



# La motivación y la actitud como motores del éxito en ventas

Enrique Maldini



# MOTIVACION Y ACTITUD

Por Enrique Maldini

---

*El éxito en las ventas en general y en la fase de prospección en particular va más allá del desarrollo de las habilidades adecuadas y de aplicar los mejores procesos. Aunque las capacidades individuales y las metodologías son elementos centrales, el éxito de una carrera de ventas se sustenta sobre algunos aspectos intangibles que actúan como verdaderos catalizadores hacia resultados sostenidos en el tiempo. El factor intangible más importante que complementa los elementos "duros" es la motivación y la actitud. En este artículo examinaremos este elemento intangible para ayudarlo a convertirse en un profesional de ventas de elite.*

---

## MOTIVACIÓN Y ACTITUD: ¿CUÁL ES EL SECRETO?

Cuando alguien alcanza cierto nivel de éxito en su profesión de inmediato la gente quiere saber cómo lo ha logrado. Esto es cierto en cualquier negocio: todo el mundo quiere averiguar los secretos del éxito. Centenares de libros se han escrito sobre este particular, y muchos casos son objeto de estudio en ámbitos académicos. Aún así, no hay un único y exclusivo secreto, aunque siempre resulta útil observar los patrones de comportamiento de la gente exitosa.

Aunque mucho se ha escrito y discutido sobre los factores que conducen al éxito en la profesión de ventas, la gente verdaderamente exitosa en su carrera tiene una cosa en común: entienden que una actitud positiva y un alto nivel de motivación (combinando optimismo, fe genuina y entusiasmo) es la llave para lograr altos niveles de desempeño en la actividad. A ellos les gusta lo que están haciendo y se sienten bien con eso que hacen. En otras palabras, su actitud es positiva y ellos transmiten esa actitud mientras están haciendo su trabajo.

A pesar de eso, muchos profesionales de las ventas encuentran difícil mantener un alto nivel de motivación cada nuevo día de trabajo. Esto sucede porque, erróneamente, creen que su actitud es el resultado de las circunstancias externas que los rodea en lugar de algo que está bajo su propio control.

## **LA ACTITUD NO ES EL RESULTADO DE LO QUE SUCEDE EN EL MUNDO SINO CÓMO UNO INTERPRETA LO QUE SUCEDE EN EL MUNDO.**

Tomemos el caso del clima por ejemplo: muchas personas se deprimen los días de lluvia, mientras que otras logran altos niveles de motivación en esas mismas condiciones. Lo mismo ocurre con el invierno, que es del gusto de muchos, mientras que para otros el verano es sinónimo de felicidad. En definitiva, la actitud es el filtro mental a través del cual observamos el mundo. Algunos ven el mundo a través del filtro del optimismo: no importa lo que pase, ellos siempre ven el vaso medio lleno y actúan en consecuencia. Cada gran profesional de las ventas piensa de ese modo. Otros, en cambio, eligen ver el mundo a través del filtro del pesimismo: no importa que suceda, ellos siempre ven la parte medio



vacía del vaso. Las personas que piensan así no deberían estar en ventas, sencillamente.

De todos modos, de acuerdo a nuestras investigaciones, buena parte de los vendedores no se inscriben en ninguno de los dos extremos, sino que poseen un filtro "variable" que crea recursos constructivos o destructivos basados en apreciaciones arbitrarias de los eventos que les toca vivir.

El desafío consiste en cambiar esos filtros mentales variables "fuera de control" por un filtro conscientemente optimista. Esto creará de modo consistente la actitud que resultará en un alto desempeño en ventas.

Paralelamente, aquellos que logran la cima en su actividad como ejecutivos pagan un determinado precio haciendo un esfuerzo honesto y real para hacer algunas cosas fundamentales que deben ser hechas. Como reza el dicho: "acepta las cosas que no puedes cambiar y cambia las cosas que pueden ser cambiadas". El triunfo como profesional de ventas implica abrir la puerta al interés y la curiosidad de un prospecto para luego incentivarlo a actuar. Y esto no se logra sin coraje, perseverancia, ambición, deseo, y creer en uno mismo. Todos componentes de su mejor aliado: la motivación y la actitud.

