

2020

# GUÍA DEL VENDEDOR EN TIEMPO DE COVID-19

PREPARADO POR

**BODEGAS VILANO**

---



# LA ACTITUD DEL VENDEDOR

Para hablar de la importancia de la actitud en la venta en un momento como este, empezaremos con una pregunta: **¿Queréis esperar a que acabe toda esta crisis o vais a hacer algo mientras dura?**

La pregunta ya está formulada para incentivar una acción concreta: tenemos que reaccionar. Hay tres tipos de personas; las que hacen, las que miran lo que pasa y las que cuando pasa dicen, **¿qué ha pasado?** No se trata de esperar a que se solucione la crisis ni de que la empresa busque una solución, pues esta reside en cada uno de nosotros. Lograrlo no será fácil, pero será determinante que trabajemos en potenciar algunas de las actitudes más valiosas del vendedor para estos tiempos que corren:

**Resiliencia:** es una característica importantísima del vendedor, con crisis o sin crisis. Saber tolerar la frustración y gestionar los no-cierres deben formar parte de su rutina. Pero ahora, esta capacidad va a tener que ampliarse. Muchas empresas tienen miedo al cambio, así que habrá que convivir con esta nueva situación y haber gestionarla.



# LA ACTITUD DEL VENDEDOR

**Proactividad:** en estas circunstancias, la proactividad debe darse a muchos niveles, tenemos un sinfín de ámbitos en los que aplicarla, desde buscar nuevas formas de vender, a buscar nuevos segmentos de mercado o mejorar como profesionales.

.

**Optimismo:** por un lado, va de la mano con la valentía, alguien valiente es aquel que se atreve a probar cosas nuevas porque está convencido de que puede dar resultado. Por otra parte, mantener una mentalidad positiva será clave para transmitir esas sensaciones al resto, incluidos los clientes. Sin duda, es una actitud contagiosa.

.

# LOS MUROS QUE HAY QUE SALTAR

Entra dentro de lo esperable que los clientes muestren sus miedos en tiempos convulsos. Pero debemos trabajar para que estos miedos no se conviertan en nuestra nueva creencia limitante. Los vendedores debemos tratar de no caer en la autocomplacencia, y evitar pensar que “en esta situación no hay nada que hacer”.

Los clientes lo irán asimilando, cada uno a su propio ritmo. Y justamente ahí es donde nosotros debemos mostrar una empatía rítmica, que se adapte al estado de asimilación de cada uno de ellos. Los posibles clientes perdidos posiblemente irán volviendo, y esto hay que trabajarlo con paciencia, y con una hoja de ruta. Y este trabajo empieza, no cuando termine la crisis, sino ahora.





# LA OFERTA DE VALOR

Es bueno recordar estas palabras: nuevos entornos traen consigo nuevas necesidades y expectativas de los clientes. Por lo tanto, reflexiona a fondo si, para seguir vendiendo, sirve tu misma propuesta de valor. Lo más probable es que tengas que adaptarla. Probablemente deberás introducir cambios en alguna/s de Las fases del proceso comercial, que te recuerdo a continuación, para que pienses cuáles vas a tener que trabajar de forma diferente:

## **Atraer, Vender, Satisfacer Y Fidelizar**

Será clave meditar en ello sin precipitarnos, e ir planificando día a día nuevas mejoras o cambios sin pausa pero sin prisa... Recordad el cuento de la liebre y La tortuga, si nuestros pasos son los correctos y hacemos bien las cosas, adelantaremos a todos aquellos competidores que quieren correr o están ansiosos por presionar a los clientes, y a todas las bodegas que se sienten menos afectadas por la crisis y piensan que tienen suficiente nombre, o creen que esta crisis no va con ellos.

# EL NUEVO ROL Y HERRAMIENTAS DEL VENDEDOR

En estos momentos en los vendedores nos encontramos sentados en una silla, ya sea en su casa o en la oficina, y su actividad laboral se encuentra forzosamente ralentizada, propongo que reflexionemos y nos formulemos algunas preguntas importantes que podrían marcar tanto su futuro inmediato como a medio/largo plazo:

- **¿Qué consecuencias socio- económicas va a traer el COVID-19?**
- **¿Cómo me puedo preparar para este nuevo entorno?**
- **¿Puedo hacer algo para ayudar a mis clientes en estos momentos?**

Reflexiona estratégicamente. Es importante que aprovechemos este tiempo para hacer un análisis profundo en el que respondamos a tres preguntas básicas:

- **¿Qué objetivos tenemos?, ¿cuál es nuestra propuesta de valor?, ¿cómo nos diferenciamos de la competencia?**

Es un momento en el que podemos aprovechar para mirar hacia adentro y conocer un poco mejor nuestro mercado



# EL NUEVO ROL Y HERRAMIENTAS DEL VENDEDOR

Reinventarse constantemente es una condición necesaria del mundo que nos ha tocado vivir, no solo al vendedor y a los departamentos comerciales, sino a la mayor parte de las profesiones. Pensemos en tratar de aprender cosas nuevas cada día, afrontar nuevos retos con actitud positiva y encontrar nuevas soluciones que sigan mejorando la vida de nuestros clientes.



**¡GRACIAS!**

PREPARADO POR  
**BODEGAS VILANO**

---

José Ignacio Rico