

¿Lideres que venden?

Estimados amigos y compañeros Leones, en nuestra actualidad y desde hace mucho tiempo, en nuestra organización, se han mantenido presentes diversos temas que con el devenir del tiempo no han perdido vigencia y que por lo que podemos anticipar, en mucho tiempo más seguirán presentes, si no es que lo harán de forma permanente.

Entre ellos destacan el incremento de las actividades de servicio a la comunidad, encontrándonos con retos que son lanzados en los programas en todos los niveles; a la par y de manera importante para hoy, se encuentra la solicitud de donaciones y aportaciones tanto por nuestra parte como socios como de otras personas e instituciones para fortalecer a nuestra fundación; la cultura de la información, mediante la cual hacemos saber a nuestras autoridades y a la población en general que es lo que hacemos por la comunidad; y quizá, muy importante y extremadamente necesario, el incremento de la membresía en cada uno de los clubes.

Para poder conseguir todo ello, es indispensable contar con la participación decidida y entusiasta de todos los Leones en los ámbitos mencionados y en cuantos otros se nos ocurran. De inmediato los responsables de organizar y desarrollar campañas ponen manos a la obra y reúnen a un selecto grupo de compañeros con conocimiento y experiencia, pero que tal vez alguno o algunos de los elegidos carezcan de la capacidad de motivar o, dicho de otra manera, despertar ese deseo de participar y colaborar en la campaña que se plantea.

Para este efecto, se requiere algo más que conocimientos teóricos y experiencia adquirida con los años de afiliación. Se requiere ser líder con la inmensa capacidad de transformar socios en verdaderos líderes a su vez, con la férrea voluntad, el conocimiento, la sensibilidad y cuantos atributos son característicos de líder que motiva y transforma, del León líder que es el que requiere la asociación.

Con este propósito, me permito insertar un ejemplo que a su vez encontré en otro lado procurándome más información respecto del liderato y que considero pertinente para ilustrar el punto que trato en el presente. Este ejemplo dice así:

Consulta:

"Patricio, cómo estás, primero que todo déjame saludarte y felicitarte por tu página, me ha servido de mucho a nivel laboral, te escribo porque necesito de tu ayuda.

Yo soy un supervisor de ventas de una empresa de productos de consumo masivo y tengo una reunión este sábado de motivación.

Tengo que dar una charla que motive a mis agentes a que vendan más y a que sean honestos, te agradecería si me pudieras ayudar con un bosquejo, para tener tu punto de vista. Yo le he hablado de tu página a mis compañeros agentes y supervisores y sabemos que eres uno de los mejores asesores que tenemos en la red, si pudieras ayudarme lo agradecería."

Johnny F.

Respuesta:

Estimado Johnny:

Gracias por tu e-mail y por tus palabras tan amables.

Mira, respecto a la motivación del tipo: "¡¡VAMOS QUE USTEDES PUEDEN LOGRARLO!!" opino que es necesaria, pero para nada suficiente.

Como supervisor debes saber que hay una diferencia muy grande entre: MOTIVAR y DAR MOTIVOS.

Puedes estar dando una conferencia magistral de dos horas dando motivos, y probablemente generes un impacto muy pobre.

Ahora, para motivar, debes tener en cuenta que para que la gente haga cosas debe:

PODER: Tener las capacidades, integridad, formación, y motivación intrínseca básicas para poder cumplir con su tarea. Supongamos que tu personal ha sido bien seleccionado y damos por sentado que PUEDE.

SABER: Tener en su poder las herramientas, tácticas, estrategias,

conocimientos, entrenamiento, habilidades, tanto en conocimiento del producto como del mercado, la competencia, los precios, los clientes, marketing, ventas, comunicación, negociación, etc. Tú eres responsable de que ellos cuenten con esas herramientas.

QUERER: Respecto a esto todos tenemos objetivos y prioridades en la vida. En el ámbito laboral en primer lugar se suele encontrar el dinero, pero no es eso lo único importante para tu gente, también necesitan saber que hay un futuro para ellos dentro de la empresa que depende de sus esfuerzos y resultados, sentirse respetados y reconocidos, ser tenidos en cuenta cuando aportan sus ideas y puntos de vista e inquietudes, sentir que son importantes para ti y para la organización, sentir que se los trata de manera justa y respetuosa, entre otras cosas. ¡Piensa en ti mismo si esto no es así!

Respecto a QUERER, no a todos nos motivan las mismas cosas. Algunos de nosotros somos más motivados por ir hacia lo que deseamos, y otros por alejarnos de aquello que nos desagrada o a lo que tememos.