### **¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES LA ACTITUD Y LA MOTIVACIÓN EN NUESTRA PROFESIÓN?**

Muchos vendedores exitosos le dirán que Usted puede triunfar sin experiencia (algunos son exitosos desde el día uno), sin habilidad (sólo tienen que trabajar más duro), y aún sin conocimiento (venden soluciones simples para necesidades simples). Pero al mismo tiempo le dirán que no es posible alcanzar la gloria en su profesión sin la actitud correcta. Esto significa crear una disposición conscientemente positiva hacia lo que hacen pues esto influye e impacta en su comunicación con la gente.

Por supuesto, como en cualquier negocio, la actividad es una de las claves del éxito, pero la actitud correcta sumada a un nivel adecuado de actividad es una fórmula garantizada para el éxito. La experiencia, el conocimiento y el mercado son factores esenciales, pero sin la actitud apropiada estos atributos pueden significar muy poco. Es desalentador observar como mucha gente de ventas desconoce esta realidad, no sólo en los negocios sino también en otras facetas de la vida.

Una actitud de alta motivación es tan poderosa que cuando Usted es sincero y realmente quiere ayudar a su cliente a lograr lo mejor para el interés de él, su actitud, su fe y su entusiasmo (los de Usted) se verán reflejados en la decisión positiva del cliente de comprar. Curiosamente, lo más importante no son las palabras que Usted utiliza, sino la totalidad de manifestaciones visibles y no visibles -pero perceptibles- que Usted utiliza. Como el efecto de las ondas que provoca una piedra arrojada al agua, las ondas de su actitud tienen un impacto en la gente que lo rodea:

sus amigos, su familia, sus compañeros de trabajo, sus clientes y sus prospectos serán influenciados por su actitud, sea positiva o negativa.

Los denominadores comunes del éxito en las ventas son muchos: buen entrenamiento, educación continua, metodologías y procesos, involucramiento en su industria, etc. Aún así, el factor determinante del éxito en la profesión de ventas es una actitud positiva. Es imperativo que Usted tenga una actitud positiva acerca de lo que hace y mantener altas dosis de motivación de forma permanente.

### ¿CÓMO SE PUEDE CULTIVAR UNA ACTITUD POSITIVA?

Usted puede estar convencido que ya es dueño de una actitud positiva. De hecho este podría haber sido el atributo primario por el que su jefe lo contrató. No obstante, para la mayoría de la gente positiva resulta complicado mantener su moral alta todo el tiempo. La vida no siempre es fácil o justa; después de todo es humano caer a veces en pensamientos o comportamientos negativos. Los profesionales de venta positivos y productivos no sólo se dan cuenta de esto, sino que más allá de circunstancias o sentimientos personales cultivan consistentemente una actitud positiva a la hora de vender. Con esto en mente, conscientemente se aseguran de que su espíritu y actitud permanezcan positivos. Ellos primero adoptan - a propósito - una actitud positiva.

**1) Redefina el significado de los eventos externos:** Los vendedores que tienen problemas para mantener una actitud positiva están casi siempre dejando que eventos externos arbitrarios les generen malos sentimientos de modo automático. Por ejemplo, una serie de objeciones planteadas por un prospecto en la primera reunión de la mañana lleva al vendedor a declarar “este es mi día de mala suerte”. Como resultado, ese ejecutivo afronta su siguiente reunión bajo una condición emocional de depresión, angustia o a la defensiva. Para lograr un resultado diferente, Usted debe modificar su interpretación de los eventos externos que antes daban forma a su mala actitud. Por ejemplo, las objeciones de la primera reunión podrían ser interpretadas como aprendizajes que le permitirán ser más efectivo en las reuniones siguientes. Ahora piense: ¿cuáles suelen ser los eventos externos que lo desmotivan? ¿Las noticias, las demoras, la impuntualidad, las objeciones, los dichos de otras personas, las acciones de otras personas? Usted puede cambiar su interpretación de cada una de ellas para ver el vaso medio lleno. La etimología de la palabra responsabilidad es la conjunción de “respons” + “habilidad”, es decir, la habilidad de responder a lo que la vida nos presenta. Usted puede sentirse víctima de las circunstancias o puede elegir ser el protagonista de sus actos. Usted siempre tiene la última palabra en relación a lo que va a elegir ser y hacer, más allá de los eventos que la realidad le presente, y el modo en el que Usted interprete esos eventos será determinante en cómo se comportará desde la perspectiva del protagonista.

