



10 Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito



Romper su zona de confort

Capítulo 10: Resumen y objetivos de aprendizaje

Descripción del capítulo:

David Sandler identificó la conexión entre la autoestima y el rendimiento en los roles. En esta lección, aprenderá cómo su nivel de autoestima crea una zona de confort en cuanto al rendimiento en sus diferentes roles. También aprenderá a atravesar su zona de confort y lograr mayores niveles de rendimiento.



Resumen del capítulo:

- Identidad y separación de roles
- Identidad y confusión de roles
- Guiones y Teoría I/R
- ¿Estás en una zona de confort?
- Concepto I-10
- El nuevo usted: Escribir sobre las convicciones
- Diario
- Planilla de evaluación



Objetivos del capítulo:

Al finalizar este capítulo, será capaz de:

- Explicar la Teoría Identidad/Roles.
- Explicar el concepto de ganadores, mediocres y perdedores.
- Describir cómo se ajusta la conducta para mantenerse en la zona de confort.
- Explicar cómo puede expandir su zona de confort.



10 Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Introducción: Romper su zona de confort

La teoría Identidad/Roles de Sandler ilustra la naturaleza dual de nuestras vidas. Cada uno de nosotros tiene un yo interior, la imagen que tenemos de nosotros mismos o nuestra *Identidad*, y un yo exterior compuesto de los muchos *Roles* que adoptamos en el transcurso de nuestras vidas.

Los **roles** son todas las etiquetas que nos ponemos a nosotros mismos. Se trata de lo que hacemos en la vida. Los roles son las cosas en las que estamos involucrados, como los negocios, la familia o los pasatiempos.

La **identidad**, la autoestima o el yo interior es la forma en que pensamos acerca de nosotros mismos, independientemente de qué papel estamos jugando. Es la actitud que usted tiene con respecto a sí mismo, sus habilidades y su potencial.

A pesar de que la imagen que tenga de sí mismo y sus roles vayan por separado, entre ellos se establece una influencia mutua muy marcada. Su identidad tiene una fuerte influencia en lo bien que desempeña los roles y el desempeño de sus roles puede afectar la forma en que valora su identidad.

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Separación de la identidad y roles

Le presentamos un ejercicio para ayudarle a enfocarse en su ser interior. Imagínese en una isla desierta donde el sol brilla, el océano es limpio y acogedor y los árboles se balancean con una suave brisa. Usted está solo en esta isla; sus amigos, familia y compañeros de trabajo están en otro lugar.

Durante los aproximadamente 15 minutos que va a estar en esta isla, no tiene nada que hacer y ningún rol que desempeñar. Usted no es padre o hijo, no es empleado de ninguna empresa, ni el ciudadano de ningún país. No es amigo ni enemigo de nadie. No tiene casa que limpiar, césped que cortar, televisión que ver o internet para navegar. Puesto que va a estar aquí solo durante un breve espacio de tiempo, no tiene que construirse un refugio ni alimentarse. Y no tiene tiempo de ir a nadar o explorar la isla. Lo único que tiene que hacer es sentarse tranquilamente bajo la sombra de un árbol y ser usted mismo.

Piense en ese yo interior, la persona que es sin ninguno de los roles que desempeña en la vida. Es su identidad como ser humano: su mente, espíritu, fuerza y vitalidad. ¿Qué piensa de ese yo?

Si tuviera que puntuarse en una escala del cero al diez (10 siendo el más alto), ¿qué valor daría a su identidad esencial? _____





10 Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Separación de la identidad y roles

El ejercicio podría resultarle difícil por dos razones. En primer lugar, puede resultar difícil separarse de sus roles. Normalmente, cuando alguien le pregunta sobre usted mismo, usted habla en términos de roles: "Soy un vendedor de la compañía ABC. Estoy casado y tengo un par de hijos. Paso mi tiempo libre acampando y caminando con mi familia, leyendo, estudiando historia y haciendo diferentes trabajos en la casa".

Notará que esta declaración dice mucho sobre lo que *hace*, pero no sobre quién es por dentro. Esta confusión identidad-rol es un problema común; pocas personas distinguen entre su identidad interior ("I") y el yo exterior que está compuesto por los roles ("R") que han asumido. Desempeñar sus roles les exige tanto tiempo y tanta energía, que no es de extrañar que pierdan de vista a su yo interior.

Segundo, usted puede tener dificultad con este ejercicio si su opinión de ese yo interior, su autoestima, es baja. Reconocerlo formalmente con una puntuación numérica seguramente lo hizo sentir incómodo. Eso no es inusual, pero debe saber que si usted se calificó con una puntuación menor a 10, se equivoca. Su identidad siempre recibe la puntuación 10, a menos que cometa el error común de confundir el valor "I" con el valor de su desempeño de rol ("R").

