

VENDE A LO GRANDE

Cómo vender más, ganar más y convertirte en la mejor máquina de ventas



TONY REED



DERECHOS DE AUTOR

Vende a lo grande - Cómo vender más, ganar más y convertirte en la mejor máquina de ventas Copyright © 2024. Tony Reed. Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, distribuida o transmitida en cualquier forma o por cualquier medio, incluyendo fotocopias, grabaciones u otros métodos electrónicos o mecánicos, sin el permiso previo por escrito del editor, excepto en el caso de breves citas incorporadas. En revisiones críticas y otros usos no comerciales permitidos por la ley de derechos de autor.

Los testimonios y ejemplos proporcionados en este libro muestran resultados excepcionales, que pueden no aplicarse al lector promedio, y no pretenden representar o garantizar que obtendrá resultados iguales o similares.

Contenido

Introducción.....	4
CAPÍTULO 1 - El nacimiento de un vendedor.....	9
CAPÍTULO 2 - El poder del sí.....	23
CAPÍTULO 3 - Trabaja para conseguir el trato.....	39
CAPÍTULO 4 - El maestro del seguimiento.....	56
CAPÍTULO 5 - Las siete etapas de la venta después del dolor.....	71
CAPÍTULO 6 - Necesitas ponerte en forma	87
CAPÍTULO 7 - Los cuatro principios del trabajo.....	103
CAPÍTULO 8 - Sé el que.....	115
CAPÍTULO 9 - Cómo fracasar de forma más inteligente.....	131
CAPÍTULO 10 - Hazlo AHORA MISMO	148

Introducción

Comencé mi carrera en ventas el lunes 15 de septiembre de 2008. ¿Recuerdas ese día? Ese fue también el día en que Lehman Brothers se declaró en quiebra, la mayor de la historia, lo que provocó el colapso de la industria de las hipotecas de alto riesgo y preparó el terreno para lo que ahora llamamos la Gran Recesión. Imagínate lo difícil que fue para un vendedor novato como yo, que carecía de confianza, no tenía traje y no tenía idea de cómo hacer una venta, vender bienes raíces en ese momento. Como puedes imaginar, no tuve un gran comienzo. En 2009, gané poco más de \$9,000. En 2017, nueve años después, cumplí 33 años y había cerrado 472 transacciones, lo que equivale a casi mil millones de dólares en ventas. Durante una crisis financiera mundial, en uno de los mercados más difíciles del país, nació un vendedor. Hoy en día soy un tipo muy seguro de sí mismo que viste trajes elegantes, recorre la isla de Manhattan con un chofer y cierra ventas de entre 2 y 3 millones de dólares muy frecuentemente. Utilizo mi experiencia en ventas para transformar a vendedores que luchan por vender de todo, desde pelotas de golf hasta jacuzzis, en máquinas de venta. Pero cuando crecí, era todo lo contrario. Mi familia se mudaba mucho. Tenía sobrepeso, era terriblemente tímido y socialmente torpe. Probé todos los deportes que se hayan inventado y en todos era malo. Si me ponían una pelota directamente en la mano, la dejaba caer. Si me lanzaban mil pelotas, fallaba todas. No tenía confianza en mí mismo y todo me daba miedo. Era tan emocional que me gané el apodo de "Tony el llorón". Me sentía más cómodo con los chicos del teatro, donde estaba bien usar disfraces ridículos y fingir ser alguien que no eras. Yo era el niño que se quedaba solo en casa los viernes por la noche comiendo pudín de gelatina y viendo Nickelodeon con una blusa con volados.

De niño pasé por una etapa incómoda de Shakespeare que me llevó a estudiar teatro en la universidad. Después de graduarme, me mudé a la ciudad de Nueva York para ser actor.

¡Yo y alrededor de mil millones de personas más!

Hace solo unos años era un actor desempleado que luchaba por pagar el alquiler en la ciudad de Nueva York. Mi sueño de ser un actor famoso se estaba desmoronando junto con mi autoestima. Ganaba algo de dinero aquí y allá trabajando como modelo de manos, pero nunca era suficiente para cubrir ni siquiera los gastos más básicos.

Mi tarjeta de crédito era rechazada en el supermercado y repartía volantes en la calle para que la gente se inscribiera en un gimnasio local a cambio de entrenamientos gratuitos.

Estar en la ruina es una situación terrible, especialmente en la ciudad de Nueva York, y tenía que encontrar una manera de ganar dinero a menos que quisiera volver a casa con mis padres. Era la primera vez que vivía solo y quería que funcionara. Podría haber sido el típico actor-camarero, pero ¿quién quiere perderse una audición por tener un turno en TGI Fridays? En cambio, obtuve mi licencia de agente inmobiliario para poder trabajar cuando quisiera y tener mi propio horario. Aprendería a alquilar apartamentos a personas y a cerrar un trato o dos al mes para poder pagar mis facturas.

Cuando empecé, era un desastre. No podía vender nada. Otros agentes con los que trabajaba cerraban tratos constantemente y yo me mataba preguntándome: "¿Cómo lo hacen?" ¿Y cómo puedo hacerlo yo?". Era incansable, probé diferentes tácticas y, finalmente, después de años de trabajo duro, descubrí un secreto que me dio una gran ventaja: tenía la mayor cantidad de pelotas en el aire. Nunca estaba hiper concentrado en una pelota. No ponía toda mi energía en una venta o un cliente. Pasaba de un cierre con un cliente directamente a una visita con otro cliente y recibía llamadas para ofertas mientras estaba en el taxi. No vivía ni moría por un solo trato. Nunca cerré una venta y me pregunté: "¿Y ahora qué?", porque el siguiente trato ya estaba en marcha. Mi enfoque más arriesgado me dio una gran ventaja y rápidamente me convertí en un vendedor de primera.

Piensa en cuando eras pequeño y la mayor parte de tu día consistía principalmente en jugar con juguetes. Estabas feliz construyendo una torre de Lego y luego pensabas: "Ya me cansé de esto. Ahora quiero jugar con mi juego de autos de carrera". Pero mamá dice que debes guardar un juguete antes de sacar otro. Si no lo haces, se asustará por el gran desorden que has creado. ¡No tienes disciplina! ¡No hay orden! Todos sabemos que los niños no quieren guardar sus juguetes. ¿Por qué lo harían cuando pueden estar completamente rodeados de cosas geniales y divertidas, pasando sin esfuerzo de un juguete a otro? Admito que soy bastante obsesivo-compulsivo. Disfruto de un entorno limpio y ordenado. Pero el mensaje que nos dan cuando somos niños, de que una cosa debe estar perfectamente ordenada antes de que pensemos siquiera en tocar otra, es un mal consejo. ¿Qué hay de malo en jugar con todos los juguetes y mantenerlos fácilmente accesibles? A medida que envejecemos, este mensaje de "solo una cosa a la vez" se ha arraigado en nuestro cerebro, y entramos al mundo de los negocios pensando de la misma manera. Tratamos a un cliente antes de pasar al siguiente. Cerramos un trato antes de centrarnos en otro. Tratamos a nuestros clientes y tratos como objetos que deben guardarse cuidadosamente en un estante antes de aceptar más. Mi teoría de ventas no se trata de dejar a tus clientes atrás, se trata de cómo mantenerlos frente a ti, accesibles, para que puedas administrar todo adecuadamente y obtener los mismos resultados excelentes. ¿Ese niño que ha aprendido a organizar sus juguetes de manera perfecta, para poder pasar de una cosa a otra con facilidad? Ese niño es un gran vendedor en ciernes. Tiene la mentalidad adecuada, y yo llamo a esa mentalidad Bolas Arriba.

Más Bolas Arriba significa que estás rodeado de oportunidades y estás aprovechando esas oportunidades al mismo tiempo: estás haciendo nuevos contactos, obteniendo excelentes referencias y maximizando las horas que estás despierto.