**2) Vea a las objeciones y los “no” como eventos externos (cuya interpretación Usted puede manejar):** La actitud, como ya vimos, es una disposición mental. Ella revela su inclinación y naturaleza. Su actitud muestra a los prospectos lo que va hacer por ellos y cuáles son sus reales intenciones. ¿Por qué la gente que se muestra agresiva con Usted en el primer encuentro, oponiendo todo tipo de objeciones, suele convertirse en su mejor cliente, confiándole asuntos que no comentan con otros? ¿Es porque ellos reconocen la convicción que Usted muestra en los productos y servicios que vende, y la creencia de que lo que Usted hace puede mejorarles la vida en algún aspecto? Es crucial comprender que los prospectos no quieren realmente decir que “no” cuando Usted los contacta. No significa realmente que quieran darle la impresión de que Usted es un intruso, un toma-pedidos, o alguien que solo sabe pedir o presionar. Lo que ellos quieren decir es “No estoy preparado para comprar. Tengo otras prioridades. No quiero tomar esta decisión. Además, si no lo conozco, ¿por qué debería confiar en Usted?”. Es de suma importancia que Usted entienda que lo que en verdad quieren decir es “¡Convéncame, no se rinda! ¿Usted realmente cree en lo que hace? ¿Realmente quiere ayudarme?” Estas son las verdaderas preocupaciones detrás de su aparente indiferencia. Si Usted logra comprender y asimilar esto, logrará una tremenda diferencia en su actitud. Los vendedores realmente exitosos entienden que la resistencia en forma de objeciones, dudas o temores es natural. Deberíamos agradecer esta resistencia, porque sin ella habría poca necesidad de nuestros servicios; la gente reconocería fácilmente sus necesidades. La resistencia a ventas hace que nuestro trabajo sea vital, y es la razón por la que los ejecutivos de venta ganadores son bien pagos y disfrutan del estilo de vida que llevan. Asimismo es de vital importancia estar preparados y atentos ya que los prospectos no sólo objetarán la venta, sino la entrevista en sí misma. Cuanto mejor preparado Usted esté, más fácil será abrir la puerta. Fallar en esto deriva en la fórmula negativa: ¡sin entrevista no hay presentación y sin presentación no hay venta!

**3) Desarrolle su autenticidad y el sentido de misión:** uno de nuestros principios clave sostiene “la misión (de ayudar) cuenta más que la técnica (de ventas) “. Esta convicción se basa en el efecto de tres dimensiones que produce el espíritu de misión que debe impulsar a cualquier profesional de ventas. La intención genuina de ayudar al cliente genera una actitud de autenticidad que produce efectos en:

- el vendedor, ampliando y mejorando su capacidad comunicativa,
- el interlocutor, generando una actitud predispuesta hacia el vendedor,
- ambos, estableciendo sintonía empática recíproca.

Mucha gente exitosa de ventas también cree que la actitud hacia su profesión, sus productos y su compañía influyen su éxito profesional. De hecho, es la actitud hacia lo que ellos hacen lo que influye la actitud de sus prospectos hacia ellos. Están convencidos de que esto establece la diferencia para prospectar exitosamente. Resulta

complicado convencer a alguien de que compre un producto si Usted mismo no cree en el producto que vende. Su actitud hacia los productos y servicios que Usted vende debería ser muy simple: "Los productos y servicios que ofrezco son únicos. Yo sé que estoy vendiendo algo que ha probado ser útil. El producto o servicio siempre ha hecho lo que hemos prometido que iba a hacer. Yo estoy vendiendo uno de los productos o servicios de más alta calidad que un profesional de ventas puede ofrecer". Puede sonar como un fuerte mensaje de auto convicción, pero es necesario para ser comunicado de un modo persuasivo.

