



Medellín, 24 de Mayo de 2013

No.117

CRITERIOS PARA SELECCIONAR UNA FUERZA DE VENTAS ADECUADA.

**Autor: Ingeniero Juan Esteban Velez Molina.
Gerente Comercial EQUISOL**

Desde que comenzó a profesionalizarse la carrera en ventas se han determinado unos rasgos específicos de personalidad que debe tener un buen vendedor. Incluso, en los procesos de selección normalmente se tratan de evaluar aspectos como la capacidad de decisión, confianza en sí mismo, estabilidad, capacidad de trabajar sin supervisión, etc. de todas maneras se genera una pregunta acerca de si estos aspectos vienen genéticamente transferidos al individuo, o si por el contrario pueden desarrollarse y alcanzarse a través de formación y capacitaciones constantes. En pocas palabras, un buen vendedor nace o se hace?.

Se ha comprobado que un buen proceso de entrenamiento y capacitación, en compañía de un sistema de supervisión y acompañamiento han sido determinantes en el éxito de un vendedor, pero ¿Se puede enseñar el impulso, la persistencia o la llamada "agresividad comercial"? Parece entonces concluirse que el proceso de la formación de un buen vendedor integra aspectos de ambas posturas.

A continuación analizaremos una serie de variables a ser consideradas y que afectan el desempeño de un buen vendedor:

- **Aptitudes:**

Son las características naturales para el desempeño de las actividades de ventas. Entre ellas se tienen: Inteligencia, habilidades cognitivas, habilidades matemáticas, aptitud para ventas. Estas deben ser identificadas en las políticas del proceso de selección y reclutamiento de la compañía, y son propias del individuo.

- **Personalidad:**

Son aspectos personales del individuo que reflejan sus posibles reacciones frente a situaciones que se encuentre en su trabajo de ventas. Se destacan: Responsabilidad, Autoestima, Creatividad, Necesidad de crecimiento y de realización personal. Estos aspectos son perfectamente identificables en tests psicológicos que se pueden efectuar durante el proceso de selección de personal.

- **Características personales:**

Son rasgos físicos, antecedentes familiares, previas experiencias laborales, estilo de vida entre otras. Dentro de ellos cabe mencionar: edad, pulcritud, nivel de escolaridad, experiencia laboral dentro y fuera de las ventas, estado civil, nivel financiero, estilo de vida. Estos aspectos se verifican durante las etapas de revisión de hojas de vida y la entrevista personal con el individuo.

- **Habilidades:**

Se trata de la pericia adquirida al realizar las actividades de ventas. Estas pueden mejorar con el tiempo con base en un plan de entrenamiento y la

experiencia adquirida por el individuo. Entre ellas tenemos: Vocación, manejo de relaciones interpersonales, habilidades administrativas, presentaciones efectivas. Con un esquema de formación y de supervisión adecuados pueden desarrollarse.

- **Motivación:**

Se trata del deseo de la persona de dedicar esfuerzo y recursos propios a realizar actividades específicas de las funciones de ventas. Esto se logra mediante el diseño de un sistema de compensación y motivación adecuado; elaborado específicamente para el tipo de venta a realizar. En el pasado hemos ya desarrollado este tema con más profundidad (Indisa On Line Nro. 95 del 20 de Mayo del 2011).

- **Factores organizacionales y de mercado:**

Son aspectos externos al vendedor, pero que dependen de la interacción del vendedor con la compañía y el entorno del mercado. Estos aspectos dependen de un buen diseño del programa de ventas, integrado con un buen perfil de fuerza de ventas y un entorno de mercadeo adecuado. Entre estos factores tenemos: Potencial de ventas del territorio, competitividad de la empresa, campañas de mercadeo, posicionamiento de la compañía en el mercado.

Conclusión:

Está demostrado que las políticas comerciales de la compañía, así como las acciones propias de la administración influyen mucho más en el desempeño a largo plazo de un vendedor que sus características personales. Existe una razón por la cual los procesos de selección toman tanta importancia al momento de formar la fuerza de ventas. Quienes no poseen las aptitudes, rasgos personales y las habilidades para ser exitosos en un determinado rol de ventas, seguramente se frustrarán y renunciarán (o serán despedidos), antes de que el proceso de

entrenamiento, de capacitación y de motivación puedan convertirlos en vendedores productivos para la compañía.

Las compañías de tecnología invierten grandes sumas de dinero en capacitación de un vendedor, y en la mayoría de ellas son necesarios entre seis meses y un año para que este vendedor genere suficientes ventas para cubrir sus costos directos. Cuando un vendedor frustrado se retira de la compañía durante el primer o segundo año, la empresa no recupera los costos de reclutamiento y formación.

NOVEDADES

INDISA S.A., con su UEN Hidromecánica, Distribuidor Exclusivo de Power Generation para América Latina.



The First Power Generation Specialist in South America

We are proud to welcome INDISA S.A. to the Parker Power Generation Specialist network of distributors. INDISA S.A. is the first Parker Power Generation Specialist distributor in South America. Located in the city of Medellin, Colombia, INDISA S.A. is a multi-line Parker distributor with an industrial concentration.

[Read More >>](#)

Si usted no recibe esta publicación directamente de INDISA S.A. o si desea recomendarnos a alguien para que la reciba, [presione aquí](#)

Para consultar las ediciones anteriores del boletín INDISA On line, puede entrar a <http://indisaonline.8m.com/>.

En esta página se encuentran todos los boletines en formato de página web, para que usted pueda grabarlos en su computador e imprimirlos.



Tel: (574) 444 61 66
Medellín-Colombia

mercadeo@indisa.com <http://www.indisa.com/>