

EL QUE NO ENSEÑA NO VENDE

POR: DANIEL SANTOS FLORES

Es esta frase la que define un principio fundamental del marketing y el comercio, que subraya la necesidad de exhibir productos o servicios para generar ventas. Coloquial y sencillamente significa que, si no muestras lo que ofreces, nadie sabrá que existes ni podrá comprarte. Aplica para la visibilidad, promoción y comunicación activa de la oferta para atraer clientes.

Hoy en día, cada vez más consultores recurren a esta estrategia. Lo hacen como si se tratara de salir a pescar usando la carnada más apetecible, solo que aquí lo hacen a través de las redes sociales, con el fin de conseguir un contrato, una cuenta o un acuerdo que les genere más ingresos.

Ejemplos existen muchos. Presumen un gran currículum, participación en más de mil campañas, hacen videos explicando estrategias y dando "tips" a otros consultores, presumen lecturas de libros, fórmulas que a ellos les funcionaron, qué evitar y qué no evitar, en qué no y en qué sí invertir, postean frases y suben videos caminando como si fuesen leyendas. **Y en gran medida esto se debe al mercado tan desvalorado de la industria política que existe hoy en día.** Sí, los tiempos han cambiado. Pasamos del "solo unos cuantos son los que pueden llegar" al "que llegue el que se anote y pueda ganar una encuesta". Los últimos son ese tipo de clientes que se meten a un buscador y teclean "asesor marketing campaña", y con eso encuentran una infinidad de opciones, y, por consiguiente, los consultores tienen trabajo y logran su cometido.

A full-length portrait of Daniel Santos Flores, a man with a beard and short hair, wearing a dark suit, white shirt, and dark tie. He is standing against a dark, textured background.

DANIEL SANTOS FLORES
Consultor en Estrategia
Negociación | Manejo de Crisis

“SI NO MUESTRAS LO QUE OFRECES, NADIE SABRÁ QUE EXISTES NI PODRÁ COMPRARTE”

De ninguna manera está mal. Cada quien es libre de ofertarse, mostrarse o hacerse promoción, pero ¿qué pasa con aquellos que prefieren permanecer en las sombras?

Muy fiel a mi estilo quiero darle a usted que lee este artículo un ejemplo para ilustrar lo que digo. Estoy seguro de que viste esta escena en la famosa y multipremiada película de Quentin Tarantino, “Pulp Fiction”.

“Jules Winnfield y Vincent Vega transitan por las calles con una persona de nombre Marvin en el asiento trasero del vehículo, mientras discuten si seguir o no en el negocio. Vincent volteo a preguntar su opinión a Marvin, solo que lo hace con la pistola en la mano y el dedo en el gatillo. Marvin dice que no tiene ninguna opinión al respecto, cuando de pronto Vincent dispara accidentalmente en la cara de Marvin. La escena siguiente trata de cómo todos están manchados de sangre y buscan “solucionar el problema”, o sea, limpiar la escena, no dejar huella y deshacerse del cuerpo y de toda evidencia. Jules saca de su traje un teléfono celular y dice que contactará a un socio de nombre Jimmy en Toluca Lake.

En la llamada acuerdan usar su garaje un par de horas para arreglar “el problema”. Lo que pasa después de guardar el vehículo, es contactar al Sr. Wolf, y aquí viene lo mejor. Se comunican con él por teléfono, contesta un tipo elegante que viste un esmoquin negro. Les dice, mientras ve su reloj que está a 30 minutos y que estará con ellos en 10. Nueve minutos y treinta y siete segundos después llega, toca la puerta y dice: “Soy Winston Wolf, resuelvo problemas”. Pregunta detalles, conoce la situación e inmediatamente toma el control, pide café y pone manos a la obra. Menos de cuarenta minutos después, todo está resuelto”. Si no ha visto esta escena, por favor véala.

El Sr. Wolf es ese consultor que habita en las sombras. No necesita tarjetas de presentación que digan “yo arreglo problemas”, simplemente lo hace. Calma los nervios de los demás, inspira confianza y, sobre todo, resuelve. Eso no lo hace menos en comparación con aquellos que gritan a los cuatro vientos lo que hacen.

El mercado puede premiar al que más se exhibe. El poder, en cambio, busca al que resuelva mejor. Es necesario no confundir visibilidad con capacidad. Vivimos en una época en la que parecer experto es casi tan rentable como serlo. Hay quien convierte cada reunión en contenido, cada llamada en un testimonio y cada cliente en algo que presumir. Claro que eso funciona, genera percepción, posiciona nombre y abre puertas. Nada incorrecto. Es una forma de competir.

Pero también existe otra forma. La del que no necesita documentar cada movimiento porque su trabajo habla por él. El que no publica la crisis que resolvió, ni el fuego que apagó, ni la negociación que salvó una campaña. No porque no tenga trabajo, sino porque entiende que la discreción también es parte del servicio.

El que no enseña no vende. Pero el que enseña de más, vende barato.

Algunos prefieren ser el influencer. Otros prefieren ser el que llega, toma control y resuelve. La diferencia no está en lo que publican. Está en lo que resuelven.

TÚ, COMO CLIENTE, ¿QUÉ PREFIERES? ¿LA PIROTECNIA O LA DISCRECIÓN?



DANIEL SANTOS FLORES



X @_DanielSantos

IG @_danielsantos