**4) Confíe en sus productos y servicios:** Para vender algo Usted debe estar convencido de su valor y preparado para convencer a otros de la misma manera. Para lograrlo, Usted debe ganar la confianza de sus clientes y que sepan que Usted está actuando en base a su mejor interés (el de ellos). Esto sólo puede lograrse a través de una actitud positiva hacia las virtudes de su oferta y los beneficios que conllevará para clientes y prospectos. ¿Cómo se siente Usted en relación a los productos y servicios que ofrece? No es coincidencia que los más grandes vendedores posean un propósito casi "misionero" acerca de su trabajo y los servicios que proveen. Bajo esta fuerte convicción estos individuos están preparados para sostener un nivel de motivación que combinan con un tremendo deseo de conseguir más negocios, que los ayuda a ganar frente a otros profesionales menos convencidos. En muchos casos sus prospectos no comprarán porque ellos estén convencidos, sino porque Usted está convencido. Pero si ellos compran sus creencias, ellos también pueden comprar sus dudas. Por lo tanto, para vender efectivamente, Usted debe creer totalmente en los productos y servicios que provee. ¿Qué hacer si Usted no se siente absolutamente convencido? La buena nueva es que la convicción, como otros aspectos, puede ser desarrollada. Para ello se requiere focalizar su atención sobre esto y actuar de una manera consistente con sus propios valores. Recuerde: creer es considerar algo como verdadero. En este contexto, Usted debe creer que las acciones que sugiere a su prospecto son realmente beneficiosas para sus empresas y para ellos. Si Usted cree que esto es verdad, entonces Usted está convencido. Así, sus acciones implicarán convicción, llevando el sello de la verdad. Si sus acciones no acarrear convicción, en la mayoría de los casos sus prospectos no confiarán en Usted. Busque en su compañía los medios necesarios para ganar el nivel de convicción requerido. Hable con sus jefes y gerentes, sugiera mejoras. Sea responsable de la mejora permanente de su oferta.

**5) Empiece cada día con 15 minutos de alimentación espiritual positiva:** Es sencillo alcanzar y mantener una actitud positiva si Usted dispone de un "archivo" de pensamientos positivos en su cabeza. Comenzar cada día leyendo o escuchando contenidos inspiradores contribuirá a fijar ese archivo de recursos positivos en su mente. Si acepta esta idea, lea uno o dos capítulos de un libro inspirador en la mañana, en su desayuno o inmediatamente luego de despertarse. También podría considerar escuchar algún audio motivador en lugar de las noticias. Fíjese una meta discreta de 15 minutos de exposición a estas fuentes positivas. La

música también podría ser una opción para aumentar los niveles de energía y entusiasmo

**6) Reduzca su exposición a los medios y los noticieros:** La cultura mediática masiva nos bombardea con mensajes de alto contenido emocional que buscan conducirnos a desear algún producto o a suscribir opiniones y posiciones interesadas, o sea, más productos. Esa manipulación mental es particularmente obvia en los avisos publicitarios en la televisión (por ejemplo el uso del sexo para vender cervezas o gaseosas), pero existen influencias más sutiles que pueden ser altamente tóxicas para nuestra actitud frente a la vida, como por ejemplo la sobreexposición a noticias sobre accidentes, catástrofes, guerras, etc. Bajo el inocente título de “noticias” se esconden verdaderos asesinos de nuestra actitud positiva. Ese flujo constante de imágenes e informaciones negativas no solo pueden destruir nuestra motivación, sino que pueden contribuir a desarrollar una actitud negativa respecto de la vida y el mundo.

**7) Evite las personas que tienen una actitud negativa contagiosa:** Pasar tiempo con personas que tienen una mirada negativa de la vida hace difícil el mantener una actitud positiva. Probablemente Usted conozca algún amigo, pariente o conocido que le hace sentir cansado al cabo de un rato de conversación o dispara en Usted emociones negativas. Las quejas y las críticas forman parte de la mayoría de sus comentarios. Esta gente es tóxica para su actitud y su éxito en las ventas porque no solo minan su entusiasmo, sino que están tratando de hacer que Usted mire el mundo del mismo modo en que lo ven ellos. Si Usted está convencido de la importancia de alcanzar y mantener altos niveles de motivación como clave en su profesión debe reducir su exposición a estos interlocutores, o bien acotar las conversaciones con ellos solo a asuntos de negocio y retirarse de su influencia tan rápido como le sea posible.

### Conclusiones:

La actitud es un estado mental que podemos manejar, en lugar de que acontecimientos externos condicionen nuestra emocionalidad, y con ello la efectividad de nuestro trabajo en ventas.

Por lo tanto:

- ✓ Redefina el significado para Usted de los eventos externos y cómo los procesa
- ✓ Vea a las objeciones y los “no” como eventos externos cuya interpretación Usted puede manejar
- ✓ Desarrolle su autenticidad y el sentido de misión
- ✓ Confíe en sus productos y servicios
- ✓ Empiece cada día con 15 minutos de alimentación espiritual positiva
- ✓ Reduzca su exposición a los medios y los noticieros
- ✓ Evite las personas que tienen una actitud negativa contagiosa