



¿Depende la viabilidad de los centros fitness de sus equipos comerciales? ¿Es prioritaria la venta en nuestra planificación estratégica? Sea cual sea la respuesta, lo cierto es que la captación de clientes ha provocado, provoca y provocará más de un dolor de cabeza al mejor de los gestores. Si compartimos esta afirmación y pensamos que vender es importante, entonces el vendedor se convierte en pieza clave en cada instalación. ¿Qué características, habilidades y competencias debe tener un buen vendedor?

La compra-venta está fuertemente vinculada al origen y devenir de las personas. ¿Seríamos capaces de encontrar a alguien que no haya vendido algo en su vida? Nos resultaría muy difícil, verdad. Entonces, ¿por qué parece tan complicado eso de vender? Quizá sea porque hay grandes diferencias entre haber vendido, ser vendedor y ser un buen vendedor.

Aprendí mucho de mi tío Paco, que fue vendedor durante más de cuarenta años. Yo lo recuerdo con su libreta en la que apuntaba con un lápiz todas las gestiones que realizaba cada día. Mantenía actualizada la lista de sus clientes, lo que había vendido a cada uno, el dinero cobrado y el adeudado. Vendió de casi todo, desde enciclopedias a vino. Un día me dio 3 consejos que he ido entendiendo y compartiendo con el paso de los años. Estos fueron sus consejos:

- Escucha mucho y en cada momento habla lo justo y necesario.
- Preocúpate por el cliente. Más vale mantener un cliente que captar dos nuevos.
- Llega antes al trabajo y márchate después. Predica con el ejemplo.

Tradicionalmente el vendedor se asimilaba al cazador cuyo único objetivo era cobrarse su pieza...costara lo que costara. Pero el consumidor ha ido aprendiendo y hoy accede fácilmente a toda la información sobre los productos y/o servicios (está formado e informado) y no se deja atrapar tan fácilmente. Hoy es el cliente quien marca el rumbo, es mucho más exigente. Por eso es necesario un cambio de estrategia dejando de un lado las conocidas fases de la venta AIDA (Atención, Interés, Deseo y Acción) porque ya no aseguran el éxito, para centrarse más en las personas que intervienen.

Ante esta nueva situación, y desde mi experiencia en el mundo de las ventas, os presento las características que debería tener todo buen vendedor. Para mí ese "supervendedor" ha de ser:

- 1. Detective:** siempre buscando información, datos, pistas que le ayuden a conocer mejor su producto, el mercado en que se mueve, la competencia y sobre todo al consumidor. Nuestro vendedor cuenta con sus propios confidentes, con sus "compinches" y se mantiene siempre en escucha activa. Una buena escucha conduce a una buena conversación.
- 2. Agricultor:** siembra para luego recoger. Es paciente y perseverante. Cuida el terreno de juego creando el clima adecuado que facilite la transacción. Está orientado a la fidelización de los clientes.
- 3. Disciplinado:** revisa y cuida los detalles. Dedicar el tiempo necesario a los preparativos y al seguimiento de la venta. Es puntual y muy respetuoso con su agenda.
- 4. Networker:** potencia las relaciones y los contactos. Busca referencias. Sabe que detrás de un café hay una potencial venta. Cultiva la colaboración y facilita la suma de sinergias. Genera comunidad alrededor del producto/servicio.
- 5. Visionario:** atento a las emociones. Sabe que vende "visiones" (lo bien que te encontrarás, lo guapa que estarás...). Es un facilitador que se orienta a aportar valor. Vende soluciones y tiene claro que no todo depende del precio.
- 6. Tecnólogo:** amigo de las nuevas tecnologías. Aprovecha las herramientas y los programas que el mercado pone a su disposición para optimizar tiempo y esfuerzo. Está en

las redes sociales y se adapta a las últimas tendencias.

- 7. Boxeador:** encaja perfectamente un NO del que rápidamente aprende. Tiene claro que un no es el camino hacia el sí. Sabe transformar las dificultades en oportunidades que le conducen al éxito. No se rinde fácilmente porque confía en sí mismo. Mejora desde la autocrítica. Gestiona adecuadamente las objeciones. Es una persona positiva.
- 8. Apasionado:** sabe que así podrá contagiar su pasión a los clientes, ya que para él la venta es una transmisión de entusiasmo. Cree tanto en lo que vende que transmite la confianza necesaria para alcanzar el cierre.
- 9. Deportista:** orientado a resultados. Aborda cada partido (proceso de venta) de forma distinta, personalizada. Adapta su estrategia a las características, perfil y necesidades del potencial cliente. Antepone sus valores ante la decisión de vender a cualquier precio. Sale a ganar sabiendo que puede perder. Es un gran competidor.
- 10. Asesor:** su principal función es ayudar, no persuadir. Considera la venta como un servicio y no una batalla. Acompaña al cliente en su decisión de compra y se ponen a su disposición si no consigue su objetivo en un primer momento. Ofrece sus conocimientos y consejos para que la toma de decisión sea la acertada. Es un vendedor de excelencia.

El buen vendedor identifica rápidamente las necesidades de las personas para intermediar entre ellas y los productos/servicios que representa. Para ello ha aprendido a preguntar. Hace pre-

guntas específicas y abiertas, y no de las que se puedan responder con un sí o un no. Se centra en lo importante y evita saturar de información necesaria al cliente. Nuestro supervendedor entabla con sus clientes una larga relación, incluso de amistad, cuidando mucho el día después ya que es el inicio de esa relación.

En definitiva nuestro vendedor, vende soluciones. Siendo capaz de alinear el proceso de venta con el proceso de compra del cliente. De esta manera está preparado para aportar beneficios. Su carácter positivo le ayuda a vencer los temores y el buen humor preside todas sus acciones. Los vendedores exitosos son divertidos y disfrutan vendiendo.

En nuestros centros deportivos necesitamos buenos vendedores, personas que reúnan las competencias que se merecen los clientes. La mayoría de personas no valen para desarrollar estas funciones pero un buen gestor ha de ser capaz de identificar este "talento" y contratar a aquellos que lo tengan. Insisto, el buen humor es señal que estamos ante un potencial crack de las ventas.

Acabo estas líneas con una frase de César Piqueras que en su libro "Venta por relación" nos identifica el auténtico roll que desempeña un buen vendedor. César dice que "el vendedor une, hace matrimonio entre las necesidades del cliente y las características o ventajas del producto." Pues, que así sea, y por muchos años.



Vicente Javaloyes

Profesor titular INEFC
GISEAFE - Grupo de Investigación Social y Educativa de la Actividad Física y el Deporte