

Asunto: Tecnólogo pervertido, subvertido o ambivertido

espero que estés entre bien y mejor.

Quedan unos días para que finalicen las rebajas de invierno.
Te lo recuerdo por si tienes algo pendiente.
Ya no queda casi nada
pero si algo te gusta y te vale suelen ser chollos.

A mí me gustan los chollos.
No soy muy exquisito con esto.

Las rebajas, el Black Friday o el Cyber Monday nos recuerdan una de las pocas verdades universales.

Vender mucho mola.
Vender mucho es sexy.
Vender mucho mueve el mundo.

Tres verdades así para empezar...
pero espera que todavía hay más.

Tesla es Tesla por lo que vende.
Zara es Zara por lo que vende.
Los Rolling Stones son los Rolling Stones por lo que venden.

Luego ya tú decides si gestionas tus ganancias como Elon Musk, Amancio Ortega o Mick Jagger.

Lo importante es que vendas...
Mucho.
Cuanto más mejor.
Porque vender es poder
y el poder, amigo mío...

¡Ah! el poder...

El poder genera cascadas de feromonas.
El poder convierte a Cuasimodo en George Clooney
y a George Clooney en... bueno, en Nacho Vidal.

Sí, es una obviedad.
Y lo obvio se nos olvida.

En tu empresa, ¿quién
El que vende mejor sus ideas.
El que convence e influye.

corta el bacalao?

Porque el que influye, se lleva la mejor parte del pastel.

No saber vender bien significa muchas cosas.
Y ninguna buena.
Sobre todo significa no tener influencia.
Y no tener influencia significa vivir en la calle de la irrelevancia, s/n.

Si alguien propone lo mismo que tú y logra el apoyo que a ti te negaron, no es casualidad.
No es que sea el ahijado del CEO, (que también pudiera serlo).
Es que sabe venderlo mejor.

Y aquí viene el problema.
Muchos tecnólogos piensan que "vender" es cosa de charlatanes con argumentos del 2x1.
Y sonrisa de teletienda.
Así que vamos a empezar por el principio.

Hay que cambiar la mentalidad del tecnólogo sobre las ventas.

Por eso este boletín cuenta con un convenio para su difusión con el **Consejo Superior General de Colegios Oficiales de Ingeniería en Informática de España**.

Porque el tecnólogo, si quiere ser relevante, tiene que aprender a vender, venderse y venderte.

Olvídate de que para ser un buen vendedor tienes que ser un bocazas, un extrovertido o el alma de la fiesta.
Eso no es verdad.
Es un mito.

Entiendo que dudes. Es lo que tienen los mitos.

Puedes comprobarlo consultando el trabajo del psicólogo organizacional Adam Grant, que ha demostrado que los mejores vendedores no son los más muy extrovertidos.
Tampoco los muy introvertidos.

Son los "**ambivertidos**".

Ni pervertidos, ni

subvertidos.
Ambivertidos.

Suena raro, pero es verdad.

Porque para vender tienes que generar confianza
y los bocazas rara vez generan confianza.

Y los tecnólogos bocazas menos todavía.
Que son muy pesaos.

Así que salvo que ya seas más parco que Clint Eastwood en *Por un puñado de dólares*,
hablar más no es el camino para que logres más apoyos.

La influencia no va de hablar mucho.
Va de hablar (y actuar) para generar confianza.
Así que hay que saber cuándo hablar bien y cuándo callar.
Hay que aprender a ser ambivertido.

Para acabar, que ya es demasiado valor para un solo correo, te dejo un ejercicio
hasta la semana que viene...

Cada mañana, antes de salir de casa, mírate al espejo con indisimulado deseo
carnal y di en voz alta:

— ¡Hoy voy a venderlo todo!
[échate un besito y añade]
— ¡Qué guapo soy y qué culito tengo!
[y ahora date un cachete en una de tus prietas nalgas]

Ya estás preparado para salir y comerte el mundo.

Si en una semana no notas cambios... igual es que eres un caso perdido.

Que tengas una semana estimulante
que no necesite de laxante.

Marcelo
¡Salud! ...y un poco de suerte.