A pesar de lo que nos enseñan de niños y en ventas, a gestionar un trato a la vez, descubrí que se necesita tanto tiempo y energía para gestionar un trato como para gestionar seis. Algunas pelotas son rápidas y se pueden manejar de inmediato. A veces, si lanzas una pelota hacia arriba, eso te da tiempo para manejar algunas otras pelotas antes de que caiga hacia ti. Aprendí que es posible controlar su trayectoria de vuelo, es decir, es posible manejar muchas pelotas con éxito.

Entonces, ¿por qué agarrar solo una pelota cuando puedes manejar cinco o más? Apuesta por lo grande.

Cualquiera puede tener suerte y lograr una gran venta. ¿Vendiste un piano de cola de \$30,000 o una alfombra de seis cifras? Eso es genial. Pero, ¿puedes hacerlo de nuevo mañana? ¿Y el día después? ¿Vendiste algo más? Si quieres tener un historial de ventas exitoso, debes entender que las ventas son un negocio de volumen. Es así de simple. Si quieres triunfar, tienes que vender más de tu producto que cualquier otra persona. No se trata de una venta; se trata de cada venta que hagas. Ser la mejor máquina de ventas no es tan simple como seguir un montón de trucos y consejos. Cualquiera puede hacerlo. A veces, para convertirnos en buenos vendedores, debemos deshacernos de nuestras viejas ideas y reconstruirnos para convertirnos en una versión más productiva y asombrosa de quienes somos. Se trata de volver a aprender lo que significa ser un vendedor. Ya tienes lo que se necesita para tener éxito, y este libro te ayudará a ser más productivo y alcanzar tu máximo potencial.

La gente me pregunta todo el tiempo: "¿Cómo lo hiciste? ¿Cómo puedo vender tanto como tú?". Siempre me resulta una locura escuchar esto, porque no hace mucho tiempo, yo era el que hacía exactamente estas mismas preguntas. Sé lo que se siente ser un vendedor que no está dando en el blanco. En 2009, no tenía muchos contactos y no había vendido nada desde que tenía ocho años, cuando mi hermano y yo vendíamos leña a nuestros vecinos. ¿Cómo iba a construir una carrera en ventas desde cero? En este libro, voy a compartir historias detrás de algunos de mis negocios más locos y mostrarte cómo creé una carrera en ventas de la nada y luego seguí adelante. Este libro no es la historia de mi vida, en serio. Solo tengo 33 años. Y no es una autobiografía sobre la venta de bienes raíces en la ciudad de Nueva York (qué aburrido). En *Vende a lo grande*, comparto todos mis secretos comerciales. Lo que estás leyendo es básicamente mi manual sobre cómo vender absolutamente cualquier cosa.

Aprenderás a estructurar tu día para maximizar el tiempo y mantener las pelotas en el aire. Te enseñaré el arte del seguimiento y compartiré las técnicas de venta que he desarrollado a lo largo de mi carrera, las estrategias que han convertido a mi equipo en uno de los mejores equipos de ventas de todo el país. Y también aprenderás a disfrutar de las ventas. Vender es divertido, sin importar lo que

vendas. Y se venden muchas cosas en todas partes. TODOS. LOS. DÍAS. Bien podrías ser tú también el que venda. Después de todo, si el niño Tony, que no podía caminar por el pasillo de la escuela sin que lo acosaran, ahora puede vender \$60 millones cada mes en uno de los mercados más competitivos del mundo, entonces cualquiera puede hacerlo. Vamos a llevarte al siguiente nivel juntos. ¿Trato?

¡Preparados, listos, YA!

CAPÍTULO 1 - El nacimiento de un vendedor

Nueva York es, en realidad, una ciudad bastante fácil de recorrer. La mayoría de las calles están dispuestas en una cuadrícula bonita, ordenada y prolija. Si dejo a mi abuela de 92 años de Wisconsin en medio de Times Square, Nana podría orientarse sin problemas. El centro de Manhattan, cualquier lugar por debajo de la calle 14, es una historia totalmente diferente. Claro, el West Village es pintoresco, con adoquines, calles tranquilas y casas adosadas de estilo federal. Pero el diseño de las calles puede tener tanto sentido como un niño de cuatro años tratando de resolver problemas de álgebra. Es extraño y confuso. Esto debería explicar por qué una de mis primeras clientas, Jessica, estaba tan enojada conmigo. Jessica tenía veintitantos años y respondió a mi anuncio en Craigslist. Así es como los nuevos corredores como yo encontramos clientes en 2008. Publicábamos anuncios, los clientes llamaban y acordábamos reunirnos con ellos. En realidad, es muy similar a concertar una cita con una prostituta.

Jessica tenía un presupuesto de 2.500 dólares al mes. Quería un apartamento de dos habitaciones que pudiera convertir en tres habitaciones, para que ella y sus dos compañeras de piso (que, por cierto, también se llamaban Jessica) pudieran caber. La iba a llevar a un apartamento en Morton Street que podría ser un buen lugar para ella y su madre. Su madre era su garante, es decir, era responsable de pagar el alquiler si Jessica y las otras Jessicas perdían sus trabajos o gastaban todo su dinero en bolsos de diseño. Jessica Uno no dejaba de pasarme su teléfono, porque su madre, que estaba en Michigan, insistió en que le diera un relato deportivo detallado de la búsqueda de apartamento.

Habíamos estado deambulando durante 20 minutos, que es aproximadamente una década en el horario de la ciudad de Nueva York, donde todo debe moverse rápidamente. Sabía que estábamos muy cerca, pero no podía encontrar la calle correcta. Puedes perderte en el Village incluso cuando sabes exactamente dónde estás. Estábamos en la esquina de Christopher Street y Seventh Avenue, pero no sabía en qué dirección estaba Morton Street. No podía permitirme un Palm Treo o un BlackBerry, los teléfonos inteligentes de la época. El iPhone acababa de hacer su debut, pero la mayoría de la gente no tenía uno en ese entonces. Todas las mañanas imprimía pequeños mapas e indicaciones para cada una de mis citas. Los doblaba

en mi bolsillo para poder consultarlos si lo necesitaba. Caminando con Jessica, intenté echar un vistazo a mi mapa, pero no pude verlo bien sin que ella se diera cuenta. Traté de distraerla diciéndole que le estaba dando un "recorrido rápido por la zona". Señalé el apartamento donde se filmó la comedia Friends de la NBC y le dije que Morton Street estaba a solo un par de cuadras de distancia. Diez minutos después quedó claro que habíamos dado la vuelta a la manzana nuevamente cuando terminamos frente al mismo quiosco de periódicos. Entre los Mentos y la amplia selección de Snapple había titulares de periódicos que gritaban palabras impactantes como "¡CAÍDA!" "¡CRISIS!" debido a un mercado financiero en desplome. Estaba a punto de enfrentar mi propia minicrisis con Jessica.

Ella estaba harta. Me miró con enojo, como si me estuviera señalando con el dedo. "Oh, Dios mío. ¿Qué te pasa?", gritó. "No deberían permitirte mostrar apartamentos a humanos. Nunca". Estiró el brazo y un taxi se detuvo chirriando frente a ella. Se subió de un salto y se fue a toda velocidad, dejándome parado en la calle con mis botas de vaquero sintiéndome patético y cojo.

¿Y si tenía razón? Miré hacia el puesto de periódicos. Los titulares se burlaban de mí. Había una recesión terrible. ¿Por qué estaba tratando de vender bienes raíces cuando la economía se había derrumbado? Casi me había quedado sin dinero. Me sentía casi destinado a ser uno de esos tipos en el sótano de sus padres jugando videojuegos en ropa interior y comiendo Yodels.

Entra Ben Kennedy.