Al nacer, poco más que un paquete de impulsos y necesidades, sin roles o responsabilidades conscientes, sin habilidades o logros, usted era un 10. Entró a este mundo con una puntuación de 10 en su Identidad y lo dejará con una puntuación de 10. Nada de lo que sucede en medio puede cambiar eso. Cada ser humano en el planeta tiene el mismo valor inherente de 10 en su Identidad.

Por lo tanto, si todo el mundo es un 10, ¿por qué no todo el mundo se desempeña como un 10? Para responder a esa pregunta, tendremos que examinar más de cerca la naturaleza interconectada entre el sentido de la identidad y el desempeño de rol.

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Confusión entre identidad y roles



Hay una diferencia entre su "Identidad" y los "Roles" que usted desempeña.

A medida que creció, sus padres y otros comenzaron a asignarle diferentes roles: hija o hijo, hermano o hermana, estudiante, amigo, compañero de juegos. Ha continuado adquiriendo roles a lo largo de su vida, ha formado nuevas relaciones, como al casarse, y probado nuevas actividades en el trabajo y en su tiempo libre.

Cada rol tiene "reglas" o expectativas que definen lo que constituye un buen rendimiento en el rol. Los niños buenos obedecen a sus padres. Los buenos estudiantes obtienen buenas calificaciones. Y por supuesto, los buenos vendedores cierran gran cantidad de ventas.

La mayor parte del tiempo, usted siente que los elogios y las gratificaciones que recibe están relacionadas con el desempeño en su rol. Lo mismo pasa con las críticas y sanciones. Cuando de niño limpió su habitación, su madre lo recompensó con un abrazo y tal vez una galleta. Obtuvo su aprobación, no simplemente por ser usted, sino por sus habilidades para la limpieza de la habitación.

Cuando sacaba buenas notas, sus padres lo elogiaban y las universidades le ofrecían becas. Sin embargo, no había ningún lugar en su boleta de calificaciones para que su maestro dejara constancia de que, además de tener una aptitud para las matemáticas, tenía una autoestima sana.

Cuando superó su meta de ventas durante varios meses seguidos, obtuvo una bonificación sustanciosa. No hubo recompensas, sin embargo, durante los meses en que se mantuvo seguro de sí mismo a pesar de algunos contratiempos.

Así es como comenzó a creer que su valor depende de lo bien que desempeña sus roles. Si confunde el rendimiento en sus roles con su valor como ser humano, la imagen que tenga de sí mismo sufrirá. Después de todo, no sobresaldrá en todo lo que intenta hacer. Así que no hay manera de que tenga un rendimiento ganador todo el tiempo.



10 Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Confusión entre identidad y roles

Si deja que los desempeños que no fueron excelentes contaminen su identidad, su autoestima disminuirá. Y, si su autoestima disminuye, las expectativas de rendimiento son menores. Eventualmente, el equilibrio se alcanza a un nivel inferior. Este estándar de rendimiento aceptable es su zona de confort.

Una zona de confort es donde casi todo el mundo termina, algunos pueden estar en niveles más altos o más bajos de rendimiento, pero de cualquier manera, todos se arriesgan a fracasar a un nivel con el que se sienten cómodos.

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Guiones y Teoría I/R

Al principio de su capacitación, David Sandler observó patrones predecibles de desempeño de los vendedores. Había quienes se desempeñaban consistentemente a niveles altos; aquellos que consistentemente se desempeñaron a niveles bajos; y aquellos cuyo rendimiento variaba, pero en promedio, caían en algún lugar en el medio del grupo.

Lo que lo intrigó fue que esta ruptura incluso existía dentro de las organizaciones donde los vendedores tenían talentos, conocimientos y experiencias similares. Tenían oportunidades similares de desarrollarse. Y tenían los mismos recursos a su disposición. En esos entornos, uno esperaría que los niveles de rendimiento fueran más uniformes.

Pero no lo eran.

Los dueños de negocios y gerentes de ventas tenían varias teorías para explicar la discrepancia en los niveles de desempeño de los miembros de sus equipos de ventas. Estos incluyen:

- Algunas personas están más motivados por el dinero que otros.
- Algunas personas tienen una ética de trabajo más fuerte que otras.
- Algunas personas están mejor organizadas que otras.

Sandler sospechaba que había más que eso. Como estudiante de conducta humana, se propuso encontrar la respuesta. Y la encontró en los conceptos subyacentes de la *teoría del guión* de Eric Berne.

Eric Berne era un psiquiatra, el padre del Análisis Transaccional, el autor de *Juegos en que participamos* y el creador de las ideas del popular libro *Yo estoy bien, tú estás bien*.

La *teoría del guión* de Berne describe y da nombre a tres patrones de conducta, guiones, basados en la programación de los padres durante la primera infancia y las decisiones de la infancia. Un aspecto de los perfiles de guión que Sandler encontró describe la correlación entre las intenciones y los logros.



