

MARKETING

MIGUEL ROZO

SOLUCIONAR MÁS QUE VENDER

Prólogo de: Carolina Astaiza
Epílogo de: Javier Prada Rey



Mentas a la Carta
COLECCIÓN

edú

MIGUEL ROZO

SOLUCIONAR MÁS QUE VENDER

Miguel Andrés Rozo



Miguel Andrés Rozo.

Solucionar más que vender / Miguel Andrés Rozo. –

1ª. Edición. Bogotá : Ediciones de la U, 2023

134 p., ; 22 cms.

ISBN 978-958-792-563-0 y e-ISBN 978-958-792-564-7

1. Mercadeo 2. Neuroventas 3. Gestión I. Tít 658.8 ed

Área: Marketing – Colección Mentes a la Carta

Primera edición: Bogotá, Colombia, julio de 2023

ISBN 978-958-792-563-0

© Miguel Andrés Rozo.

© Ediciones de la U - Carrera 27 #27-43 - Tel. (60-1) 3203510

www.edicionesdelau.com - E-mail: editor@edicionesdelau.com

Bogotá, Colombia

© Mentes a la Carta - Avenida 4 #25N-52 - Tel. (+57) 301 353 7630

www.mentesalacarta.com - E-mail: info@mentesalacarta.com

Cali, Colombia

Coordinación editorial: Mentes a la Carta

Carátula y diagramación: Mentes a la Carta

Impresión: DGP Editores SAS

Calle 63 # 70D-34 (+57) 601 7217756

Impreso y hecho en Colombia

Printed and made in Colombia

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro y otros medios, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

Agradecimiento

*El agradecimiento es exclusivamente para ti.
No es fácil ir contra la corriente. Tomar la decisión de
vender valor cuando levantas la cabeza y ves que la
gran mayoría lo hace diferente.*

*«Donde hay una empresa de éxito,
alguien tomó una decisión valiente».*

*Que tengas este libro en tus manos muestra
claramente el camino que estás eligiendo.
Muchas gracias.*

*Obviamente, a mis 3 M.
Gracias por aguantarme.*

ÍNDICE

Agradecimiento	07
Prólogo	09
¿Qué me llevó a escribir este libro?	12
Introducción	14

CAPÍTULO 1

EL GRAN SECRETO ES VENDER VALOR 17

1. Véndeles lo que quieren, entrégales lo que necesitan	21
2. Las únicas dos razones que definen la decisión de compra en las personas	23
3. Construye tu propuesta de valor	25
4. Cómo construir mi propuesta de valor	26
5. Operatividad de la propuesta de valor	27

CAPÍTULO 2

CONSIGUE CLIENTES QUE NO TE CONOCEN 31

Definición de prospecto	33
-------------------------------	----

CAPÍTULO 3

CÓMO GESTIONAR TUS CONTACTOS PARA QUE SE VUELVAN CLIENTES 45

1. Relacionamiento	51
2. Dirigirnos a los decisores	51
3. Muchos hablan de emocionar, pocos lo hacen	52
4. <i>Storyselling</i>	55
5. Ofertas Comerciales	60
6. Construye un <i>pipeline</i> que sea un sistema para tu empresa... 69	
7. Conversión de contactos a clientes	71

CAPÍTULO 4
LA HABILIDAD DE NEGOCIAR POR PRINCIPIOS QUE TE HARÁ CRECER 73

- 1. Separa a las personas del problema 79
- 2. Concéntrate en los intereses y no en las posiciones 81
- 3. Inventa opciones de mutuo beneficio 83
- 4. Insiste en que las decisiones se basen en criterios objetivos. 84

CAPÍTULO 5
POTENCIALIZACIÓN DE TUS CLIENTES PARA INCREMENTAR TUS VENTAS 89

- 1. Genera experiencias 93
- 2. Departamento de no ventas 95
- 3. Agrega valor en el tiempo 96
- 4. No seas tímido, pide referidos 98
- 5. Pregunta para reconfigurar el valor 100

CAPÍTULO 6
LO QUE NO SE MIDE, NO SE MEJORA 103

- KPI. *Key Performance Indicator* 107
- OKR. *Objectives and Key Result* 107
- Herramientas 115

- Despedida 119
- Epílogo 123
- Acerca del Autor 125
- Servicios Profesionales 127
- Conferencias 129

PRÓLOGO

Por: Carolina Astaiza

CHRO

#itsallaboutpeople

Era un fin de año y, como todos los cierres de año, la oportunidad perfecta para reflexionar, pensar en el paso del tiempo, observar los retos cumplidos (y los no alcanzados, que suelen también aparecer en ese momento), los finales de historias y la nostalgia de lo vivido y lo dejado por vivir. Pero también, la emoción por los propósitos, las acciones por iniciar, los sueños por cumplir, los proyectos por aterrizar, y cómo llevar todo esto a la acción, a la realidad, a la práctica, en el año nuevo.

