Unidad 2 · El trabajo del vendedor profesional

Resumen · Libro del alumno, págs. 25–40

La **venta personal** representa a la empresa: lo que el vendedor dice y promete compromete a Linde. Sus cinco funciones son informar, detectar necesidades, vender dentro de unos límites, registrar y hacer seguimiento. Marina concede hasta el 5 %, Alfredo hasta el 8 % y Rafaela hasta el 15 %; lo que excede el límite se **deriva**, no se inventa. Los vendedores se clasifican por la empresa, el tipo de venta y el producto. El perfil reúne conocimientos, habilidades y actitudes, y cada cualidad se traduce en una **conducta observable**. Un plan de acogida parte de un diagnóstico de carencias y termina con una evidencia de mejora con fecha. La retribución mixta es fijo + (porcentaje × ventas netas): con 1.200 € de fijo y el 2 % de 18.000 € netos, **1.560,00 €**; si se devuelven 1.500 €, la base baja a 16.500 € y la remuneración a **1.530,00 €**. La comisión no es el margen.

2.1 · Funciones y responsabilidades

- **Informar con verdad, vender con permiso.** Prometer plazos o descuentos que no se pueden cumplir es un error profesional, aunque cierre una venta hoy: el cliente lo recordará cuando el pedido no llegue.
- **Venta personal.** La **venta personal** es la que se hace en contacto directo entre una persona vendedora y un cliente, en persona, por teléfono o por mensaje, con la posibilidad de preguntar, adaptarse y responder en el acto.
- **Cinco funciones básicas.** En Linde, cada persona vendedora cumple cinco funciones, que se repiten en cualquier empresa:
- **Responsabilidades y límites.** La **responsabilidad** es el deber de cumplir las tareas asignadas y dar cuenta de sus resultados.
- **Lo que un vendedor no hace.** No cambia por su cuenta los precios de la tarifa, no promete plazos sin confirmarlos con el almacén, no concede descuentos por encima de su límite y no comparte los datos de un cliente con personas ajenas a la venta.
- **Con quién trabaja el vendedor.** La venta no la hace una persona sola.

2.2 · Tipos de vendedor

- **Criterios para clasificar.** Los vendedores se pueden clasificar según tres criterios: **la empresa** en la que trabajan (fabricante, mayorista, minorista), **el tipo de venta** que hacen (en tienda, a domicilio o visita, por teléfono, por internet) y **la naturaleza del producto** (un mueble de 175 € se explica de otra manera que un paquete de folios).
- **Qué cambia al vender por teléfono o por internet.** Sin el producto delante, el cliente se apoya en lo que oye o lee.
- **Empleado y agente independiente.** Un vendedor puede ser **empleado** (con contrato de trabajo, sueldo y órdenes) o un **agente comercial** independiente, que promueve ventas por cuenta de la empresa a cambio de una remuneración (fija, comisión o mixta), con su propia organización y sin relación laboral.
- **Cómo influye el producto.** Cuanto más técnico o caro es el producto, más conocimientos necesita quien lo vende y más tiempo dura la conversación.

2.3 · Perfil profesional

- **Una conducta se puede ver o escuchar.** Si no puedes anotar «lo vi hacer esto» o «le oí decir esto», todavía no has escrito una conducta observable. Reescríbela hasta que sea posible.
- **Tres bloques del perfil.** El **perfil profesional** de un vendedor reúne **conocimientos** (qué sabe: el catálogo, las condiciones, los documentos), **habilidades** (qué sabe hacer: preguntar, escuchar, argumentar, calcular un descuento) y **actitudes o cualidades personales** (cómo se comporta: puntualidad, honestidad, interés por el cliente, serenidad ante una queja).
- **De la cualidad a la conducta observable.** Una cualidad suena bien pero no se puede evaluar; una **conducta observable** es algo que alguien ve o escucha y puede anotar.
- **Conocimientos que no se ven a primera vista.** Además del catálogo, el vendedor necesita saber cómo se hace un pedido, qué datos lleva una oferta (cantidad, precio, plazo, vigencia de 30 días), qué se entiende por garantía y a quién se deriva una incidencia.
- **Perfil de los dos puestos de Linde.** El de **tienda** exige conocer muy bien la tarifa y las existencias, atender a varias personas a la vez y cerrar rápido; autonomía baja (descuento máximo del 5 %).

2.4 · Formación inicial y continua

- **Cuatro modalidades de formación.** La **formación inicial** prepara a quien entra para empezar (catálogo, procedimientos, registro).
- **Del diagnóstico al plan.** Un plan de formación sigue cuatro pasos:
- **Una semana de acogida, día a día.** El plan de Marina distribuye las tareas para que cada día tenga un resultado comprobable:
- **Cómo se comprueba que ha servido.** La comprobación más fiable compara dos mediciones hechas con el mismo método: la prueba del lunes (4 aciertos) y la del viernes (9 o más).
- **Formación continua para el equipo.** Una vez cubiertas las carencias, Rafaela fija un tiempo cada mes para revisar novedades de catálogo, errores frecuentes en pedidos y casos de clientes.

2.5 · Motivación y remuneración

- **La comisión no es el margen.** La comisión es un porcentaje de lo que se vende, pactado con la persona vendedora. El **margen** es la diferencia entre precio y coste del producto y es de la empresa. Una comisión del 2 % de 18.000 € no significa que la empresa gane 360 € de esa venta: significa que paga 360 € al vendedor.
- **Qué motiva a una persona vendedora.** La **motivación** es lo que empuja a esforzarse.
- **Factores que motivan.** Se pueden agrupar en dos familias.
- **Tres sistemas de retribución.** Esta unidad usa una política ficticia de Linde, solo para comparar sistemas; no es una tabla salarial ni una recomendación contractual:
- **Cálculo de la retribución mixta.** Una **comisión** es un porcentaje que se calcula sobre una base acordada, normalmente las **ventas netas** (ventas facturadas sin IVA, menos devoluciones y descuentos).
- **Fijo frente a mixto.** Si Linde ofreciera un fijo de 1.500 €, el mixto sería mejor con 18.000 € de ventas netas (1.560 frente a 1.500, 60 € más), pero peor con 12.000 € (1.200 + 240 = 1.440 frente a 1.500, 60 € menos).

CASO RESUELTO · DOS PERFILES, UN PLAN DE ACOGIDA Y UNA RETRIBUCIÓN

El puesto de tienda se define por conducta observable y autonomía baja; el de visitas, por agenda y autonomía mayor. Marina tiene plan con carencia, tarea y evidencia. La retribución mixta del supuesto es de **1.560,00 €** (1.530,00 € con devoluciones). Es una política ficticia de Linde, no una tabla salarial.

NO CONFUNDAS

- Comisión (porcentaje de lo que vende el vendedor) y margen (diferencia entre precio y coste, que es de la empresa).
- Cualidad («amable») y conducta observable («saluda en diez segundos y pregunta el uso»).
- Ventas brutas y ventas netas: la comisión de Linde se calcula sobre las netas.

DÓNDE SE EXPLICA EN EL LIBRO

- **2.1** Funciones · 27–28
- **2.2** Tipos de vendedor · 28–30
- **2.3** Perfil · 30–31
- **2.4** Formación · 31–33
- **2.5** Motivación y pago · 33–34