10 Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1: ¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2: Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3: Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4: Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5: El dolor
- ▶ Capítulo 6: El presupuesto
- ▶ Capítulo 7: La decisión
- ▶ Capítulo 8: Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9: Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10: Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11: Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12: Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13: Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14: Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15: Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16: La fórmula para el éxito

Guiones y Teoría I/R

Berne sugirió que las personas que se proponen hacer algo, declaran que están comprometidas a hacerlo y, a largo plazo, lo hacen, poseen un guión *ganador*. Él apropiadamente etiquetó a estas personas "Ganadores".

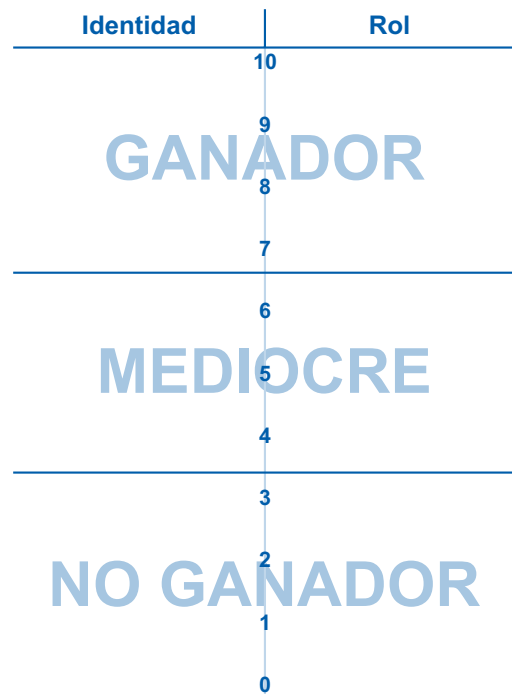
Los **ganadores** esperan ganar y suelen hacerlo. Los ganadores, por supuesto, a veces se quedan cortos. Pero, cuando les pasa, aceptan la responsabilidad de su desempeño que dista de la perfección y toman medidas correctivas. Ellos dicen algo como: "Eso no funcionó como yo había planeado, pero ahora sé qué hacer de manera diferente la próxima vez".

Berne identificó a un segundo grupo de personas, que se proponen hacer algo, que declaran que están comprometidas a hacerlo y luego, a largo plazo, *no* lo hacen. Argumentó que estas personas poseen un guión *perdedor*. En Sandler, los denominamos "no ganadores".

Los **no ganadores** no esperan ganar mucho, o ganar en absoluto, y generalmente no lo hacen. Los no ganadores no se responsabilizan de sus acciones. Cuando no logran un objetivo, dicen cosas como, "metí la pata, pero eso es sólo porque ..." y luego culpan a alguien o algo por el fracaso.

El último grupo descrito por Berna es el "mediocres", los que no pueden ser ganadores, pero *al menos*, no pierden. Sus guiones internos son *promedio*.

Los **mediocres** también establecen objetivos a los que dicen comprometerse, pero siempre se quedan cortos. A pesar de trabajar duro, los mediocres están contentos de estar parados y aferrándose a lo que tienen. Cuando no logran un objetivo, dicen: "Al menos me he acercado".



- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Guiones y Teoría I/R

Los ganadores, mediocres y no ganadores actúan de una manera consistente con sus guiones internos porque ahí es donde se sienten cómodos. Llevan a cabo el diálogo interno como una profecía autocumplida de lo que merecen.

Sandler vio un paralelismo entre estos guiones internos y los patrones de conducta de los vendedores de nivel alto, medio y bajo que observó. Esta conexión sentó las bases para el desarrollo de su teoría de Identidad/Roles (I/R).

La teoría I/R reconoce que cada uno de nosotros tiene un yo interior, nuestra *Identidad*, que es moldeada por nuestro guión de conducta y nuestra autoestima, y un yo externo que está compuesto por los diversos *Roles* que desempeñamos en la vida. La teoría no sólo explica la conexión entre nuestro sentido de identidad y nuestro desempeño de roles, sino que también revela una estrategia para ayudar a las personas a lograr una mejora del rendimiento a largo plazo.



En general, las personas sólo pueden desempeñar sus roles de forma coherente con la percepción conceptual que tengan de sí mismos.

La teoría de Sandler sugiere que en sus diversos roles, no sólo como vendedores, sino como padres, cónyuges, gerentes, entrenadores de fútbol y así sucesivamente, los ganadores buscarán tener un alto rendimiento, los no ganadores tendrán un bajo rendimiento y los mediocres tendrán un rendimiento promedio.



10 Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

¿Está en una zona de confort?

Hasta ahora, ha descubierto que es su propia imagen la que define los límites de su zona de confort y constituye la base de una profecía autocumplida de rendimiento, para bien o para mal. Es tan exitoso en sus roles como su propia imagen le permite ser. En promedio, se desempeñará de forma consistente con el valor que se atribuya a sí mismo.

