



CÁMARA DE
COMERCIO
E INDUSTRIA
DE EL SALVADOR

MODULO II - LA MOTIVACIÓN

Programa incrementando la competitividad para la venta



La Motivación

La motivación es uno de los aspectos psicológicos que se relaciona más estrechamente con el desarrollo del ser humano. La motivación no se caracteriza como un rasgo personal, sino por la interacción de las personas con la situación, por ello la motivación varía de una persona a otra y en una misma persona puede variar en diferentes momentos y situaciones.

Motivar a alguien, en sentido general, se trata de crear un entorno en el que éste pueda satisfacer sus objetivos aportando su energía y esfuerzo, procurando que los objetivos individuales coincidan lo más posible con los de la organización.

El vendedor de éxito ha comprendido que auto motivarse y tener una mente positiva es fundamental para tener una carrera llena de éxitos. Su motivación depende de sí mismo y no de factores externos (jefe, empresa, dinero). Posee razones de peso que hacen que se levanten todas las mañanas con ilusión, entusiasmo y energía.

Existen unas circunstancias negativas comunes entre todos los equipos de ventas: frustración, agobio, negatividad o desmotivación.

Habrán casos en los que esta situación se escape de la actuación de la empresa, pero existen una serie de recursos que pueden auto

utilizarse para que esas circunstancias no afecten el desempeño ni nuestras actividades comunes.

En ventas la motivación es fundamental, de hecho estar motivado o no, influye directamente en los resultados de ventas.

Aquí la clave es buscar donde está la motivación para ayudarnos a vender, pero antes debemos saber lo que nos desmotiva.

Además de los motivos económicos, lo que motiva y desmotiva a los vendedores y emprendedores es:

- Convencer / No convencer al cliente
- Sentir la satisfacción / insatisfacción del cliente
- La relación / falta de relación con el cliente
- Pertener a un empresa/ falta de apoyo de la empresa
- Asumir retos/ falta de retos

EJERCICIO PERSONAL

Describa cómo enfrenta Usted cada uno de los ítems mencionados:

Convencer al cliente	No convencer al Cliente
Sentir la satisfacción del cliente	Sentir la insatisfacción del cliente
La relación con el cliente	Falta de relación con el cliente
Asumir retos	Falta de retos

La automotivación es la capacidad de utilizar las emociones para encontrar motivos que nos impulsen a hacer las cosas, lograr más y mejores resultados, levantarnos del piso para elevarnos a lo más alto, lugar en donde podremos expresarnos a plenitud, pensar con sabiduría, sentir la felicidad suprema, y lograr que los sueños y deseos se conviertan en realidad en el presente.

La automotivación es un grado alto de desarrollo personal, en donde logramos sin ayuda externa poder superar cualquier dificultad y obstáculo que se nos presente. Es muy valorada esta cualidad en el campo profesional, porque le demuestra a los compañeros y jefes que estamos preparados para actuar libremente, de forma responsable y con la autonomía para lograr los objetivos.

Los Valores

Los valores son un sistema para realizar y guiar las actividades, tienen una conexión muy estrecha con la ética, moral o modales, los cuales a fin de cuentas son básicamente lo mismo.

Se caracterizan por no tener una acción coercitiva, esto es, que no hay fuerza y básicamente se encuentran sometidos a la voluntad de quien los lleva a cabo.

Optimismo: El buen vendedor debe ver las cosas de forma positiva, para poder transmitir esa actitud al posible comprador.

Perseverancia: Las labores de prospección, presentación y cierre de la venta suelen ser un proceso que requiere en muchos casos perseverancia. Un buen vendedor no se debe rendir fácilmente.

Empatía: Una de las características que más atrae a los clientes es saber que quien les está “vendiendo” puede ponerse en su lugar y entender sus necesidades.

Determinación: Cuando un vendedor se propone hacer algo, lo persigue hasta lograrlo. No se trata de saltar sin tener una red de seguridad. La determinación no implica correr riesgos innecesarios, debe ser precavido.

Honestidad: Muchas personas consideran que los vendedores son mentirosos por naturaleza. Un vendedor mentiroso puede tener más éxito en una primera venta, pero la mentira no lleva a una relación a largo plazo con el cliente. Si un cliente percibe honestidad en un vendedor, entenderá que la empresa también lo es.

Puntualidad: El tiempo de los clientes es tan valioso como el de los vendedores. Un vendedor que no sea puntual es poco profesional, y seguro que no querrá que su empresa sea catalogada como poco profesional.

Capacidad de escucha: Al cliente le gusta ser escuchado, y para un vendedor saber escuchar es un arma poderosa. A través de lo que el cliente le diga, puede conocer sus necesidades y expectativas.

Asertividad: Una persona asertiva comunica bien sus ideas, sabe tomar decisiones y relacionarse con otras personas. Esto tiene mucha relación con la seguridad en sí mismo que debe proyectar el vendedor ideal

Autodisciplina: Valor vital para que un vendedor tenga exitoso ya que es un trabajo que requiere ser organizado, puntual, perseverante y muy orientado a los objetivos.

Los valores organizacionales también influyen en el desempeño de un vendedor, y debe servir como apoyo a unas buenas características personales y a un adecuado conocimiento. Si la empresa, desde su cúpula hasta sus bases, no cree que el cliente es lo más importante, el vendedor por muy bueno que sea, tendrá muy complicado hacer una buena labor de ventas.