

## **DESGRABACIÓN**

### **NICOLÁS DE OLAZÁBAL**

Raúl, buenas. Hola, buenas tardes, bienvenidos a todos. Levante la mano quien vio Indiana Jones.

Les voy a contar por qué empiezo con Indiana Jones, pero antes agradecerle a Raúl la invitación para compartir algo que la verdad me encanta, el mundo de las ventas que me parece algo apasionante.

Como vamos a estar hablando de ventas y todos o casi todos ustedes viven de las ventas, lo que voy a compartir, son muchas experiencias y opiniones que en diferentes momentos han compartido con nosotros.

Hay gente que tiene mucha experiencia y que probablemente lo que va a ver acá no lo va a sorprender, a esa gente invito a que aprovechen para refrescar conceptos nada más, porque probablemente no va a ver nada nuevo, y para los que tienen poco tiempo o están empezando en la industria, aprovechar lo nuevo.

¿Por qué elegí entrar con Indiana Jones? Si tuvieran que definir a Indiana Jones dirían que era un aventurero, una persona que fundamentalmente estaba todo el tiempo subido arriba de la aventura.

Pero no era un aventurero que hacía las cosas sin pensar y acá viene un paralelismo con las ventas y con lo que cada uno de nosotros tiene que vivir cada momento del día.

Primero, Indiana Jones era una persona que estaba formada, era arqueólogo, sabía varios idiomas y daba clase en la Facultad y tenía esa característica, una cualidad y que cada uno de nosotros también tiene que tener.

La gran mayoría de las charlas que hemos tenido, que fueron muy importantes como productores, porque te da las herramientas cuando estás frente a un cliente de demostrar que realmente sabés.

El segundo punto y creo que es crucial, Indiana Jones tenía muy claro cuál era su objetivo. En la película número 1, Indiana Jones estaba en la búsqueda del arca de la alianza, un cofre que según la tradición tenía las piedras con los 10 mandamientos que Dios le había dado a Moisés. En la segunda película está en busca del santo Grial; objetivos bastante ambiciosos.

Nuestros objetivos son los clientes y ahí estamos nosotros en el medio cuando tenemos claros nuestros objetivos, una de las cosas que trae aparejado tener claro el objetivo es que todo cobra sentido alrededor.

Empieza a haber un propósito fuerte en tu trabajo de cada día. Porque nuestros trabajos no son fáciles. A veces es monótono, uno tiene que hacer cosas que le cuestan, tener claro no solamente el objetivo, sino el propósito es fundamental.

Si nos preguntan ¿qué somos? He escuchado todo: productores, asesores, Project managers, términos que como en el aviso son interminables.

En definitiva lo que nos une a todos es que nuestro crecimiento profesional pasa por 2 lados: uno de ellos es cuidar nuestros actuales clientes y el segundo, es generar nuevos clientes. Son fundamentalmente los 2 grandes objetivos que como productores tenemos cada uno de los días.

Nos levantamos pensando en nuestros clientes actuales y en cómo podemos incrementar nuevos clientes. Con lo cual todo lo que nos une son las ventas.

Todos tenemos que vender para comer. Pero ¿qué nos traba? Porque en definitiva he escuchado infinidad de veces: quiero vender más, pero ¿y qué pasa? ¿Por qué no vendés más?

Una de las trabas, son todas estas que vamos a ver acá. ¿Se acuerdan de algunas o no: la economía, el Brexit.

Vos decís, ¿Qué hago con eso? Lo cierto es que todo esto está y nos atraviesa y muchas veces los clientes pueden no tenerlo como una traba pero la tenemos

nosotros. ¿Cuál es el común denominador de todo esto? Son todas estas trabas que están afuera y hay que reconocerlas. ¿Qué hacemos con esto?

La diferencia entre un buen productor y un productor mediocre está en cómo reaccionamos respecto a estas situaciones ¿qué es lo que hacemos?

Me quedo lamentando, llorando, diciendo mirá lo que está pasando, no sé lo que voy a hacer con todo esto o como algunos productores mientras esto está pasando, están saliendo a visitar los clientes que no estoy visitando. Nos pasa un montón y uno trata de negarlo, pero nos influye y si no les influye a ustedes, a mí me ha influido muchas veces.

Cualquier cambio relacionado con las ventas que como productores queramos hacer, viene de tomar conciencia de esto. Es tomar conciencia de lo que nos está pasando, de que estas cosas pasan y a ver como reacciono.

Soy director de Espacio SellingPoint que nació en el 2006 como un newsletter, algunos de acá los reciben o los recibían.

Era un newsletter y con Raúl como nos conocíamos de antes me dice por qué no hacemos juntos conferencias de productores de seguros de vida. Nos pareció espectacular y armamos las 4 conferencias de agentes de seguros de vida junto con revista Estrategas.