Es esta necesidad de mantenerse en la zona de confort la que también crea un fuerte temor al fracaso, lo que impide que muchas personas asuman riesgos que puedan abrirles nuevas opciones y actividades. Van a lo seguro y protegen su identidad en situaciones de bajo riesgo para evitar fallar en esfuerzos de alto riesgo. Los vendedores, por ejemplo, invertirán una cantidad excesiva de tiempo con las cuentas existentes para evitar actividades de prospección "más arriesgadas" en las que puedan "fallar". Y es ese miedo al fracaso que los mantiene atrapados en su actual nivel de zona de confort.

Para expandir la zona de confort, debe darse cuenta de que el fracaso en el rol es sólo eso: fracaso en el rol y nada más. No indica su valor como persona, y no debe impedirle buscar mayores niveles de rendimiento.

La meta para el desempeño de su rol no debe ser alcanzar la perfección general. En su lugar, su objetivo debe ser establecer estándares realistas para usted en cada rol y luego tratar de mantenerlos. Los estándares deberían reflejar su nivel de capacidad así como la importancia que el rol tiene para usted.

Por ejemplo, digamos que tiene el potencial de ser un golfista sobresaliente. El juego no le interesa demasiado más allá de poder jugar unas cuantas partidas con los amigos de vez en cuando. Su estándar de excelencia para su rol de jugador de golf debería ser suficientemente alto para animarlo a mantener finas sus habilidades y lo suficientemente relajado para permitirle disfrutar del juego. Por otro lado, un golfista profesional, que se gane la vida jugando al golf, tendrá para su juego un conjunto de ideales mucho más estrictos que los que usted tenga.

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

¿Está en una zona de confort?

Si la zona de confort está limitando su potencial, necesita escapar. La buena noticia y la mala noticia es que salir de ella depende totalmente de usted. Es la actitud acerca de usted mismo la que lo pone en ese lugar limitado, y será su nueva actitud la que lo saque. En lugar de ajustar su rendimiento, ajuste su sentido de autoestima. Califique su Identidad con el "10" que usted merece.

Elija y registre una fecha en la que abordará la tarea. Identifique a alguien con quien compartirá su objetivo y a quién deberá rendirle cuentas acerca del compromiso asumido.

Tomar medidas y cambiar su conducta es la clave para atravesar su zona de confort. No puede simplemente desear y esperar que se abra un camino hacia un nueva "Identidad" o un nuevo "Rol". En definitiva, su conducta es una opción. Puede elegir poner en práctica nuevas acciones, y esas acciones reforzarán una nueva actitud y eventualmente crearán una nueva normalidad. La actitud fluctuará, pero si, a pesar de eso, continúa repitiendo la conducta, atravesará la zona de confort y formará un nuevo hábito.

Si se ha pasado la vida juzgándose a sí mismo en función del desempeño en sus roles, el cambio de actitud no ocurrirá de la noche a la mañana y continuará eludiéndolo de vez en cuando. Volverá a caer en viejas formas de pensar y racionalizar, especialmente cuando esté bajo estrés.

¿Alguna vez ha oído la historia del escorpión y la rana? El escorpión convenció a la rana de llevarlo a través del río prometiendo no picarla con su cola mortal. Sin embargo, cuando sólo estaban a mitad del río, el escorpión picó a la rana, y ambos se ahogaron. En un momento de estrés, el escorpión olvidó la razón y las consecuencias y regresó a la conducta natural.

Si resbala, no se "ahogue" en excusas y racionalizaciones. No se dé por vencido sólo porque esa es la forma en que normalmente hace las cosas. Reconozca su error y resuelva hacerlo mejor la próxima vez.



10 Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

¿Está en una zona de confort?

(consulte la Herramienta 10.1 en las Herramientas de Ventas para obtener una hoja de trabajo en blanco)

HERRAMIENTAS DE VENTAS ✕

¿Está en una zona de confort?

Herramienta 10.1

¿Qué actividad "fuera de su zona de confort" ha estado evitando? (O, ¿qué intentaría hacer si supiera que no puede fracasar?).

Me gustaría asistir a más eventos para establecer redes de contacto y tener mejores asociaciones para referencia de clientes.

¿Qué ocurre en el mejor de los casos (el beneficio, el valor o la recompensa por realizar la actividad anterior)?


Podría duplicar mi negocio el próximo año, y pasar menos tiempo vendiendo si tuviera mejores referidos.

¿Qué ocurre en el peor de los casos (usted no obtiene el resultado deseado)?

Si no tengo una red, tendré que hacer más llamadas en frío o fallaré en alcanzar mis metas de ventas.

Descargue una copia en blanco de esta herramienta en learn.sandler.com

© 2006-2016 Sandler Systems, Inc. Todos los derechos reservados.

