



TODOS SOMOS VENDEDORES

VENDER ES UN
ARTE AL ALCANCE
DE CUALQUIERA

José Manuel Vega

Prólogo de Ángel María Herrera

Libros de Cabecera

TODOS SOMOS VENDEDORES

José Manuel Vega

Todos llevamos un pequeño vendedor dentro ¿o acaso no has ligado nunca? Por un motivo u otro es aconsejable conocer las técnicas de venta, compra y negociación, dado que las utilizamos a diario, aunque no nos demos cuenta. Sin embargo, todavía hay más, el mundo comercial es variopinto y no todos los negocios son lo que parecen: ¿qué son los Compro Oro?, ¿cuál es el auténtico negocio del arte?, ¿para qué sirven las cestas de Navidad?, ¿por qué a las operadoras de telefonía no les importa el servicio al cliente?

José Manuel Vega es un experimentado ejecutivo de ventas que nos desvela los secretos del comercio y el marketing, y nos enseña los trucos de la profesión de vendedor: cuál es el precio justo de las cosas, cómo realizar la primera llamada a un cliente, cómo se construye una oferta ganadora y se lucha hasta el final, cómo conseguir los mejores márgenes y que el cliente quede satisfecho, las técnicas más infalibles para negociar, cómo fidelizar a los clientes y convertirlos en amigos, trucos para hablar en público y las bases del comercio electrónico. Todo ello transmitido con un lenguaje sencillo y con anécdotas de su experiencia personal.

«Me alegra mucho prologar este libro porque a la mayoría de los emprendedores se nos olvida que nuestra principal labor, nuestro principal rol, es justamente ser vendedor.»

Ángel María Herrera, Fundador de Bubok e Iniciador

**Todos somos
vendedores**

Todos somos vendedores

Vender es un arte al alcance
de cualquiera

José Manuel Vega

Prólogo de Ángel María Herrera

Libros de Cabecera

www.librosdecabecera.com

Barcelona - Madrid - New York

1ª edición: mayo 2012

© 2012 José Manuel Vega Lorenzo

© 2012 Libros de Cabecera S.L.

Rambla de Catalunya, 53, ático

08007 Barcelona (España)

www.librosdecabecera.com

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo públicos.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Diseño de la colección: Erola Boix

Editores: Virtuts Angulo y Paco López

Maquetación: Barreras&Creixell

ISBN papel: 978-84-940047-3-5

ISBN PDF: 978-84-940047-4-2

ISBN e-book: 978-84-940047-5-9

IBIC: KJMV7

- ▶ Todos somos vendedores o ¿acaso no has ligado nunca?
- ▶ Las rebajas son falacias y los descuentos no existen
- ▶ Tus PowerPoint aburren. Olvídalos y vete a un concierto
- ▶ La Navidad es una herramienta de ventas

En 2011 escribí este libro, y también planté un limonero y tuve una niña preciosa.

En 2011 me convertí en una persona plena y agradecida.

Madrid, diciembre de 2011

Índice

Prólogo	9
Introducción	11
PARTE I: La venta está en cualquier lugar	
1. No lo puedes negar: tú también eres un vendedor	17
2. Empieza a prestar atención a los detalles	31
3. Entendiendo los precios (aparentemente aleatorios)	41
PARTE II: Vender es más fácil de lo que piensas	
4. Empieza el espectáculo: el proceso completo de una venta	63
5. El teléfono es tu arma para la seducción	71
6. Qué hacer para que todos quedemos satisfechos después de una visita	81
7. La oferta ganadora: ¡esa es la tuya!	97
8. Enfrentarte a una audiencia, <i>Let's rock!</i>	125
9. Sobre el regateo y la negociación: si pagas más es porque quieres	139
10. La fidelización o el arte de convertir clientes en amigos	157
11. Algunas cosas que deberías saber sobre internet	171
PARTE III: Reflexiones finales	
12. Algunas ideas para reflexionar	189
13. Conclusiones	199
Agradecimientos	205