Regresé a la oficina en la parte alta de la ciudad en la 49 y Madison, pensando que no podía sentirme peor. Resultó que podía sentirme mucho peor, gracias a mi archienemigo Ben Kennedy. Ben era del Medio Oeste y apenas decía una palabra a nadie en la oficina, aparte de algún que otro saludo moderado. Pero Ben era un gran corredor. Mientras me arrastraba de vuelta a mi escritorio, podía oír a Ben cerrando otro trato, probablemente su décimo contrato de alquiler del día. Mientras él traía montones de contratos de alquiler firmados y ganaba enormes cheques de comisión, yo vagaba por la ciudad perdido. ¿Cómo lo hacía? ¡Yo tenía una educación de primera, provenía de una buena familia y era un actor con aspecto de pijo y una sonrisa resplandeciente! ¿Qué tiene él que yo no tenga? ¡Apenas habla! Mi ego no lo podía entender. ¿Cómo estaba cerrando tratos

constantemente cuando yo no podía alquilar un solo descapotable de tres habitaciones sin ascensor para Jessica a la tercera potencia?

Había tocado fondo y necesitaba hablar con alguien. Decidí llamar a mi hermano mayor, Jimmy. Era 10 años mayor que yo y tenía lo que yo consideraba una vida real. Tenía esposa e hijos y un trabajo sólido en finanzas. Jimmy siempre me ha cuidado. Me ayudó a mudarme a la ciudad de Nueva York, estuvo conmigo cuando abrí mi primera cuenta bancaria y me mostró cómo obtener una tarjeta de crédito.

Seguramente podría descifrar el misterio de por qué Ben Kennedy estaba triunfando y yo estaba en la ruina. Salí a rastras a la escalera de incendios con mi teléfono plegable y busqué el número de la oficina de Jimmy. Antes de que pudiera siquiera decir hola, estaba en una diatriba sobre dejarlo, ser un asco, la vida es un asco, Ben Kennedy es un asco y trabajar muuu ... Estoy decepcionado...", me interrumpió:

“Deja de ser tan perra. Has estado trabajando como agente inmobiliario durante cinco minutos. Acéptalo. Si Ben Kennedy puede hacerlo, tú también puedes”.

Clic. “¿Hola? ¿Jimmy?”

Dios mío, ¿colgó?

Oh, sí.

Me arrastré hacia la ventana justo cuando Ben Kennedy estaba terminando de hablar por teléfono.

Se reclinó en su silla con la sonrisa más satisfecha en su rostro, como si acabara de alquilar un edificio de apartamentos entero, o tal vez el Empire State. Fui directo al escritorio de Ben Kennedy. Antes de ponerme demasiado nervioso, solté: “Oye, Ben, ¿y qué? Um, ¿cómo alquilas tantos apartamentos? ¿Qué haces? Soy nuevo en esto y estoy tratando de entenderlo todo y tú eres increíble, ¡así que sería genial recibir algunos consejos de los mejores en el negocio! ¡Amigo!”

Ben me miró de arriba abajo, observando mis botas de vaquero, los pantalones caqui y mi cinturón con la hebilla enorme y brillante (por cierto, ese era mi bonito atuendo) y dijo: “No, hombre. No te voy a decir nada”. Fue lo más que le escuché decir.

PUNTO DE INFLEXIÓN, TOMA UNO

No hay duda de que transformarte en una máquina de ventas como Terminator, pero sin los asesinatos violentos, no sucederá de la noche a la mañana. Tendrás períodos en tu carrera en los que habrá más preguntas que respuestas. No sabrás cómo cerrar todos los tratos, manejar los problemas de todos los clientes o tener todas las respuestas para tu equipo. Pero da un paso, incluso si es pequeño, y estarás más cerca de lograrlo. No dudes de la magnitud que puede tener una pequeña acción en última instancia.

Nadie te dará una fórmula secreta para el éxito. Te darás cuenta de cuál es la fórmula solo después de haberla creado.

Secreto n° 1 de Reed

El secreto de tu éxito se revelará en retrospectiva. No lo reconocerás hasta que ya lo hayas vivido.

Ben Kennedy no me estaba diciendo nada. Está bien. Mi reacción podría haber sido: "Ben es un idiota. ¡La gente apesta!". Podría haber decidido en ese momento dejar el sector inmobiliario. Podría haberle rogado a mi madre que me comprara un boleto de avión para volver a casa y marcharme de Nueva York para siempre. ¿Quién necesita Manhattan cuando puedes volver a casa y tus padres tienen todos los canales de cable y la cocina está repleta de Oreos y helado, mis dos comidas favoritas, junto con los Twizzlers, los Lucky Charms y los fettuccini Alfredo con pollo? Pero el insulto de mi hermano me daba vueltas en la cabeza una y otra vez. ¿De verdad estaba trabajando tan duro como pensaba? No diría que se me encendió la bombilla, pero hubo un leve parpadeo y la luz era lo suficientemente brillante para que me diera cuenta de que, mmm, tal vez Jimmy tenía razón. Tal vez yo era una pequeña perra. Tenía que parar y pensar. ¿Es esto lo que quiero ser? Comparto el baño con 25 personas en mi edificio de apartamentos en Corea Town. Por la noche, me paro en un escenario ubicado en un sótano con los brazos en alto, repitiendo la línea "tic tac" durante 30 minutos consecutivos porque me han elegido para interpretar a un reloj en una obra sobre Edgar Allan Poe. ¿Sabes quién no interpretaba a un reloj en una obra terrible?

Ben Kennedy, ese es quién. ¿Era esta mi vida? Y, lo que es más importante, ¿era la que yo quería?

Por primera vez, realmente comencé a pensar en cómo quería que fuera mi vida. ¿Quería conducir autos usados, usar pantalones caqui Gap, hacer un crucero ocasional por el Caribe y comer en Outback Steakhouse todos los viernes? Esa es una existencia perfectamente agradable. Los pantalones caqui Gap son cómodos, ¿y quién no querría terminar su semana con un plato de alitas de Kookaburra y un chuletón de Melbourne?

¿O quería algo diferente? ¿Quería una vida completamente libre de obstáculos? Posibilidades ilimitadas. Expansión en todos los sentidos. Eso sonaba mucho mejor que mi situación actual de quebrado y llorando. Comprendí que tenía que tomar una decisión. ¿Quería tener un éxito moderado? ¿O quería tener un éxito fenomenal? ¿Sería un buen corredor o el mejor corredor?

Miré a Ben Kennedy. Estaba hablando por teléfono, riéndose alegremente con un cliente. Tal vez yo era un pésimo vendedor en ese momento, pero ¿había alguna razón por la que no pudiera cambiar eso?

No importaba lo que hacía que Ben Kennedy fuera tan increíble en su trabajo. No necesitaba saber el secreto de su éxito. Incluso si se hubiera inclinado hacia mí y me hubiera dicho: "Está bien, Reed. Así es como lo hago: solo como alimentos de color naranja y bailo desnudo bajo la luna llena porque también soy una bruja". ¿Cómo me habría ayudado eso? Ben Kennedy había encontrado el secreto de su éxito. Era hora de que yo encontrara el mío.

No sabía cómo ser un gran corredor de bolsa (o incluso uno que no fuera terrible), pero era hora de tomar la iniciativa. No tenía idea de cuál sería mi primer paso, pero sabía que quería dar uno.

Nunca planeé ser vendedor. No hubo un momento de "¡ajá!" para mí. El día que mi hermano me llamó la atención por mi actitud terrible y mi expectativa ridícula de que alquilar apartamentos sería tan fácil como vender galletas de las Girl Scouts fue un punto de inflexión. Fue un momento pequeño, pero significativo, que solo pude ver en retrospectiva. Fácilmente podría haber pasado por alto mi punto de inflexión. No es como si me hubiera atropellado un autobús y hubiera pensado: "Guau. Salí de este coma contra TODAS LAS PROBABILIDADES. Probablemente debería hacer algo increíble con el resto de mi vida".

No esperes un momento dramático para hacer un movimiento, porque puede que no llegue...nunca. Si has estado planeando ser increíble toda tu vida, ahora es el momento de poner un plan en acción. ¿Por qué esperar un segundo más? Sé increíble AHORA.