 **Sandler Training**
Finding Power In Reinforcement

Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

¿Está en una zona de confort?

(consulte la Herramienta 10.1 en las Herramientas de Ventas para obtener una hoja de trabajo en blanco)

HERRAMIENTAS DE VENTAS ✕

¿Está en una zona de confort?

Herramienta 10.1

¿Qué "riesgos" relacionados con la Identidad debe correr para salir de su zona de confort?


- Equivocarse*
- Avergonzarse*
- No saber qué decir*
-
-
-

¿Qué ayuda necesitará para salir de su zona de confort?

- Trabajaré en un comercial bueno de 30 segundos para utilizar al establecer las redes de contacto.*
- Necesito encontrar un grupo de personas para establecer contactos, que sea acogedor y con el que me guste pasar tiempo.*
-

Descargue una copia en blanco de esta herramienta en learn.sandler.com

© 2006-2016 Sandler Systems, Inc. Todos los derechos reservados.



Sandler Training
Finding Power In Reinforcement



10 Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Concepto I-10

Aprendimos durante el ejercicio de la isla desierta que todo el mundo en el planeta tiene una puntuación de 10 en su Identidad. Este concepto es difícil de entender para la mayoría de las personas. Va en contra de casi todo lo que le han dicho. Los atletas obtienen más dinero si demuestran una habilidad superior, al igual que los médicos, actores e incluso vendedores. El entorno ha reforzado continuamente la idea de que debe ser juzgado y recompensado según el desempeño en su rol.

Otra manera de pensarlo es reconocer que otras personas establecen un valor a su desempeño basado en lo que vale para ellos, pero eso no tiene nada que ver con su autoestima individual.

La mayoría de las veces, otras personas pagarán por, aplaudirán y complementarán el desempeño en su rol. Si su evaluación es positiva o negativa y si están satisfechos o no, recuerde que sólo están evaluando su "R". No están evaluando su "I". Sólo usted puede asignar un valor a su "I".

La primera forma de salir de su zona de confort actual es reconocer y creer, y esa es la palabra clave, *creer*, que la puntuación de sus Identidad es 10.

Su zona de confort actual y cualquier clasificación de "I" inferior a un 10 le han causado un caso extremo de visión de túnel. Usted confía en las mismas opciones, las mismas expectativas y las mismas respuestas a los mismos problemas.

Seguramente, usted ha oído hablar de Michael Jordan. Va a estar de acuerdo en que tenía un 10 en su rol de jugador de baloncesto. También tenía la actitud de un ganador y tenía una puntuación de 10 en su Identidad. Si recuerda, se retiró de la NBA para comenzar una carrera de béisbol profesional. Su 10 en Identidad le permitió probar un nuevo rol. ¿Tenía una puntuación de 10 en su rol de jugador de béisbol?

No, el béisbol no demostró ser su nicho. ¿Bajó su "I"? Tal vez, tal vez no; sólo Michael lo sabe. Lo que sí sabemos es que volvió al baloncesto con la misma actitud 10 en Identidad y 10 en el rol para ganar otros tres campeonatos.

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Concepto I-10

La convicción de Michael en sí mismo y en sus habilidades lo llevaron al estadio donde pudo demostrar que la puntuación de su Identidad es 10. La puntuación de 10 en Identidad le permitirá seguir intentando, fallando y buscando hasta que encuentre el nicho en su rol. Necesita usar sus habilidades, oportunidades y entrenamiento únicos para encontrar el escenario adecuado para demostrar el 10 de su Identidad.

Una vez que haya establecido que tiene una puntuación de 10 en Identidad, es posible mirar con mayor precisión los roles en su vida y las conductas asociadas. Con la puntuación de 10 en Identidad, puede evaluar su rendimiento "R" e identificar las áreas de mejora en las que le gustaría trabajar.

Desde una perspectiva de ventas, puede ver de manera realista y objetiva su zona de confort actual y determinar cómo su última calificación de "I" lo mantuvo atrapado en esa zona. Con su nuevo 10 en Identidad, puede ampliar o mejorar esa zona poco a poco hasta que sea tenga un 10 en su rol. Con su nuevo 10 en Identidad, puede identificar metas realistas para lograr su zona de confort deseada, la zona de confort de un ganador.



10 Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

El nuevo usted: Escribir sobre las convicciones

A pesar de su 10 en Identidad, todos ocasionalmente cometemos el error de tratar de calificarnos comparando nuestro desempeño con el desempeño de otra persona. Juzgamos nuestro valor comparado con el de alguien más. Lo hacemos todo el tiempo. No estamos tan en forma como nuestro entrenador, o no somos tan ricos como Bill Gates, o tan graciosos como Jim Gaffigan, o no vendemos tanto como el próximo vendedor, etc.

Toda esa charla negativa e intento de ser algo que no es lo mantiene atrapado en su zona actual. Ya que se está hablando a sí mismo, ¿por qué no decir algo positivo?