Un fin de año lleno de mensajes, de agradecimiento, de buenos deseos, felicitaciones, llamadas que hacemos y recibimos para que no se nos vaya el año con algún pendiente. Y por esos días justo hablé con Miguel: «¿estás escribiendo un libro?» le dije: «wow, felicitaciones», acerté a comentarle, realmente impresionada por la tarea. He tenido la oportunidad de escribir algunos capítulos y varios artículos, y sé que hay un enorme esfuerzo detrás de esto. Lo mío es hablar de competencias, finalmente trabajo en Recursos Humanos, y no conozco otra forma de desarrollar el talento más que la de llevar el conocimiento y el aprendizaje a la práctica. Se requiere ejercitar mucho la redacción para escribir bien, y más aún para convertir la experiencia en párrafos que inspiren, conecten y lleven a la acción.

«La acción», fue ese el tema de conversación que tuve con Miguel Rozo en el que conectamos, gracias a una invitación que me hizo a su pódcast del momento, llamado doERs. DoERs es un camino a la acción, lo conversamos ese día. El poder de la ejecución, el hacer, y a lo que yo le sumo el valor

de crear, que solo se logra gracias a la valentía, la constancia y la disciplina de las personas.

Solucionar más que Vender, dos verbos absolutamente intencionales consolidados en un libro que es una creación que invita a la acción. Nada más coherente con esa conversación de hace unos años y que se consolida en un hecho concreto. Un libro lleno de actividades específicas: Gestionar, Conseguir, Cimentar, Obtener, Negociar, Definir.

Capítulos hechos acción, porque al final siempre nos preguntamos cómo pasar de la teoría a la práctica, del salón de clase al trabajo, de la ficción a la realidad, del plan a la ejecución. Ese es el propósito de este nuevo libro en este nuevo año de Miguel, respuesta a tantas preguntas que nos hacemos diciembre a diciembre, ciclo a ciclo de la vida, en cada nuevo reto que emprendemos.

Cuando me encuentro con las enseñanzas de Miguel, noto mucha relación con la vida, porque al final los seres humanos buscamos soluciones a situaciones en cada momento, somos personas tomando decisiones de manera constante, eligiendo ante las propuestas que nos ofrece la existencia permanentemente, decidiendo entre diferentes caminos. La vida es un frecuente albedrío. Coincidiremos con lo que más se ajuste a lo que necesitemos, lo que nos alivie un dolor o nos genere una emoción, como lo explica Miguel en sus primeras páginas.

Cuando se está del otro lado de la escena, ofreciendo un producto o un servicio para que sea una elección de otros, se debe generar valor. Me encanta escribir sobre esto porque al final, como lo menciono en mis mensajes #itsallaboutpeople, todo tiene que ver con las personas. Y de esto habla Miguel, de generar valor a las personas, a los clientes. Crear (el verbo que lleva a la acción) una propuesta de valor, convertir prospectos en clientes, y cómo más podría hacerlo si no es conociéndolos, entendiéndolos, considerándolos, aprendiendo a comunicarse con ellos y acercándose a ellos.

Hablar de clientes, al final es hablar de personas, y así entiendo a Miguel Rozo en su escrito, producto de su práctica de muchísimos años acompañando a compañías a cumplir los propósitos declarados, a través del proceso de vender. Qué verbo más potente, detrás de esta palabra: acción pura. Buscamos relacionarnos, emocionar con nuestra solución, tener una historia que motive a tomar una decisión y construir una respuesta a una situación. Hay magia detrás de esto, pero en concreto, hay un método que requiere aprendizaje y práctica.

Como cualquier práctica, requiere entrenamiento y guía, para que el proceso sea constante. A esto Miguel lo denomina el sistema, la capacidad de que este proceso fluya por una tubería, el *pipeline*, y así la práctica de conocer nuestros potenciales clientes se vuelve una constante. Cada vez conoceremos mejor a las personas, y seremos capaces de solucionar las situaciones a la que se enfrentan, acompañarlos en las decisiones que deben tomar, y así, poder generar valor.

Al final de las páginas, la conversación se eleva a un siguiente nivel, la experiencia. Más que solucionar con productos y servicios, se construyen experiencias, así podemos servir y cumplir el propósito. Experiencia como todo lo que sucede alrededor de la solución, alrededor de las personas (los clientes): un proceso sencillo y amable, una frecuencia de generación de valor en el tiempo, la recordación de que estamos ahí con el interés permanente por entender a los compradores y obtener la gran satisfacción de recomendar, obtener referidos, la muestra máxima de que lo que es bueno para alguien, puede ser bueno para muchos más.

Este es un libro lleno de acción, tome notas en él, léalo con frecuencia, vuelva a revisarlo, estoy convencida de que sus propósitos de vida se volverán realidad con un método y disciplina, logrando los resultados que busca en su actividad, con la gran satisfacción de solucionar los problemas de sus clientes, al final, son personas. Un libro lleno de relacionamiento: solucionar más que vender.