En cuanto a motivación de tu gente siempre recuerda que lo que se mide se hace, y lo que se premia se repite. Por este motivo, si lo que quieres lograr es determinados comportamientos y resultados, establece controles que midan el camino hacia esas metas, y un sistema que recompense de manera sencilla y directa el logro de resultados.

No pienses en cosas complicadas para las que tengas que modificar toda la empresa y que implique autorizaciones y consentimientos de terceros. Empieza por todo lo que esté a tu alcance y que sólo dependa de aquellos recursos con los que ya cuentas.

Respecto a la "honestidad", es algo demasiado general, y debieras conocer qué es lo que ocurre en este momento y porqué hay que trabajar sobre eso, pero puedo decirte que muchas veces esto nace de una incorrecta o incompleta declaración de misión de tu equipo de ventas, y la misión de cada vendedor.

Te digo cuál es MI misión como vendedor: Ayudar a las personas a que obtengan lo que desean y necesitan, asesorándolos y acompañándolos para que tomen buenas decisiones y alcancen sus metas.

Esto te lleva a lo que se conoce como la paradoja maravillosa: Si tú te ocupas de darles a otras personas lo que desean y necesitan, ellos te darán lo que tú deseas y necesitas. Y si lo haces con la suficiente cantidad de gente podrás conseguir cualquier meta que te propongas en la vida.

Y te digo en la vida, porque esta misión no es sólo para un vendedor con un cliente.

Tú como supervisor tienes también esa misión con tus superiores, con tu gente, y con tus clientes.

¿Qué efecto supones que causarías en tu gente si ellos pudieran sentir en carne propia que la misión de SU supervisor es: "Ayudar a las personas a que obtengan lo que desean y necesitan, asesorándolos y acompañándolos para que tomen buenas decisiones y alcancen sus metas"?

¿Y si tus jefes sintieran lo mismo de TI?, ¿y si tus compañeros?, ¿y si tus clientes?... ¿y si tu familia?....

Entonces, teniendo en cuenta todas estas cosas, no te imaginas a qué nivel podrías llegar a freírle los sesos a tu gente si en esa charla que debes dar hablas de lo que TÚ vas a hacer para ayudarlos a que ELLOS alcancen sus metas, al tiempo que ayudas a la DIRECCIÓN de la empresa a alcanzar sus metas, y a los CLIENTES, y a TI mismo a alcanzarlas.

Les dices lo que TÚ harás por ellos, les dices cuál es el compromiso que tomas con ellos, y les dices a dónde quieres llegar y cómo lograr esas metas conjuntas los va a BENEFICIAR a ELLOS.

¡Guau! ¡Me encantaría ver a un supervisor de ventas capaz de decir esas cosas! ¿Qué piensas que sentirá tu gente?

El desafío es tuyo. TÚ eres el LÍDER, y es tu responsabilidad que tu equipo PUEDA, SEPA, y QUIERA.

Te envío un cordial saludo y mi deseo del mayor de los éxitos en tu gestión.

Como podemos desprender de la narración, es menester que los líderes encargados de implementar cada una de las campañas que tiene el Leonismo Internacional, llámese aumento de socios, llámese donación a

LCIF o llámese como se llame, posean además de los conocimientos obvios de lo que se pretende obtener y la base de donde se parte, un bagaje de conocimientos y habilidades adquiridas con el ejercicio del liderazgo, los cuales, como si fueran un manjar a degustar, deben estar sazonados y condimentados con la sensibilidad de saber lo que quieren o necesitan los compañeros a los que se quiere dirigir.

Saberlo tal vez a través de la empatía y de la atenta búsqueda de todo lo que le acerque a sus dirigidos. Estar con ellos. ¡Ser parte de ellos! Porque solamente de esa forma, integrado a ellos, estará enterado de lo que verdaderamente les motiva y sabiéndolo, tendrá el poder de entregarles lo que a da uno le empuja a luchar junto al otro para alcanzar las metas conjuntas.

Ahora bien, no olvidemos que si el inserto está relacionado con las ventas, todos somos vendedores y los Leones Líderes venden desde su persona e imagen, las campañas y acciones que pretenden los demás Leones les “compren”.

Seguimos entonces y vemos que cada uno, con un motivo personal y propio, pero todos siguiendo la misma guía; con el mismo objetivo. Simultáneamente, tanto el que dirige como los seguidores obtendrán lo que buscan y supletoriamente crecerán como personas y a su vez como líderes, contemplando que la función primordial de quien pretende liderar un grupo, es la formación de nuevos dirigentes, ¡nuevos líderes!

**León PDG Dr. Mario Alejandro Olivera Bustos.
Coordinador GLT del Distrito Múltiple B.
León Instructor Certificado (PLIC)**