INICIATIVA ES MI PALABRA FAVORITA

Era hora de hacer un cambio serio, pero no tenía idea de cuáles serían mis primeros pasos. Me fui a la cama como modelo de manos mal pagada en la ciudad más cara del mundo y me desperté al día siguiente como agente inmobiliario. ¿Y adivina qué?

Ambos tipos estaban en la ruina. No tenía salario, ni beneficios, ni un manual sobre cómo tener éxito en el trabajo. No me transformé mágicamente de la noche a la mañana en alguien con contactos, dinero, habilidades de venta o incluso buenos zapatos. Pero había una diferencia: me emocionaba ir a la oficina. Ir a la oficina solía ser una molestia, como un castigo que tenía que soportar hasta que algún director famoso estuviera de acuerdo conmigo en que debería ser el próximo Brad Pitt. Me detenía entre las visitas a los apartamentos para revisar mi buzón de voz: "No tienes mensajes", y tomaba un chai latte en Starbucks hasta que era hora de mostrar otro. Pero el día después del incidente de Jimmy llama a Tony un idiota, ir a la oficina se sintió como algo positivo. La oficina me parecía un ancla. Me erguía más erguida y mis hombros se sentían más ligeros. Me senté en mi escritorio en la pequeña oficina sobre Burger Heaven y no podía imaginar cómo llegaría del punto A (no vender nada) al punto B (venderlo todo), pero entendía que se necesitaría mucho trabajo duro e iniciativa. Pero espera un minuto: resulta que tomar la iniciativa era algo que definitivamente entendía.

Había sido una persona con iniciativa desde que llegué a la ciudad de Nueva York con nada más que un par de botas de vaquero y una botella de tinte para el pelo castaño (empecé a tener canas cuando tenía 16 años). Compartí mi primer apartamento con dos compañeras de habitación de Hamilton College. Ambas eran asistentes legales, que querían ir a la facultad de derecho, y consiguieron trabajo en buenos bufetes de abogados, del tipo que tienen alrededor de cincuenta nombres y exigen unas horas de trabajo demenciales. Yo perseguía mi sueño de ser actor. No tenía jefe. No tenía el mismo horario intenso ni las mismas presiones que tenían mis compañeras de habitación. Pero mi padre, que siempre ha valorado el

trabajo duro y la disciplina, me recordó que si quería triunfar, debía trabajar más duro que mis compañeros de piso que tomaban Advil y cafeína. Debía levantarme antes que ellos, trabajar más tarde y dedicarme por completo al arte de la interpretación. Fue un buen consejo. Hay muchos actores en la ciudad de Nueva York. Supongo que la cantidad de aspirantes a actores en Nueva York es aproximadamente igual a la enorme población de ratas de la ciudad. No es algo que realmente notes, pero si te detienes y miras a tu alrededor, de repente ves que están por todas partes. Tenía que hacer algo. No podía entrar en una tienda a comprar un bloque de tofu y esperar que la señora que estaba delante de mí con la bolsa gigante de comida para gatos fuera en realidad una directora de casting y que me descubrieran para el papel del "primer tipo asesinado" en Saw XXIII. Tenía que tomar la iniciativa para alcanzar ese tipo de éxito. Me di cuenta de que tomar la iniciativa con mi carrera como actor me llevó a lugares muy inesperados. Tuve la oportunidad de interpretar a un bioquímico malvado en una telenovela, atropellé a un tipo con un auto en una película independiente, participé en una producción de Romeo y Julieta en la West Side Highway, y ¿cuánta gente puede decir que fue modelo de manos? Mis manos estaban pintadas como teteras y dragones para vender planes telefónicos. Mis manos estaban por todo el mundo. Era famoso por mis manos. Claro, mi carrera como actor podría no haber sido la gran victoria que imaginé que sería. Resulta que no soy Brad Pitt. Mi éxito como actor nunca estuvo ni siquiera a la par con miembros menores de las dinastías Baldwin o Culkin. Lo más cerca que estuve de sentirme un actor famoso fue cuando le dije a un portero de un club que era el Dr. Evan Walsh IV de la telenovela As the World Turns. Me dejó entrar a la sala VIP, pero aun así no podía pagar las bebidas. Unas semanas después, mi personaje terminó siendo asesinado por su propia abuela de todos modos.

Sentado en mi escritorio frente al indomable Ben Kennedy con su estúpido corte de pelo, me di cuenta de que, claro, nuestros orígenes eran diferentes. Éramos como niños del lado opuesto de las vías en una película de John Hughes, El club de los cinco o La chica de rosa, pero tal vez lo que nos motivaba era en realidad lo mismo. Para cada uno de nosotros, "sin tratos no había sueldo" y quién sabe qué significaba eso para Ben. Tal vez significaba que no tendría dinero para pagar sus cuentas y podría terminar sin hogar o mudarse de regreso a una ciudad natal que solo tenía un semáforo. No tenía ni idea. Pero, como yo, Ben no parecía querer

mirar atrás, solo hacia adelante, y eso significaba que ambos necesitábamos hacer ventas.

Yo quería quedarme en la ciudad de Nueva York, la tierra donde los sueños se forjan entre el ruido y las multitudes. Mudarme de nuevo a Colorado, donde se habían mudado mis padres después de que yo fuera a la universidad, evocaba algunas imágenes aterradoras: yo trabajando como peón de rancho, pintando una cerca interminable. Entonces me casaría con una vaquera encantadora, tendría algunos hijos, compraría un tractor, tal vez un perro y algunas gallinas... y luego moriría. Quería cosas más grandes y mejores para mí. Quería alcanzar mi máximo potencial, y eso significaba hacer lo que fuera necesario para quedarme en la ciudad de Nueva York.

Tal vez había alcanzado mi máximo potencial como actor, pero ciertamente no había alcanzado mi máximo potencial como ser humano. ¡Conseguir un papel en una telenovela después de haber hecho una audición para un reality show de Internet llamado InTurn, donde luché a muerte como actor con otros doce coprotagonistas para ser la próxima estrella de telenovela en *As the World Turns*, requiere iniciativa! ¿Y no podía usar la iniciativa para impulsar mi carrera en ventas?

Pensé en cómo podía tomar la iniciativa para hacer avanzar mi carrera todos los días. Pregunté a corredores con más experiencia si podía acompañarlos durante un día o dirigir una de sus jornadas de puertas abiertas. Puse más anuncios en Craigslist. Trabajé para ser menos tímido.

Pronto comencé a sentirme menos raro por no ir a las audiciones y más entusiasmado por vender. Fue un proceso lento y constante. Hubo obstáculos ocasionales, grandes y pequeños, pero seguí adelante. Al principio, me impulsaba el miedo y la idea aterradoras de volver a casa en Colorado y fracasar. A medida que comencé a cerrar más negocios, mi motivación comenzó a cambiar. Pasó de “Espero alquilar suficientes personas este mes para poder pagar el alquiler y comprar una camisa nueva” a “Guau. Acabo de depositar un cheque de comisión que cubrirá mi alquiler por dos años. ¿De qué más soy capaz?”. Lo más difícil para mí de enseñar a mis nuevos agentes de ventas en Team Reed es lo poderoso que es realmente tomar la iniciativa. Puede sonar loco, pero esos momentos en los que te sientes estancado, como si nunca pudieras cerrar una venta o conseguir otro

cliente nuevamente. La iniciativa es como un elixir mágico que lo cura todo. Levanta el teléfono y haz una llamada, envía un correo electrónico, haz un seguimiento de los clientes potenciales. Haz algo. Para un vendedor, tomar la iniciativa es como respirar; no puedes sobrevivir sin ella. Toma la iniciativa con todo lo que se te presente y experimentarás el éxito todos los días. Cuando me tomé en serio la venta de bienes raíces, quería tener éxito, pero me sentía limitado por el hecho de no ser de la ciudad de Nueva York. No conocía a mucha gente. ¿A quién exactamente iba a vender bienes raíces? Y no tenía el mismo conocimiento profundo de los diferentes vecindarios que tendría un nativo.