La autoafirmación es una de las maneras más fáciles de salir de su zona de confort.

Por ejemplo, algunas declaraciones "I" positivas podrían ser:

Aporto valor al mercado.

Merezco prosperar en mi mercado.

Tendré éxito si sigo mi plan de acción

Y las declaraciones "R" basadas en el conducta podrían ser:

Haré 20 llamadas en frío.

Voy a pedir una referencia en cada conversación de ventas de hoy.

En cada llamada de ventas, utilizaré preguntas de reversión por lo menos tres veces.

Para que estas afirmaciones funcionen, debes renunciar a las comparaciones de tu desempeño "R" como base para establecer tu valor "I". Tienes que recordar que tu puntuación es 10 en Identidad sin que importe nada, y debes separar tu "R" de tu "I".

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

El nuevo usted: Escribir sobre las convicciones

Puede cambiar su zona de confort si está convencido que su puntuación es 10 en Identidad y establece metas para lograr un 10 en sus desempeños de rol. No será fácil. Usted correrá riesgos en el camino. Su convicción acerca de la puntuación de 10 en Identidad vacilará. Querrá volver a su antigua forma de pensar acerca de sí mismo. Sólo recuerde que le tomó unos cuantos años llegar a su zona de confort actual; va a tomar algo de tiempo cambiarlo.

Eso es lo que hacen las afirmaciones diarias. Le recuerdan tus metas de "I". Participará de algunas actividades incómodas. Puede sentirse incómodo al principio, pero cuanto más participe de ellas y cuanto más se recuerde a sí mismo que su puntuación en Identidad es 10, más pronto se sentirá cómodo llevándolas a cabo. Eso no significa que le gustará hacerlas, sólo que usted será capaz de hacerlas con eficacia. Con el tiempo, sus afirmaciones se convertirán en convicciones, y ¡sus nuevas convicciones lo llevarán a nuevos éxitos!



10 Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

El nuevo usted: Escribir sobre las convicciones

(consulte la Herramienta 10.2 en las Herramientas de Ventas para obtener una hoja de trabajo en blanco)

HERRAMIENTAS DE VENTAS ✕
Herramienta 10.2

COSAS que quiero lograr

Casa en la playa

↓

(agregue todo lo que quiera conseguir)

BARRERAS con la que me puedo encontrar

Odio la prospección y llamar a extraños

↓

(agregue todo lo que quiera conseguir)

ACCIONES que planeo tomar

Mejorar las ventas en un 30% este año

↓

(agregue todo lo que quiera conseguir)

BENEFICIOS que puedo tener

Comparé la casa que los dos queremos

↓

(agregue todo lo que quiera conseguir)

Descargue una copia en blanco de esta herramienta en learn.sandler.com

© 2006-2016 Sandler Systems, Inc. Todos los derechos reservados.

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Diario

Por un momento, póngase en los zapatos de un vendedor que ha programado dos horas de tiempo de prospección en el teléfono una mañana. Su objetivo es reservar seis citas para la próxima semana. Después de un comienzo inestable con el primer par de llamadas, entra en la rutina. Las dos horas parecieron volar. Pudo evadir con éxito lo mejor que tenían los guardianes para tirarle. Manejó con éxito los rechazos de los prospectos del estilo "envíeme la literatura" y "nunca he oído hablar de usted". Incluso pudo recuperarse de un prospecto que lo golpeó con "Todos ustedes son iguales" y comenzar una conversación significativa.

Dentro de todo, parecía una buena mañana. Ha llamado 36 veces. Lo atendieron 26 personas. Dieciocho personas estaban en sus oficinas. Pudo conversar con 14. ¡No está mal para dos horas de trabajo! Con esto en mente, en una escala de 1 a 10, 1 es baja y 10 es alta, valore cómo se siente sobre usted mismo.

Recuerde, su objetivo era programar seis citas. Bueno, después de todas esas conversaciones maravillosas que tuvo, no programó ni una cita. ¡Ni una! Todavía no tiene nada en la agenda para la próxima semana. No está más adelantado de lo que estaba cuando empezó. Con esta información adicional, ¿cómo se siente en una escala del 1 al 10?

No es raro que la gente se sienta diferente sobre sus actividades y los resultados de esas actividades. Usted puede sentirse bien al abordar una tarea a pesar de que no está completamente satisfecho con el resultado. Sin embargo, es importante separar los sentimientos sobre su decisión de abordar la tarea y sus sentimientos sobre los resultados.

Su decisión de abordar una tarea es un reflejo de su actitud. El resultado de la actividad es un reflejo de su habilidad o capacidad en la tarea en particular. Es una medida de la eficacia de su conducta en relación con una meta.