La verdad que fue bárbaro, fue excelente, lo disfrutamos, empezaron los productores a participar y a ser protagonistas en las capacitaciones.

Después nosotros seguimos nuestro camino y empezamos a hacer los workshops de profesionales de seguros y lanzamos en el 2013 nuestra consultora de capacitación que se llama Espacio SellingPoint.

Como Espacio SellingPoint trabajamos hoy con algunas compañías dictando talleres a productores y brokers, en cada evento que hemos hecho, desde el primero, todos los que participaban nos dejaban el feedback antes de irse.

Ahora voy a compartir lo que todos los productores participantes opinaron sobre cuáles son las trabas y cuáles son los aceleradores para vender más. Primero ¿cuáles son nuestras barreras internas?

Voy a ir y ustedes, acá hablo como si fuera cada barrera, una bala. Nadie lo va a decir, ni les voy a decir que lo digan públicamente; una vez cuando terminé una charla uno me dijo: me acibillaste porque me pegaron todas.

En alguna medida, van a ver que todos sufrimos un poquito de esto. Ojalá que no todas, porque estamos en problemas.

Fíjense la primera: desorganización. Una de las trabas que tenemos los productores es la desorganización, tal vez es duro, es más lindo decir falta de organización.

Cuando vos estás organizado y tenés un método de trabajo, crean o no un buen método de trabajo te libera tiempo.

Segunda traba que tenemos los productores, falta de actividad eficiente. La gran mayoría terminamos el día agotados de hacer millones de cosas y no las voy a describir, tenía una filmina para describir todo lo que hacíamos pero ya no entraban todas las cosas que hacíamos.

El problema pasa cuando terminás el día y vos sentís que no avanzaste un metro.

¿Les pasó alguna vez? A mí me pasó ¿Les pasó alguna vez o no? Levante la mano el que le pasó alguna vez para no sentirme solo. Buenísimo. Nos pasó a todos. Llega el final del día y dice: ¿Qué hice porque estoy muerto? Estoy para tirarme a la cama, Netflix, serie 20 horas, estoy agotado, pero no avanzaste un paso. Es la falta de actividad eficiente.

Otra traba, que debería ser la primera. La falta de objetivos claros que yo pueda medir, que me puedan decir a mí donde estoy parado, si estoy bien o no en función de esos objetivos.

Otra traba que viene por no tener objetivos: el foco. Cuando no tenemos los objetivos claros da todo lo mismo. Hemos escuchado un montón de veces, nosotros mismos a veces diciendo pongo lo mejor, pero a veces tus decisiones no te acercan a los objetivos.

Otra traba, sé que les pasa a muy pocos. Los clientes te queman la cabeza, te llaman porque se les rayó el vidrio retrovisor del auto. Vos decís no puedo creer que estoy atendiendo a este tipo. Nos pasa mucho.

Estos son todos los problemas pero no se me suicide nadie: falta de tiempo. Una vez un capacitador me dijo no digas nunca más falta de tiempo decí en todo caso no me hago el tiempo, porque si tenés algo realmente fuerte y que te guste, el tiempo te lo haces.

El miedo al no, sé que somos todos titanes, todos somos Indiana Jones, todos, pero la verdad que cuando estás solo, solo en el baño, la puerta cerrada, los chicos, mujer afuera, solo en el baño y te mirás al espejo, la profundidad tuya la conoce nada más que vos.

Y muchas veces nos autolimitamos para poder vender más. Nos autolimitamos.

Hoy me llama un hijo y me dijo: papá mirá, creo que no pasé en el examen por un problema que me planteó y le dije: ¿llamaste a la facultad para ver si era así?

Les aviso que está mi mujer ahí y le estoy contando porque ella no sabe todo esto. Pasó el examen, llamó por teléfono y me dijo papá llamé, pasé, rollo interno, desde chicos tenemos estos rollos adentro.

Y la última traba para dejarlo acá, es la falta de autoestima, de sentir que no puedo alcanzar esto. Esto me supera.

Diagnóstico. Esto les vuelvo a repetir sale de productores, han pasado unos 5000 productores, fuimos sacando y dijimos: esto es lo que siempre está, es lo que siempre sale. ¿Qué hacemos con todo esto?

Les voy a tirar algunas ideas sino me van a decir me tiraste todas las paldas del mundo; también compartieron algunas ideas como para aprovecharlas.

La primera: rodearte de buenas compañías, fundamental. Cuando uno está en la calle a veces está bien, a veces más o menos, y si tenés buena gente que te acompañe cuando estás caído te van a motivar, a empujar y cuando ellos estén caídos vas a ser vos el que los va a empujar. Muy importante rodearse de gente que tira para adelante.

Aprovechar los contactos con los clientes. Levanten la mano los que están convencidos de que sus clientes saben todos los productos que tienen para venderles. Tenemos un montón de contactos con los clientes y no hay que desaprovecharlos.