Después de tomar la iniciativa, muy a menudo aparecen las dudas sobre uno mismo. Pero, una vez más, mi vida anterior como actor terminó siendo un arma secreta. Como actor, no me inmutaba el rechazo, era bueno leyendo a la gente y podía memorizar rápidamente cosas como datos sobre edificios. Mi personalidad bobalicona y mi cabello prematuramente gris de hecho conquistaron a algunas personas. No importa si tienes un origen diferente al de otros en tu industria. No te dejes obstaculizar por las dudas sobre ti mismo. Ser diferente puede ser bueno. Tus habilidades, ya sea en las artes culinarias, los deportes o la enseñanza, agregan valor a tu carácter. Si puedes manejar una clase de estudiantes rebeldes de séptimo grado o realizar un examen físico a una serpiente, puedes dominar las ventas. Quien eras antes de dedicarte a las ventas es importante. Tu personalidad debe ser auténtica, aunque sea peculiar. Tengo miembros de equipo muy exitosos que atendían bares, estaban en el ejército, trabajaban en el sector bancario, etc. Cada uno de ellos tiene un conjunto de conocimientos único y aporta su propia perspectiva fresca a su práctica de ventas. Su experiencia laboral previa, en última instancia, los convierte en personas más interesantes y completas, y lo mismo ocurre contigo. Acepta quién eres y piensa en cómo tus habilidades pueden mejorar tu carrera en ventas.

Desde que tenía unos cuatro años he querido tener éxito. ¿Tenía alguna idea de cómo iba a lograrlo? Ninguna, en absoluto. Mis habilidades a esa edad consistían en unos cuantos trucos de magia mediocres y un par de chistes de toc-toc. Resulta que elegir el éxito primero (y dejar que la carrera siguiera) fue una de las mejores cosas que pude haber hecho por mí. Me obligó a ser abierto sobre cómo llegaría ese éxito, porque resultó que no lo iba a tener como actor. Cuando ese sueño murió, mi

deseo de tener éxito no se desvaneció con él. Seguía comprometido con la idea del éxito, solo necesitaba tomar un camino diferente para llegar allí. La mayoría de las personas se encuentran con un obstáculo en el camino y piensan: "Está bien, ¡se acabó todo para mí!", pero eso no es cierto. Si estás comprometido a tener éxito pase lo que pase, esos obstáculos no importan: has decidido tu destino final y harás lo que sea necesario para llegar allí.

Secreto de Reed n.º 2

Elige el éxito primero, pase lo que pase, y luego vuelve a tu carrera.

RESISTENCIA PARA GANAR

Todos los años, más de 50 000 corredores vienen de todo el mundo para participar en el maratón de la ciudad de Nueva York, como si correr 42 kilómetros no fuera gran cosa. ¿Sabes qué le pasó al primer hombre que corrió un maratón? Cayó muerto.

Bueno, eso fue en Grecia, donde hace mucho calor, y fue en el año 490 a. C.

No había zapatillas para correr ni botellas de agua para hidratarse fácilmente. Ahora prácticamente cualquiera puede correr un maratón con la preparación adecuada. Entrenas con cuidado, aumentas el kilometraje, comes bien y luego pones tu nombre en una camiseta con letras grandes y brillantes para que cuando la multitud grite "ADELANTE, TONY", te obligues a seguir moviéndote en lugar de sentarte en la acera y pedir una pizza. Con el entrenamiento adecuado, es posible cruzar la línea de meta y vivir para contarlo en Instagram. Pero, ¿qué sucedería si, después de toda esa preparación, la carrera de repente pasara de ser un maratón a un sprint? Habías estado corriendo de forma lenta y constante, y ahora, por alguna razón inesperada, tienes que apresurarte como el demonio para llegar a la meta. Empiezas a aumentar tu velocidad, lo estás logrando, pero espera, ¡para!

¡No importa! Volvemos a la carrera realmente larga y prolongada... ¡y buena suerte!

Tanto si trabajas en ventas para un empleador como si eres un empresario, sabes exactamente de qué estoy hablando. Están los acuerdos locos y largos que se extienden durante lo que parecen años, una humilde peregrinación hasta el

resultado final. Y están los acuerdos que son veloces como un rayo, en los que te sientes como un genio: asientes y ahí está el premio. Luego están los que van y vienen, casi absorbiéndote de energía y cordura. Las ventas requieren una enorme cantidad de resistencia, y entrenarte para estar listo para cualquier tipo de acuerdo te dará una ventaja gigantesca sobre tus competidores. ¡Ve por ello!

Las ventas son como una carrera, excepto que nadie te va a decir qué tipo de carrera es hasta que suene el disparo. A medida que empiezas a vender más, se hace evidente que el éxito depende de cuánto trabajes, de tu resistencia, de tu capacidad para soportar muchas pelotas. Cuantos más anuncios puse, más visitas hice, más conexiones hice, más vendí. No era como actuar; nadie dijo nunca: "No voy a aceptar este apartamento espacioso y a buen precio que es perfecto para mí en todos los sentidos porque no me gusta tu cara". Las ventas se basan en el trabajo, así de simple. Lo mejor de vender es que puedes hacer lo que quieras para aumentar tu resistencia, sobrevivir a esa carrera y cruzar la línea de meta. Nadie te está diciendo que te largues. La elección es tuya. Tú decides cuánto quieres trabajar y cuánto dinero ganar. Ningún vendedor ha recibido nunca una llamada que diga: "Hola. Soy Pam, ¿sabes?, de Recursos Humanos. Tengo que decirte que vendiste demasiado este mes.

Tus ventas fueron, como, muy superiores a las de todos los demás. Estás ganando demasiado dinero para esta empresa. Considera esto como una advertencia". ¿Estoy en lo cierto?

Al principio de mi carrera, no importaba lo que me lanzaran, no iba a parar.

Eso me ponía en una ventaja competitiva sobre mis colegas. Mientras otros corredores se iban de vacaciones, a los Hamptons el fin de semana, al cine, a cenar o a dormir, yo estaba trabajando duro, listo para superarlos. Las ventas son una carrera loca. Mientras ellos tomaban una clase de yoga caliente o comían sushi con amigos, yo iba tachando cosas de mi lista de cosas por hacer.

LAS SEIS REGLAS PARA TENER MÁS VENTAS

1. Nunca te concentres demasiado en una pelota. No vivas ni mueras por una venta.

2. Nunca te preguntes: "¿Qué sigue?", porque tu próximo trato ya está en marcha.
3. Estás rodeado de oportunidades: haces contactos, consigues referencias, generas nuevos negocios, siempre estás buscando nuevas pelotas.
4. Sabes que se necesita tanta energía para manejar una pelota como para cuatro, cinco o incluso seis.
5. Controlas la ruta de vuelo: sabes qué pelotas manejar primero, cuáles manejar rápidamente y cuáles requieren más tiempo y atención.
6. No lanzas pelotas al aire a ciegas. Te preocupas por dónde cae cada una.

DEJA QUE EL MIEDO IMPULSE TU ÉXITO

Son las 4:53 de una fría mañana de martes de diciembre y estoy tratando de decidir qué nueva y genial diadema debería usar para ir al gimnasio. Mientras me debato entre el rosa y el morado, se me hace más difícil ignorar los pensamientos que se arremolinan en mi cabeza. Se sabe que estos pensamientos incluyen, entre otros: ¿Qué pasa si Manhattan explota? ¿Qué pasa si Emilia se enoja conmigo por trabajar demasiado? ¿Qué pasa si me caigo y me rompo la pelvis y no puedo mostrar apartamentos? ¿Qué pasa si me empujan en demasiadas direcciones y mi equipo decide que todos están hartos? Creo que me estoy resfriando. ¿Es esto un resfriado? ¿O es gripe, como la extraña que te contagia un pájaro y te mata? ¿Sabes qué sería tan vergonzoso? Si nadie comprara mi libro excepto mis padres.

Me despierto asustado. Todos los días. Pero mi miedo es mi fuente de combustible más poderosa.