Prólogo

La imagen que la mayoría de nosotros tenemos en la cabeza asociada a la palabra emprendedor es la de un chaval en un garaje programando durante horas y alimentándose de *pizza*; o alguien pensando en algo nuevo, creando la siguiente solución para los problemas de la humanidad. Pues no, un emprendedor se parece más al señor que iba con la maleta y se ponía en medio del pueblo a contar y vender su nuevo producto. Es decir, esa primera fase de diseño y creación está muy bien, pero luego hay que salir a vender. Eso es lo que diferencia a un inventor de un emprendedor. Ideas podemos tener todos, buenas ideas solo unos pocos, pero ejecutar buenas ideas apenas lo hacen un puñado de personas. Esos son los emprendedores.

Me alegra mucho prologar este libro porque a la mayoría de los emprendedores se nos olvida que nuestra principal labor, nuestro principal rol, es justamente ser vendedor. El problema es que *vendedor* es una palabra con connotaciones muy negativas, al igual que *empresario*.

¡Salgamos del armario! ¡sí! somos empresarios y ¡sí! somos vendedores. Pero ser empresario no es explotar a los trabajadores ni hacerse rico por cualquier medio. Y ser vendedor no es vender motos.

Hay que recuperar y dignificar el significado de ambas palabras que confluyen en el concepto de emprendedor. Nuestra labor es crear empresas que generen riqueza, valor para la sociedad y también para nosotros, a través de cosas que nos ayuden a mejorar nuestra vida. Tenemos que ofrecer productos y servicios que les interesen a las personas. Pero sobre todo conseguir que

los conozcan, porque sino no, todo lo que hayamos diseñado no habrá valido para nada. Por muy bueno que sea lo que has creado, necesitas salir ahí fuera y darlo a conocer, que la gente lo entienda y lo empiece a usar.

No es una tarea fácil, casi nada de lo que merece la pena en la vida lo es. Como cualquier otra labor requiere estar preparado, aprender unas técnicas básicas, un lenguaje. Ojalá todo esto me lo hubieran explicado cuando empecé como emprendedor, en lugar de irlo descubriendo a golpes. Por eso es de agradecer un libro como el de José Manuel, que sin duda puede hacer más sencillo este camino a otros.

Ángel María Herrera, *Fundador de Bubok e Iniciador*
@angelmaria

Introducción

Si la portada de este libro y su título te ha llamado la atención y has llegado hasta esta introducción, quizás es porque estás de pie en una librería dudando si este libro es para ti o no. Así que considero justo aclarar esto antes de que gastes tu dinero.

Este libro no es otro manual que ofrece generalidades teóricas sobre el éxito empresarial. Es un libro escrito por un vendedor desde la calle y con el corazón, pensado para otros vendedores y también para personas que quieren mejorar aspectos personales como su valía profesional, su relación con los demás o su vida sentimental. No nos engañemos, todos somos vendedores cada día: vendemos relaciones y confianza, vendemos ideas y sensaciones y hasta intentamos hacernos los simpáticos con los típicos amigos pesados de nuestra pareja.

Aquí podrás encontrar técnicas y herramientas para mejorar como vendedor y también como comprador, aprendiendo cómo funciona nuestra vida desde la perspectiva de las relaciones comerciales.

¡Prometo que no es un libro sesudo! He intentado recopilar anécdotas y curiosidades que me he encontrado como vendedor y como comprador, así que estoy seguro que la lectura será amena.

Pero empecemos desde el principio: ¿quién me iba a decir a mi, un chaval más bien tímido de Valladolid, que acabaría siendo vendedor y escribiendo un libro sobre ello? Esta es mi pequeña historia.

Cuando tenía 12 años un familiar me regaló un Casio PT-1, un pequeño teclado digital con el que empecé a experimentar con melodías y ritmos. A pesar de que mi bisabuelo fuera un conocido gaitero y que mi padre tuviera un grupo cuando era joven, nadie apostaba un duro por mi carrera musical. El caso es que un regalo más bien casual, desencadenó en mí una profunda afición por la música.