Fíjense a la derecha, dice: capaciten a sus administradores, porque muchas veces el que recibe el llamado del cliente es el administrador.

Denle 3 lineamientos comerciales para que cuando llamen sus clientes les pregunte ¿sabe que estamos también ofreciendo soluciones en seguros en determinada área?

Hay que aprovechar esos momentos, qué ese cliente que te llama por el espejo retrovisor rayado, por lo menos le ofezcas algo cuando llame.

Empezar el día con algo que te ponga en acción, al que le gusta correr que salga a correr, al que le gusta empezar con reuniones que se ponga todas las mañanas una reunión a las 9 de la mañana, algo que te dispare a la acción.

Esto lo escuchaba hoy en el seminario de ventas, incorporar hábitos poderosos, buenos.

Los hábitos son todas aquellas acciones que llevamos adelante en forma inconsciente, tenemos de los buenos y de los malos y solamente se pueden cambiar cuando empiezo a tomar conciencia de eso.

Que esta charla sirva para pensar que estoy haciendo bien, que no estoy haciendo bien y qué podría cambiar para hacer las cosas un poco mejor.

Solo yo puedo y está relacionado un poco al tema del autoestima, un amigo me decía, hablando de que uno siempre se equivoca o pisa la misma piedra y me decía da gracias a Dios que la piedra siempre es la misma sino tu vida sería un desastre y dije, tal vez tenga razón. Pero por eso, uno a veces se equivoca 20 veces con lo mismo y decís qué hago con esto.

No dejar de creer que hay posibilidades como para cambiar e ir para adelante y que adentro de cada uno de nosotros hay enormes oportunidades que dependen de nosotros.

Agendar las actividades importantes. Cuando se vayan de acá dentro 10 minutos, salieron de acá y se olvidaron el 98% de las cosas que les comenté. Si hay algo que te llega, anotalo porque después te olvidás y entrás en el ritmo frenético de todos los días, por eso las cosas importantes hay que tenerlas agendadas.

Si para vos es importante llamar a clientes, hay un lugar en la semana donde no negocias en que tenés que llamar a los clientes.

Finalmente, los que pueden delegar. Van a ver alrededor de este signo de interrogación ideas que algunos aventureros implementaron y que hoy estamos implementando, por eso dice metódicamente, porque a veces tenemos lapsus y decimos voy a hacer esto, pero nos cuesta mantenerlo en el tiempo.

Hay productores, brokers, asesores financieros, project managers, muchos de los que estamos acá, que están haciendo algunas de estas ideas, las están llevando adelante metódicamente.

Ustedes dirán no hay nada nuevo en el horizonte y tienen razón, pero el problema no pasa por anotar todas éstas, pasa por nuestro crecimiento profesional y pueden estar o no de acuerdo.

Pasan por 3 pilares: el primero es tener los recursos para hacer las cosas. Si no tenés los recursos evidentemente no lo vas a poder hacer, pero primero está el poder.

El segundo es el de los conocimientos, del saber y acá muchos de ustedes estuvieron en cantidad de charlas, es importante porque tenemos que saber como Indiana Jones. Que era arqueólogo, profesor de la facultad y se formaba todo el tiempo y por eso podía alcanzar objetivos importantes. Si queremos alcanzar objetivos importantes tenemos que capacitarnos.

Es muy fácil que las compañías vengan y nos digan vení que tengo tal cosa y la gran pregunta es qué hacemos nosotros por nosotros. El tema del saber es clave es fundamental, por eso démosle bolilla al tema del conocimiento.

Y uno de los puntos que es un llamado a la acción, es el tercero.

El querer, el tercero. Me acuerdo de un productor que vino a trabajar con nosotros, era ceceoso y él quería vender y yo decía la verdad que no lo veo para las ventas.

Una topadora, vendió más que un montón que sabían un montón. El querer hacer las cosas para mí es el motor, es el fuego, es lo que realmente nos lleva adelante, es la pasión, cuando vos notás en alguien la pasión te atropella. Cuando atropellas a alguien desde la pasión ese alguien se conmueve, se mueve desde adentro y lo que nosotros les proponemos le cierra.

La invitación es dale mucha bolilla al querer porque el querer es lo que mueve montañas y como empecé con Indiana Jones, me gustaría mostrarles ahora un videíto muy cortito.

Perdónenme tenía muy poco tiempo, la invitación es la Argentina es un país excepcional, tenemos todas esas cosas que lo hace único.

Todos estos vaivenes maravillosos que siempre nos mantienen alerta, llevan argentinos para todo el mundo porque dicen que nos adaptamos a todo.

La invitación es a animarnos a dar ese paso, casi siempre nos ataja, hay un mundo de oportunidades y depende de cada uno de nosotros, así que vamos por ello, muchas gracias.