Me impulsa hacia adelante como ninguna otra cosa. La vida que he construido para mí (El equipo Reed, dos programas de televisión en Bravo, mi vlog en YouTube, mis hermosas casas y una esposa que es aún más hermosa y encantadora) se ve muy diferente de lo que era el día en que comencé mi carrera como corredor de bienes raíces. Como mencioné, era el 15 de septiembre de 2008, el día en que Lehman Brothers anunció que se declararía en quiebra, lo que desencadenó el colapso de la economía mundial. Una sensación de incertidumbre lo impregnaba todo y era realmente difícil sentirse optimista sobre mi nuevo trabajo. Después de dejar la oficina ese día, pasé por el Food Emporium para comprar mis fuentes favoritas de

proteína barata: tofu y yogur. Le di mi tarjeta de crédito al cajero. Unos segundos después, me la devolvió. RECHAZADA. Mi corazón se desplomó. Murmuré algo sobre conseguir efectivo y salí corriendo de la tienda. Salté al metro, me senté y comencé a llorar. Literalmente no tenía suficiente dinero para comprar un envase de yogur barato. No me he permitido olvidar cómo me sentí ese día: arruinado y asustado, como si no pudiera lograrlo solo. Encendió una llama dentro de mí. Cada trato que hago, cada proyecto que emprendo y cada día extra largo que trabajo es para distanciarme lo más que puedo de ese momento.

Descubre cuál es tu motivación. Conéctate con eso que te motiva desde lo más profundo de tu ser. Puede cambiarte la vida. No basta con decir: "Quiero ser increíble y ganar mucho dinero". ¿Quién no quiere eso? Piensa en lo que realmente te impulsa a trabajar más duro y hacerlo mejor. ¿Qué te motiva tan profundamente que puede brindarte ese impulso adicional de poder para impulsar tu carrera a toda marcha? No dejes que lo que te asusta te mantenga despierto por la noche; en cambio, haz que lo que te impulse a alcanzar un nivel de éxito increíble.

NADA DE ESTO FUNCIONA SIN CONFIANZA

Soy una persona muy segura de sí misma. Me llevó mucho tiempo, pero puedo decir sin dudar que soy un gran vendedor. Si dejara que el miedo lo dominara todo, tendría demasiado miedo de hacer una llamada en frío o tener una conversación con un nuevo cliente. Es ese toque de miedo el que mantiene todo en equilibrio. Pero no puedes quedarte sentado en el lado de la confianza del sube y baja para siempre. Te quedarás atrapado en una rutina, y esa es la verdadera muerte de un vendedor. También te pone en riesgo de convertirte en un imbécil arrogante y demasiado confiado. Y eso es asqueroso.

Por lo general, después de mis entrenamientos diarios, mi confianza vuelve a resurgir. Empiezo a pensar en los desafíos del día: asesorar a una pareja japonesa en una entrevista cooperativa para un apartamento de 31 millones de dólares y lidiar con una discrepancia en los metros cuadrados de un loft de 16 millones de dólares en SoHo que mi cliente debe firmar mañana. Hace diez años, mis mayores problemas eran pagar el alquiler y meterme en la ducha antes de que Jun Woo y Ha Rin agotaran toda el agua caliente. Ahora, mis desafíos me obligan a esforzarme y a tener más confianza. No tengo otra opción que encontrar la mejor manera de

seguir adelante. Las preguntas, los problemas, las dudas y los miedos no necesariamente desaparecen, crecen conmigo. Por eso, cuando pienso en el desastre que fue mi carrera al principio, agradezco lo que Ben Kennedy hizo por mí. No me mostró cómo alquilar un apartamento, pero me mostró lo que sucede cuando enfrentas tus miedos de frente: te vuelves imparable.

Cada mañana, después de consultar mi agenda, estoy listo para irme. Le doy un beso de despedida a mi esposa dormida y me pongo los auriculares. Justo cuando se abren las puertas del ascensor, respiro hondo, entro y digo mi mantra: “Preparados, listos, ¡YA!”, sabiendo que estoy listo para enfrentar cualquier tipo de carrera que me depare el día de hoy.

EL ESTILO REED

Has tomado la decisión de transformarte en una máquina de ventas, y eso es fantástico.

Solo recuerda que nadie te dará una hoja de ruta para tu propio éxito. Créeme, ya eres un vendedor increíble, solo que quizás aún no lo sepas. Todas las herramientas que necesitas para triunfar en las ventas están dentro de ti; solo es cuestión de encontrarlas y ponerlas a trabajar.

Hoy, usa la información de este libro para encaminarte hacia un mayor éxito. Decide ahora que llevarás tus ventas a alturas inimaginables. ¡Ya has tenido un gran comienzo porque ahora estás tomando más iniciativa para generar cambios! A partir de ahora, la iniciativa se filtrará por tus poros. No te detengas ahí. Convierte la resistencia en tu segundo nombre (bueno, no literalmente) y sobrevive y vende más que tu competencia. ¿Y si todo esto te asusta un poco? ¿Qué importa? Deja que ese miedo sea el combustible que te impulse por el camino del éxito.

Tienes que:

Tomar la iniciativa. ¿Qué significa para ti la iniciativa?

Explorar a fondo y encontrar la resistencia que necesitas para llegar a la meta.

Deja que tu miedo te impulse hacia el éxito.

Nunca lo olvides: nada de esto funciona sin confianza.

CAPÍTULO 2 - El poder del sí

Para: agentedesesperado@TonyReed.com

De: possiblefake@maybepam.com

Re: ¡Inversión!

Estimados señores:

Busco ayuda para hacer una gran inversión inmobiliaria en la ciudad de Nueva York. Por favor, respondan si pueden ayudarme a hacer esta inversión.

Atentamente,

“El Sr. X de Atlantis”*

En retrospectiva, este correo electrónico suena a spam. Pero el Sr. X no estaba ofreciendo Viagra con descuento, y no estaba pidiendo ayuda para transferir sus miles de millones de dólares a Estados Unidos a través de mi cuenta bancaria personal. Esto fue muy temprano en mi carrera y en ese momento estaba muy ansioso por tener más pelotas, así que... respondí. “¡Sí! ¡Por supuesto que puedo ayudarlo a encontrar un apartamento!”

No tenía idea cuando presioné ENVIAR que me estaba poniendo en primer lugar en la fila para subirme a la montaña rusa de ventas más aterradora y escandalosa del mundo.

Me comuniqué por correo electrónico con el Sr. X para conocerlo un poco y tener una mejor idea de lo que estaba buscando. Cuando dijo que “trabajaba en energía”, fue como si alguien me hubiera apuñalado con una bandera roja que decía: “Este tipo es totalmente falso o un traficante de drogas. Huye ahora”. Pero no lo hice. En lugar de eso, hice una búsqueda rápida en Google y obtuve la evidencia suficiente para pensar que era real. Tal vez. Su nombre estaba vinculado a una casa muy cara en las afueras de París. Si podía pagar eso, había una posibilidad de que fuera legítimo y yo pudiera hacer la venta más grande de mi carrera. Tenía esperanza.

Estaba dentro. Dije que sí.

Tenía la propiedad perfecta para la venta, y era mi propiedad más grande hasta la fecha. Un espectacular apartamento de cuatro habitaciones en Midtown con un estudio y un comedor separado que estaba listado por \$8.5 millones. Después de ver fotos y un video del apartamento, ofreció \$8 millones y, después de algunas negociaciones con los vendedores, acordamos \$8.2 millones. ¡Hecho! No lo podía creer. Después de meses de alquilar, acababa de vender un apartamento muy caro por Internet a un tipo que me envió un correo electrónico sin que nadie lo supiera. No había nada sospechoso en eso. Me regalé a una cena muy lujosa para celebrarlo. Todo lo que tenía que hacer a continuación era conseguir un par de firmas, un depósito y cerrar el trato. ¿Verdad? Y ahí es cuando la historia de una simple transacción inmobiliaria se convierte en una película de Michael Bay, en la que mi carrera y mi ego casi se derrumban en una explosión de llamas al estilo Armagedón.