10 Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Diario

Un diario Actitud/Conducta, o diario A/C, es una forma de hacer un seguimiento de su progreso en ambos frentes. Puede ser un registro escrito de los eventos y las ideas que usted considera metas importantes en su vida. Contiene:

- Objetivos de actitud:** Los objetivos que tienen un impacto en su crecimiento personal. Puesto que estos son objetivos que construyen su autoestima y el sentido de quién es, también se los denomina metas o creencias "I".
- Objetivos de conducta:** Esas metas que están relacionadas con sus actividades de venta. Estos objetivos contribuyen a su crecimiento profesional en el rol de profesional de ventas. Se les conoce como los objetivos, actividades o conductas "R".

Para usted, como vendedor, mantener un diario implica hacer un seguimiento de su conducta y su negocio, formalizando sus metas y supervisando su progreso. Cada una de estas actividades es fundamental para el éxito en sus ventas.

Sandler recomienda que mantenga un diario A/C como parte de su rutina diaria. Si lo hace, se hará el hábito de fijar formalmente las metas y evaluar su progreso a corto plazo y a largo plazo. También tendrá un registro de sus actividades de venta y los sentimientos y actitudes en cada una de ellas.

Puede estar pensando: "¿Por qué hacerse todo este problema? Puedo ver mi software de administrador de contactos y obtener una lista de lo que he hecho". Puede que sea cierto, pero ¿puede decirle cómo se sintió sobre lo que hizo?

Mantener un diario A/C le permite documentar sus sentimientos acerca de sus actividades de venta. El diario le permite crear un vínculo entre cualquier fracaso percibido un día determinado y su éxito final en otro. Por ejemplo, piense en nuestro ejercicio. ¿Qué pasa si una de las 36 personas a las que llamó lo llama tres meses más tarde y realiza el pedido más grande que ha tenido? ¿Volvería a cambiar esa puntuación del 1 al 10? El diario le ayuda a recordar sentirse bien en cualquier día que su conducta es correcta, independientemente del resultado.

Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Diario

Hay muchas maneras de mantener un Diario A/C. Puede hacerlo electrónicamente mediante la personalización de su software de CRM u otra aplicación para llevar diarios. Puede utilizar el que se proporciona en la página siguiente, personalizar su propio diario en un documento o simplemente comprar un diario.

Es importante hacer un seguimiento de sus metas de actitud y de conducta para el día y sus resultados y sensaciones al final del día. El resto de su diario evolucionará a medida que encuentre su camino hacia el éxito.



Escriba un diario.



10 Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Diario (consulte la Herramienta 10.3 en las Herramientas de Ventas para obtener una hoja de trabajo en blanco)

HERRAMIENTAS DE VENTAS ✂
Herramienta 10.3

Diarios A/C

| | |
|---|---|
| <p><small>Mi meta de conducta para hoy:</small></p> <p><i>Haré 5 llamadas de prospección.</i></p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> | <p><small>Mi actitud solidaria para hoy:</small></p> <p><i>Estoy relajado y confiado, sin presiones, con mi guión para llamadas de prospección.</i></p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p><small>Mi resumen al final del día:</small></p> <p><i>Hice 5 llamadas y programé una cita de ventas legítima!</i></p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> | <p><small>Mi resumen al final del día:</small></p> <p><i>Estaba nervioso al principio, pero en la segunda llamada me fue muy bien. Todos atendieron mis llamadas. No fue tan difícil como pensaba.</i></p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p><small>Valoración de la conducta para hoy: (0 - 10) <u>10</u></small></p> <p><small>Por qué:</small> <i>Hice lo que me propuse para hoy.</i></p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> | <p><small>Valoración de la actitud para hoy: (0 - 10) <u>8</u></small></p> <p><small>Por qué:</small> <i>Estoy mejorando y creciendo en los negocios! Estaba dudando si hacer las llamadas o no y lo demoré todo un poco.</i></p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> |

Descargue una copia en blanco de esta herramienta en learn.sandler.com

© 2006-2016 Sandler Systems, Inc. Todos los derechos reservados.

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Planilla de evaluación

Hasta ahora en esta lección, hemos discutido su zona de confort actual y cómo su "Identidad" y "Roles" están interrelacionados. Mencionamos que el primer para mejorar su zona de confort es elevar su nivel "I".

También hablamos sobre la creación de un plan para elevar su rendimiento "R" para cumplir con su nuevo "I". Un plan es tan bueno como su ejecución. Una manera de asegurarse de ejecutar su plan es mantener un registro diario de sus actividades.

Sandler recomienda una planilla de evaluación para realizar un seguimiento del progreso de sus planes de conducta y metas. En esa tarjeta, registra todos los esfuerzos productivos, haciendo un seguimiento de los pasos que toma para cumplir con el objetivo de salir de la zona de confort.

