

Informe de lectura para Ediciones Urano

Título: 12 clichés of selling (and why they work)

Autor: Barry Farber

Editorial: workman

Género: Ventas

Lector: Sergio Bulat

Páginas: 230

Impresión general:

Obviamente el libro no tiene nada de original sino que repasa doce de los clichés más conocidos en el campo de las ventas. Pero como de lo que se trata es de resaltar la utilidad de lo consabido, cumple con lo que promete.

Tanto el formato como la forma de narración van al grano y llegan al lector.

Aspectos Positivos:

- Es claro, motivador y tiene pocos pero efectivos ejemplos.

Aspectos negativos:

- No tiene nada nuevo para alguien que practique todos los clichés (aunque no creo que haya muchos).

Lector potencial

Dirigido a vendedores, pero como bien dice el autor, todos somos vendedores en algún aspecto y momento de la vida, por lo cual estos clichés también sirven para la vida misma.

Síntesis del Contenido

En el capítulo introductorio, el autor explica por qué considera que pese a que las modas en temas de negocios van cambiando y que constantemente se buscan nuevas ideas, los viejos clichés siguen repitiéndose. La razón es

obvia, se siguen repitiendo porque por más gastados que estén siguen siendo efectivos y responden a la realidad. En el campo de las ventas estos clichés abundan y suele menospreciárselos, pero una y otra vez muestran ser útiles

Luego sí pasa a analizar en cada capítulo, los doce clichés que son:

- Hay de vendedores de todos los tipos
- Nunca tomar un no por respuesta
- Las relaciones son todo
- Tu actitud determina tu altitud
- Mientras más duro trabajes más suerte tendrás
- Falla en la planificación y planificarás el fracaso
- No es lo que sabes si no a quién conoces
- El conocimiento es poder
- No puedes pasar un rectángulo por un agujero redondo
- No vendas la carne, vende su aroma
- Recibes por lo que pagas
- La honestidad es la mejor política

En cada uno de los capítulos explica por qué considera que funcionan y brinda ejemplos de personas que los utilizan cotidianamente y qué se puede hacer para aplicarlo a tu propia estrategia de ventas.

Además al final de cada capítulo tiene un pequeño sumario con lo más importante de lo que se ha visto.

Conclusión:

Aunque no es un libro revelación ni se destacará por sus grandes innovaciones, pero da lo que promete, lo que no es poco.