QUÉ ME MOTIVÓ A ESCRIBIR EL LIBRO

Realmente, no fue mi idea. En una ocasión, mientras terminaba un trabajo para una empresa, era una nueva etapa en mi vida, me encontraba creando e implementando la estrategia comercial de una empresa, y su Gerente General hizo una reseña muy interesante de lo que había hecho por ellos. En realidad, encontrarás una revolucionaria manera de crear una marca personal propia y diferente a los monótonos refritos que suelen existir, que te convertirán en un auténtico líder social y profesional.

Él me preguntó: «¿En qué curso o libro encuentro todo lo que usted nos enseñó? Así podré consultar en el futuro cuando cambien las cosas». Le respondí: «Ese libro no existe. Lo que hago es un compilado de mi experiencia por más de veinte años a nivel corporativo, de un proceso de observación de lo que hacen las empresas que consiguen resultados con consistencia versus las que luchan por tenerlos y del trabajo que realizo actualmente acompañando compañías. Día con día me dedico para aumentar mi conocimiento, ya que soy curioso e intenso en lo que hago».

El hombre, sorprendido, levantó un poco la voz y me dijo: «Pues, escriba uno. ¿Qué espera?». Entonces, aquí estoy, haciéndole caso.

Solucionar más que vender, es una respuesta a lo que veo diariamente en la gestión comercial. Vender es solucionar un problema específico. La dificultad está en que nueve de cada diez veces no sabemos lo que requiere ser solucionado. En este libro te explicaré la forma correcta de hacerlo.

Se termina haciendo lo que todos hacen, vender productos o servicios, promocionar características, comunicar en torno a la empresa, tratar de venderle a los prospectos, apenas los conocemos, negociar basados en posiciones, abandonar

a los contactos que no nos compran y pensar que cuando cerramos una negociación con un cliente es cuando termina nuestra labor. Nada más alejado de la forma profesional de hacerlo.

Con la publicación de este libro pongo a disposición una herramienta que permite cumplir mi propósito de ayudar a líderes y gerentes de empresas a llegar al siguiente nivel, dejando de lado el empirismo que existe en la gestión, debido a que vender, negociar y medir lo que hacemos no es algo que enseñan en colegios ni universidades. Además, te motivará a dejar de depender de los vaivenes del mercado y asumir el control de tus resultados.

Normalmente, tu propuesta al mercado queda en manos de tus clientes, de su interés y curiosidad en ir más allá para descubrir si lo que tú haces les genera valor o no. Si es tu caso, te estás perdiendo muchas oportunidades.

Es posible que hoy en día, quien «lidera el baile» en la gestión de negocios, sea tu cliente. Lo que mi metodología hace es llevarte a que seas tú quien «lidere el baile luego de que implementes lo que vas a aprender».

«LAS EMPRESAS NO MUEREN DE SUICIDIO, MUEREN DE HOMICIDIO »

Esta es una frase que me marcó. Que confirmo una y otra vez cuando veo que la gestión comercial en las empresas es empírica.

Esta es mi forma de llegar a más personas para que tengan el interés y la curiosidad de aprender nuevas formas de hacer las cosas, nuevas formas de trabajar. Si tú estás dentro de este grupo, este libro es para ti, y vas a empezar a pertenecer a ese 10% de personas que venden valor y no productos o servicios. Lo vas a ver en tus resultados.

INTRODUCCIÓN

Bienvenido a, ***Solucionar más que vender***. Esta frase aparecerá muchas veces a lo largo del libro, necesito que te la grabes como si fuera una marca con fuego. Si esta idea es lo único que aprendes al leer este libro, habré cumplido con mi objetivo.

Vender no es nada diferente a solucionar un problema. Cuando le vendes algo a alguien o, mejor aún, cuando tú compras algo, es porque te está ayudando a solucionar un tema en particular. El reto o dificultad es que tratan de vender, tratan de solucionar, sin entender lo que debe ser solucionado.

Este libro está dividido en dos secciones: Los capítulos estructurales, para tu gestión comercial, y los capítulos complementarios.

Los capítulos estructurales son cuatro. Comienza con *El gran secreto es vender valor*. Este capítulo viene a ser algo así como la cimentación de una casa. De la misma forma que hay casas que no tienen cimientos sólidos, hay muchos vendedores que no tienen en cuenta el valor a la hora de vender. Puede que funcionen en situaciones normales, pero al primer «temblor» desaparecen.

Sigue con, *Conseguir clientes que no te conocen*. Aquí te mostraré algunas herramientas para prospectar. Vas a encontrar la forma de conseguir nuevos clientes para tu negocio.

A continuación, te vas a encontrar con un capítulo muy importante, la forma de gestionar aquellos clientes potenciales que ya interactúan contigo, pero que aún no te compran y, *cómo hacer que te compren*.