

Liderazgo y Motivación de la Fuerza de Ventas

El gerente de ventas necesita ejercer un liderazgo motivador, que le permita construir relaciones fuertes y colaborativas con sus subordinados directos (especialmente con los que aspiraban a su posición) y con la fuerza de ventas, al tiempo de obtener de su equipo el mejor desempeño. Dicho gerente también necesita habilidades estratégicas, capacidad analítica y visión de largo plazo, que le permita formular un plan comercial que posibilite la expansión internacional de la empresa. También necesita orientación a resultados, y ser hábil para desarrollar indicadores de medición y comparación que puedan transformarse en metas y desafío para todo su equipo.

El deseo de dedicar un cierto esfuerzo a satisfacer una necesidad es lo que se denomina "motivación". En variados estudios se ha podido demostrar que la manera óptima de mantener contentos a los colaboradores de una empresa es, precisamente, a través de la motivación; la cual no debe consistir solamente en estímulos económicos, sino también en estímulos morales.

Tipos de motivación

Existen varias formas de motivación, pero todas nacen de una necesidad que se genera de forma espontánea (interna) o también puede ser inducida (externa). La primera surge sin ningún motivo aparente, por lo que es más duradera y más intensa.

Los tipos más comunes de motivación son los siguientes:

- a) Motivación Intrínseca.
- b) Motivación Extrínseca.
- c) Motivación Positiva.
- d) Motivación Negativa.

Liderazgo y Motivación de la Fuerza de Ventas

Los métodos básicos de compensación para pagar a los agentes de ventas son los siguientes:

1) Método de comisiones: la compensación de los agentes de ventas a base de comisiones es el método más positivo para estimular su trabajo.

2) Método de sueldo más comisión: es una combinación del anterior más un sueldo seguro.

3) Método de cuenta corriente más comisión: es el sistema combinado de base de cuenta corriente más el pago de una comisión.

4) Método de sueldo, gastos y comisiones: es igual al método anterior, solo que en este método se le adelanta el dinero para gastos.

5) Método de bonificaciones: este método es una paga en dinero por un esfuerzo extraordinario de parte del agente de ventas.

¿Pero, qué es la motivación?

La palabra "motivación" proviene del término latino movere, que significa "mover". La motivación estimula el movimiento de un individuo. Sobre la base de esta definición, la motivación humana se puede definir como un proceso dinámico que se pone en marcha al crear o hacer surgir necesidades internas que activan esfuerzos dirigidos hacia una meta y determinan su intensidad y persistencia.

Liderazgo y Motivación de la Fuerza de Ventas

Jim Anglin (1990), vicepresidente de ventas de las operaciones de ventas de Kraft Food Ingredients, cree que la motivación es algo que está dentro del individuo.

La forma singular de motivación de Anglin se basa en la filosofía de que las recompensas estimulan la automotivación del individuo. Si alguien no está realmente automotivado, las recompensas no tendrán un gran impacto. De acuerdo con Anglin, la tarea clave de los gerentes de ventas en motivar a los vendedores es "proporcionar un ambiente en el que los subordinados puedan estar o permanecer muy motivados".

Se ha encontrado que lo que motiva a los vendedores con mejor desempeño se centra en las siguientes fuentes de motivación:

- 1. Necesidad de estatus.** El reconocimiento es un factor de motivación clave para los mejores vendedores. Este grupo busca poder, autoridad, imagen y reputación.
- 2. Necesidad de control.** Aunque a los mejores vendedores les gusta estar con otras personas, también les gusta tener el control y disfrutar influyendo a otros.
- 3. Necesidad de respeto.** A los vendedores con más alto desempeño les gusta que los vean como expertos que desean ayudar y aconsejar a otros.
- 4. Necesidad de rutina.** Es un concepto mal entendido que los vendedores exitosos buscan libertad. A la mayoría les gusta seguir una rutina estricta y se molestan cuando se les interrumpe.
- 5. Necesidad de logro.** El dinero es una de las muchas cosas que motivan a los mejores representantes de ventas. Además de una casa grande, autos elegantes y ropa bonita, constantemente van tras nuevos retos en sus puestos para mantener el entusiasmo.

Liderazgo y Motivación de la Fuerza de Ventas

6. Necesidad de estímulo. La mayoría de los vendedores sobresalientes tienen una gran cantidad de energía física y luchan en los retos. Por lo tanto, les gusta la estimulación externa como una forma de encauzar su energía.

7. Necesidad de honestidad. Los vendedores con mejores logros tienen una fuerte necesidad de creer en el producto que venden. Si tienen dudas acerca de la compañía o una nueva línea de productos, tienen la aptitud para cambiar de puesto.

Referencia:

López Luengo, M.A.; Lobato Gomez, Francisco (2006). Operaciones de Venta. Editorial Paraninfo.