y hablamos].