El Casio se me quedó pequeño enseguida y fue pronto sustituido por un flamante sintetizador JVC. Luego llegó el instituto y descubrí a The Ramones, por lo que mi siguiente paso fue ahorrar lo suficiente como para poder comprarme una guitarra eléctrica. No pasó mucho tiempo hasta que me encerré en unos viejos locales con cuatro amigos donde pasábamos las tardes castigando nuestros tímpanos.

En paralelo a mi potencial carrera como *rock star*, decidí inscribirme en la Escuela Politécnica de la Universidad de Valladolid. En aquel tiempo no tenía ni idea de lo que quería ser en mi vida, pero como era un buen estudiante y me gustaba el cacharreo con los ordenadores y la electrónica, me matriculé en Ingeniería Técnica de Telecomunicaciones primero y en Ingeniería Electrónica después. Seis años más tarde tenía dos flamantes títulos de Ingeniero y una banda de rock con un máster recién grabado.

Con mis títulos y mi disco bajo el brazo, dejé Valladolid para buscarme la vida en Madrid. La realidad fue que buscar trabajo como ingeniero a finales de los noventa era una tarea fácil y en cuestión de unas semanas me incorporé en Unitronics. Al mismo tiempo, comencé un peregrinaje por todas las discográficas con sede en Madrid, presentando mi nuevo disco allí donde me daban la oportunidad. El resultado fue mi primer con-

trato discográfico. Sin saber muy bien cómo, acabé vendiendo proyectos de tecnología durante mi jornada laboral y discos fuera de ella.

A medida que pasaban los años, gestionaba proyectos tecnológicos cada vez más interesantes, seguía grabando discos y ¡hasta llegué a actuar como telonero de Metallica en un estadio! Además, fui perfeccionando mis aptitudes como vendedor, hasta poder decir que la venta se convirtió en mi verdadera profesión. Tanto en el ámbito profesional como en el mundo de la música, mis habilidades para la venta y la negociación me fueron fundamentales.

En el año 2008 decidí dejar mi trabajo como responsable comercial en la multinacional Siemens y aparcar por un tiempo mis aventuras en el mundo de la música para iniciar un nuevo proyecto: la creación de mi propia empresa. Así nació El Equipo E, una agencia especializada en creatividad digital. De nuevo, mis capacidades como vendedor hicieron que todo fuera más fácil en mi etapa como emprendedor, porque emprender y vender van íntimamente ligados.

En mi vida personal también han habido muchas ocasiones en las que mis dotes comerciales me han sido de gran ayuda: cuando he comprado una casa o cuando la he vendido, cuando he negociado la hipoteca con mi banco, cuando visito un mercadillo, cuando quiero convencer a mi pareja o cuando quiero conquistar a mis suegros.

Hace un par de años empecé a tomar nota de todas esas ideas relacionadas con la venta, a medida que me las iba encontrando en mi vida cotidiana. Cuando el volumen fue suficientemente grande, me di cuenta de que podía tener material para ponerlo

por escrito. Sin experiencia previa y con más ilusión que método, me embarqué en el proyecto de escribir el libro que tienes entre manos.

Espero que su lectura te haga ver todo lo relacionado con la venta de una manera más amable y que te ayude no solo en tu profesión, sino también en tu vida personal. Si es así, mi trabajo habrá merecido la pena.

**Hasta aquí la versión gratuita
de este libro.**

**Si quieres seguir leyendo,
puedes comprar el libro entero en:
www.librosdecabecera.com**

Gracias

Libros de Cabecera

Libros de empresa y economía

Libros de Cabecera es un proyecto editorial que pretende hacer llegar a empresarios, directivos y profesionales de la gestión de empresas, contenidos prácticos e innovadores, que les sean de utilidad en el desarrollo de su negocio y de sus tareas profesionales.