El Sr. X desapareció. No respondía a mis llamadas, correos electrónicos ni mensajes de texto. No tenía idea de dónde estaba ni cómo contactarlo. Acababa de convencer a mis vendedores para que aceptaran una oferta de alguien que en realidad podría ser un hacker de doce años que se reía de mí desde su dormitorio de Spider-Man en algún lugar del Medio Oeste. O tal vez era un pirata. Realmente no lo sabía. Estaba empezando a arrepentirme de haber pedido esa botella de vino cara en la cena. ¿Por qué no había pedido comida para llevar? Los vendedores estaban ansiosos por firmar el contrato y yo estaba cada vez más nervioso por saber a quién había “vendido” este apartamento. No quería decepcionar a mis vendedores. Había asumido un compromiso personal con ellos. Como vendedor, tu palabra es tu compromiso. Decirles: “Oh, lo siento. Resulta que el comprador no es un extranjero rico, sino que en realidad es miembro de una banda de piratas informáticos dirigida por niños” no era una opción. La verdad era que no estaba seguro. Si estaba 100 por ciento seguro de que el comprador era falso, entonces tendría que confesar y afrontar las consecuencias.

Pero este comprador era el único que tenía, y hasta que no supiera con certeza que no era real, iba a hacer todo lo que estuviera a mi alcance para que este trato se concretara. Entonces, le envié un correo electrónico dramático y algo arriesgado:

Sé que pasas la mayor parte de tu tiempo en Atlantis ocupándote de “energía” y mencionaste que tienes una casa en París, así que pasaré por París y me encantaría

cerrar este trato si quizás tienes un segundo libre y no eres en realidad un criminal que intenta robar mi identidad.

Me respondió de inmediato:

LOL. ¿Cómo te va mañana?

El tiempo que uno pasa en persona es importante en las ventas. Siempre que tengo un cliente que está indeciso sobre un trato o duda en avanzar, programo una reunión cara a cara de inmediato. A menudo, las personas tienen dificultades para tomar decisiones y, si no están frente a ti, están fuera de tu vista y de tu mente. Es fácil ignorar los mensajes de texto y los correos electrónicos, pero no es fácil ignorar a alguien que está sentado frente a ti. Acepto reuniones en persona siempre que puedo. Una reunión en persona muestra al cliente tu nivel de compromiso. Al final, también ahorrarás tiempo, cerrarás más ventas y estarás listo para enfrentar la siguiente pelota.

Secreto n.º 3 de Reed

Nunca subestimes el poder de una reunión cara a cara. A veces, los correos electrónicos y los mensajes de texto no son suficientes para cerrar un trato.

¿Mencioné que realmente no tenía planes de volar a París? Sí, ahora sí. Quería mostrarle a este comprador/pirata/traficante de drogas que estaba totalmente comprometido con él y con cerrar el trato. Estaba ansioso por esta venta. Literalmente, porque estaba a punto de gastar mis últimos miles de dólares en un vuelo a París para reunirme con un cliente potencial (o un criminal). Ni siquiera preparé una maleta. Me puse un traje y subí al avión sin nada más que el contrato y su supuesta dirección en París. Estaba nervioso.

El señor X sabía que iba a ir, pero no tenía una cita oficial. Cuando intenté buscar su dirección, parecía que su oficina estaba ubicada en un estacionamiento vacío o detrás de un concesionario de automóviles francés. ¡No había nada sospechoso en eso!

Cuando llegué a París a la mañana siguiente después de un vuelo largo e incómodo, tomé un taxi hasta la dirección que me dio. ¡Sí existía! Pero no te emociones demasiado. No había nadie allí, y por el aspecto del lugar, parecía que nadie había estado allí en mucho tiempo. No había volado todo ese camino apretujado entre dos turistas que roncaban para nada, así que me senté en su porche y esperé. Y me

comí un macarrón. Luego esperé un poco más. Entonces decidí: “Oye, supongo que me compraré un croissant”. Cargué mi teléfono en algún lugar, compré otro macarrón. Esperé.

A medida que avanzaba el día, comencé a sentirme deprimido. Acababa de hacer el ridículo total. Mis emociones iban desde la ira hacia mí mismo hasta la vergüenza. ¿Por qué soy tan estúpido??!!! Entonces toqué fondo. Me sentí verdaderamente indigno de ser corredor. ¿Por qué a todos los demás corredores les resulta tan fácil cerrar tratos y a mí no? Mientras estaba sentado en ese porche sintiéndome mal por mí mismo, pensé en lo que le diría a la gente cuando regresara. Algo como: “Oh, fue un gran viaje, pero tuvo que irse corriendo a Zanzíbar para comprar un elefante, así que no pudo verme”. O tal vez diría: “Su apretada agenda pirata de saquear barcos en aguas internacionales nos impidió cenar”. O, lo peor de todo, “su madre no le deja salir con desconocidos ni comprar apartamentos multimillonarios porque en realidad es un niño”.

Pero entonces pasó algo. Recibí un correo electrónico con la dirección de un bar donde él estaba pasando el rato. Quería que me reuniera con él allí. Me sentí como si hubiera abierto una barra de chocolate y hubiera encontrado el último billete dorado. Él. Era. Real.

El Sr. X resultó ser un tipo bastante normal que casualmente estaba flanqueado por un equipo de guardaespaldas. Tenía un asistente cuyo único trabajo era traerle un espresso. Lo que más quería era relajarse y beber botellas de vodka de 700 dólares, preferiblemente hasta las 3 a.m. Eso es genial, pero yo estaba allí para que firmaran un contrato y él ni siquiera quería hablar de eso. El Sr. X claramente disfrutaba viendo al chico preppy retorcerse. Era como un juego para él y él estaba estableciendo las reglas. “¿Al menos leerás esto si tomo otro trago?”, le rogué. No es como suelo hacer negocios, pero ¿qué tenía que perder aparte de mi reputación y mi carrera?

Justo cuando empezaba a ver doble, accedió a leer el contrato. “¿Por qué tengo que proporcionar toda esta información personal? ¿Esta gente de Nueva York no quiere mi dinero?”, preguntó. La gente de Nueva York definitivamente quería su dinero, pero como las esposas trofeo, Nueva York quería ese dinero en sus propios términos. Después de horas de beber, todavía pude activar mi vendedor interior y convertir lo que él veía como algo negativo en algo positivo. Le dije con confianza:

“Es lo normal en Nueva York. Todos deben completar el mismo papeleo. Mantiene la ciudad más segura”. Pareció creerlo, pero no firmó el contrato. Fueron muchos tragos y varias horas después cuando salí tambaleándome de ese bar con un contrato firmado en la mano. Fue una victoria, pero temporal. Regresé a Nueva York y descubrí que el Sr. X no había enviado el depósito. Un contrato sin depósito es esencialmente un pedazo de papel sin valor. No significa nada. ¿Dónde estaba el 10 por ciento de los 8,2 millones de dólares?

¿Planeaba enviar el dinero en bolsas como en una vieja película del Oeste sobre un robo a un banco? Después de un millón de llamadas telefónicas y varios ataques cardíacos, recibí una llamada del abogado mientras estaba sentado en un taxi, atrapado en el tráfico. Acababa de llegar un giro de \$820,000 del Sr. X. Y respire...

Avancemos rápidamente hasta el cierre del trato del Sr. X. Habían pasado semanas desde que había tenido noticias suyas y me preocupaba que no pudiera cumplir. Esta pelota había estado en mi bolsillo durante mucho tiempo y estaba listo para terminar con ella. El día del cierre recibí un mensaje de texto:

Nos vemos en el Mandarin Oriental. Ahora.

