

# Desarrollo de equipos de trabajo

Ser jefe no es fácil, pero no es menos fácil aprenderlo. En esta nueva selección de artículos publicados por SellingPoint, Estrategas presenta *tips* para los agentes profesionales que se enfrentan al desafío.

**E**strategas presenta una nueva selección de artículos publicados por el newsletter digital *SellingPoint*. En esta entrega, el consultor y capacitador Carlos Melo desnuda trampas y destierra mitos sobre el desa-

rrollo de equipos de trabajo, una ardua tarea a la que se enfrentan muchos agentes profesionales en algún momento de su carrera.

Además, en el apartado Tirando Paredes, los agentes cuentan cómo

hicieron para refloatar negocios que parecían perdidos, pero finalmente terminaron cerrando. Además, cuáles fueron las objeciones más absurdas que recibieron y cómo lograron resolverlas.

## TIRANDO PAREDES

**¿Tuviste algún negocio que parecía perdido y que lo terminaste cerrando? ¿Cuál fue la clave para concretarlo?**



**Tony Serrano, productor:** Estaba frente a Néstor, un prospecto muy interesante, con capacidad para generar un buen programa de ahorros, pero a lo largo de la

casi hora y media de la tercera reunión no podía definir el cierre. Su perfil era de una persona con patrimonio sólido que no necesitaba generar un ahorro para su próximo retiro. ¡De todas maneras, yo quería venderle! Así que, repasando todos los puntos con él y despejando cada objeción que me ponía, me di cuenta de que Néstor no me daba el "sí" porque no había encontrado un *objetivo* para adquirir el producto.

En un momento de la conversación, Néstor me dijo que con algunos ahorros que tenía le había comprado un departamento de dos ambientes a cada uno de sus dos hijos. Y ahí fue cuando se me ocurrió decirle por qué no generar un ahorro a 10 años para cuando sus hijos casados y con hijos necesiten pasar de esos departamentos a una casa... Por supuesto, Néstor *compró el objetivo*

y pude entonces ¡cerrar la venta! Conclusión: que tu cliente siempre tenga presente un objetivo para realizar tanto un ahorro, como una inversión o un seguro de vida.

**Daniel Faiman, productor:** Hay una fórmula sencilla que suele dar resultados en estos casos. Ante la negativa del prospecto en el cierre, le preguntamos directamente: "Señor yo realmente pensaba que este plan era adecuado a sus necesidades y cubría sus expectativas, sin embargo, es evidente que me equivoqué. ¿Podría decirme efectivamente en qué me equivoqué, para ayudar a mis futuros clientes? Si el cliente es sincero, puede darnos una pauta de nuestro error, y *corregirlo ante él mismo*, y tal vez logramos la venta.

**¿Cuál es la objeción más absurda que recuerdes? ¿Pudiste resolverla?**

**Rolo Tettamanzi, productor:** "Hace unos años atrás, me llamó una persona diciendo que era conocido de un amigo mío y que quería que lo ase-



sorara para contratar un seguro de vida. Me dio sus datos y me pidió si podía ir a los dos días a su oficina.

Armé mi agen-

da y lo fui a visitar en pleno centro. Cuando llegué, su secretaria me pidió que lo esperara un ratito que me iba a atender. Bueno, esperé más de una hora. Ya estaba un poco inquieto. Seguí esperando, aunque yo que soy tan puntual ya me quería ir. Llegué a esperar casi dos horas. Cuando esta persona salió me dijo que *no quería ya nada, que no lo necesitaba y que mejor me retirase*.

Yo sorprendido, ya que era él quien me había llamado, me quedé callado. Como tenía un par de facturas encima, las saqué y le dije que como profesional, no tenía dos horas para perder por lo que le iba a cobrar mis honorarios. Me dijo que no había problema y que su secretaria me los pagaría. Así fue y me retiré. Al cabo de dos semanas, lo llamé nuevamente y le propuse comenzar de nuevo. Aceptó y pidió disculpas.

Lo fui a ver, le devolví el dinero y me regresó la factura y luego de charlar hice *uno de los mejores seguros que había hecho hasta ese momento*. Todavía es un excelente cliente.



**Dorín Israelian, productora:** Comenzaba a tener mis primeras reuniones, y una amiga me refirió a un contador, casado,