Su tarjeta de puntuación no tiene que verse exactamente como la que se muestra en la página siguiente. Sólo necesita los cuatro componentes básicos:

- La actividad o tarea** en la que necesitas trabajar para elevar tu nivel "R" para cumplir con tu nuevo nivel "I".
- Fecha en que lo hice:** Un lugar para indicar la fecha en que finalmente realizó la actividad.
- Fecha en que lo evité:** Un lugar para indicar cuando evitó realizar la actividad.
- Comentarios:** Esta área es un buen lugar para explicar los resultados de sus intentos o la razón por la que evitó la actividad o tarea.

Cree una planilla de evaluación para cada actividad o tarea que determine es crucial para mejorar su zona de confort. O bien, puede utilizar la planilla de evaluación que se proporciona. Debe utilizar estas planillas de evaluación diariamente para documentar su progreso hacia el logro de su nueva zona de confort.

Su objetivo debe ser poner en práctica la nueva conducta durante 60 días para que se transforme en un hábito. Después de 60 días, puede establecer una nueva meta o seguir haciendo seguimiento de su progreso.

¡Una estupenda conducta para empezar es la de completar su diario A/C todos los días!

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Lecciones aprendidas

Resumen del capítulo:

Lo fundamental que hay que retener de este capítulo:

Durante esta lección, discutimos su naturaleza dual, su lado I y su lado R. Su lado "I" representa su identidad, su autoestima personal. Es el valor que da a su ser interior, sin tener en cuenta los juicios de los demás o los resultados de su desempeño en las funciones que desempeña. Vimos por qué ese valor, en una escala del 0 al 10, es siempre 10. Su "R" representa los muchos y variados roles que asume. Su calificación "R" es una medida del desempeño en esos roles.

Examinamos la relación entre su "I" y sus "R" y la influencia que tienen entre sí. Si cree en sí mismo, su puntuación "I" es alta y es más probable que encuentre una manera de lograr lo que se propone hacer en su lado "R". Si usted no cree que es digno de tal logro, su puntuación "I" es baja y es probable que realice intentos poco entusiastas si intenta.

La programación en las fases tempranas de la infancia y el refuerzo adicional mientras iba creciendo le enseñaron que los elogios y las gratificaciones estaban relacionados muy a menudo con el rendimiento en los Roles. La confusión aparece cuando usted comienza a valorar su Identidad sobre la base de esos elogios y esas gratificaciones. Los logros que no lleguen a ser perfectos comenzarán a hacer mella en su Identidad, que puede entrar en un espiral descendente de fracasos.

Entonces, la lección está clara. Su puntuación en Identidad es siempre 10. Cuanto más repita una conducta, más natural se volverá para usted. Así que tome uno de esos riesgos que ha estado evitando. Asegúrese de hacerlo con la puntuación de 10 en identidad, planifique cómo y cuándo lo hará y luego aproveche la oportunidad cuando se le presente.

Es posible que necesite probarlo varias veces antes de llevarlo a cabo hasta el final. Y es posible que el éxito no sea grande. Ese es el riesgo que usted toma. Pero asuma la responsabilidad por el resultado, sea lo que sea, y siga trabajando en ello hasta que lo haga bien o pase al siguiente riesgo en su lista. Así es como se crea un espiral ascendente de éxito.



10 Capítulo diez: Romper su zona de confort

- ▶ Capítulo 1:
¿Por qué se debe disponer de un sistema?
- ▶ Capítulo 2:
Establecer confianza y entendimiento
- ▶ Capítulo 3:
Los contratos previos
- ▶ Capítulo 4:
Las estrategias para obtener información
- ▶ Capítulo 5:
El dolor
- ▶ Capítulo 6:
El presupuesto
- ▶ Capítulo 7:
La decisión
- ▶ Capítulo 8:
Cerrar la venta
- ▶ Capítulo 9:
Mejorar la actuación media en cuanto a conducta, actitud y técnica
- ▶ **Capítulo 10:
Romper su zona de confort**
- ▶ Capítulo 11:
Elaborar un plan de prospección
- ▶ Capítulo 12:
Hacer una llamada de prospección
- ▶ Capítulo 13:
Ventas por reversión negativa
- ▶ Capítulo 14:
Aplicar el análisis transaccional para las ventas
- ▶ Capítulo 15:
Establecer objetivos
- ▶ Capítulo 16:
La fórmula para el éxito

Lecciones aprendidas

Atravesar la zona de confort, comprometiéndose por escrito a alcanzar los niveles más altos de su potencial A medida que vea que el desempeño en sus roles llevará una calificación R, será más fácil para usted sentir que tiene una calificación I de 10. Cuanto más se acerque a la Identidad de 10, más fuerte será el desempeño en sus roles.



*Observaciones y revelaciones:
En este capítulo aprendí:*

Como resultado de lo que aprendí:

Me uniré a la conversación sobre esta lección a través de un tuit en @SandlerTraining with #HowToSucceed o una publicación en el grupo oficial de LinkedIn en: www.sandler.com/linkedin-group