Oh, Dios mío. ¡Está aquí en Nueva York! Increíble. Por otro lado, ¿en serio? Qué idiota. Pero llegué a la zona residencial en un tiempo récord. Luego me senté en el vestíbulo esperando. Durante una hora. Mientras esperaba, me recordé a mí mismo que él estaba haciendo las reglas para este trato y que si jugaba a su juego, obtendría una gran recompensa al final. Recuerde, este era mi anuncio y este era un cliente directo, por lo que la comisión era del 6 por ciento de \$8.2 millones (es decir, \$492,000). ¡Era más dinero del que pensé que ganaría en toda mi carrera, y mucho menos en un trato con un pirata!

Las ventas pueden significar jugar juegos en los que no puedes hacer las reglas. Mi persistencia con el Sr. X solo funcionaría si pudiera mantener mi ego bajo control y dejar que él tomara la iniciativa. Como vendedores, debemos ser oyentes cuidadosos, porque los clientes siempre están enviando mensajes sobre lo que necesitan y cómo quieren hacer negocios. En este caso, las desapariciones, los retrasos y los mensajes de texto de último minuto decían: "Estoy totalmente a cargo. Estamos haciendo esto en mis términos y firmaré los papeles, enviaré el dinero y cerraré cuando tenga ganas". Este era un juego, y si quería ganar, necesitaba participar, me gustara o no. Claro, podría haber objetado esta forma de

hacer negocios, pero ¿eso habría cambiado algo? Probablemente hubiera significado perder la venta y esa no era una opción. Nunca olvides que, si bien eres un vendedor, también estás en el negocio de servicios, y a veces eso significa ser flexible y jugar con las reglas de otra persona.

Secreto de Reed n.º 4

Cerrar un trato significa mantener tu ego bajo control en todo momento.

Finalmente llegó al vestíbulo con un séquito de guardaespaldas y asistentes y todos nos amontonamos en una flota de SUV negros. Me sentí como un agente del Servicio Secreto (pero sin un arma, habilidades de autodefensa que salvan vidas o gafas de sol geniales).

Comenzamos a movernos a través del tráfico de Manhattan y está tomando una eternidad. Pero espera un minuto... ¿por qué estamos pasando por el túnel en dirección a la autopista? ¡El cierre está justo en el centro! Todos mis miedos en torno a la turbiedad de este trato regresan con venganza. ¿Planean extraer mis órganos? ¿Me están secuestrando? ¿Me van a vender como esclavo sexual? Justo cuando le estoy enviando un mensaje de texto a mi madre sobre mi muerte inminente, me doy cuenta de que estamos en JFK. Es obvio que me van a tomar como rehén. Nos acercamos a un 747 negro y el Sr. X se baja. Un hombre se acerca con una botella de champán en una bandeja de plata. ¿Qué está pasando? El Sr. X habla con el hombre, firma un papel, vuelve al coche y anuncia: "Ahora estoy listo para ir al cierre". No es gran cosa. ¡Acaba de comprar un 747 de camino al cierre! Después de que recuperé la conciencia y mi presión arterial volvió a la normalidad, volvimos a Manhattan y cerramos el trato más importante de mi carrera. ¡El próximo baile, por favor!

DECIR SÍ = VENDER MÁS

Al recordar esta historia, admito que suena a locura. Volar a través del océano para encontrar a alguien que puede existir o no y hacer que firme los papeles. Pero al final, la historia no se trata de que deje todo para sentarme y beber café con leche todo el día, se trata de un profundo compromiso para cerrar un trato. No importa cuán grande o pequeño (o cuán loco) sea el negocio, haré todo lo que esté a mi alcance para concretar un acuerdo. Y lo que no entendí mientras me comía mi tercer croissant fue que tal vez otros corredores solo digan que sí a los negocios

fáciles. Tal vez por eso yo estaba teniendo dificultades mientras otros corredores parecían estar avanzando con los negocios con poco esfuerzo. Es fácil decir que no. Es fácil poner excusas sobre por qué no puedes cerrar un negocio. Es mucho más fácil enfocarse en lo que podría salir mal o en cuáles son los desafíos inmediatos, pero nada de eso me impidió decir que sí.

Secreto n° 5 de Reed

Casi todas las ventas plantearán objeciones. El objetivo es convertir lo negativo en positivo.

Seguro, puede que la gente pensara que estaba loco por perseguir a un posible pirata, pero ¿sabes qué? Cuando la gente piensa que estás loco es porque no tienen el coraje de hacer lo que tú haces. ¿Y a quién le importa lo que piensen los demás? Es tu carrera, tu visión y tu comisión. Apenas unos años después, sigo en esa montaña rusa con el Sr. X, y está alcanzando nuevas alturas. Su cartera inmobiliaria vale más de 250 millones de dólares, y ¿adivina quién le vendió todas esas propiedades? Yo. El viaje salvaje valió la pena.

He dicho que sí a muchas cosas: participar en un tv-show, vender una casa de piedra rojiza embrujada, aceptar propiedades que han estado en el mercado durante años, representar a clientes que han despedido a otros 15 agentes, abrir una oficina en Brooklyn en dos semanas para poder vender un gran inventario de casas en un nuevo mercado. La lista

sigue y lo único a lo que le he dicho NO fue a tener un tigre vivo en una jornada de puertas abiertas; eso es ir demasiado lejos. Pero fue ese primer gran acuerdo con el Sr. X lo que me mostró el verdadero poder del SÍ cuando se trata de hacer ventas por volumen. Vendo más porque digo SÍ cuando otras personas dirían que no, y puedo seguir avanzando con un cliente hasta que se cierre el trato. Decir que sí a cada oportunidad fue mi manera de creer en mí mismo y demostrarles a todos que era el mejor, incluso cuando no lo era. También aprendí que convertir rápidamente los aspectos negativos en positivos te ayudará a cerrar tratos más rápido y con mayor frecuencia. A veces, esto es tan simple como preguntarte: "¿Esto es realmente negativo?" Por ejemplo, si estoy vendiendo un apartamento sin luz, lo presentaré como algo positivo a un cliente que casi nunca está en casa o solo está en casa por la noche. ¿Por qué pagar por una vista que ni siquiera verás? Tómame el tiempo para pensar en las objeciones habituales que tienes en tu área de

ventas; es probable que escuches las mismas objeciones una y otra vez. ¿Cómo puedes mostrarles a los clientes que esto no es realmente algo negativo? ¿Cómo puedes cambiarlo?

Anticipar las objeciones y convertirlas inmediatamente en algo positivo hará que vendas más. ¡Prepárate para hacer malabarismos con más pelotas y cobrar cheques más grandes!

UNA ARMA DE VENTAS INESPERADA: LA IMPROVISACIÓN

Si visitaras mi oficina un lunes por la mañana al azar durante nuestra reunión de equipo, podrías pensar que has entrado por error en un circo o en un manicomio.

Podrías ver a un tipo de aspecto normal con un traje bonito diciendo algo como: "¡Mira! ¡Está lloviendo galletas Oreo otra vez!", mientras la mujer a su lado ladra como un perro y el corredor a su lado agita sus alas mientras canta una canción country y western.

No tengas miedo. Es solo nuestro taller de improvisación en equipo. Todos en mi equipo hacen improvisación. Practicar la improvisación es una de nuestras armas secretas para convertirnos en máquinas de ventas. Cuando comencé a hacer improvisación cuando era un tonto en la escuela secundaria, nunca imaginé que sería tan útil cuando me convirtiera en vendedor. La improvisación crea sinergia y enseña a tu mente a disparar constantemente en una dirección positiva. La improvisación se trata de decir SÍ, y de llevar ese sí hacia adelante y añadirle algo más. El NO está prohibido en la improvisación, como debería estarlo en las ventas. Si alguien dice: "Los elefantes dan a luz piñas", no puedes decir "¿Qué? ¿De verdad crees eso?" mientras te alejas con cuidado de la persona loca. La regla es que tienes que decir "¡Sí! ¡Y tienen seis patas!". No pasa nada. ¡Todo es posible! SÍ es la palabra más esencial en el vocabulario de cualquier vendedor. Di sí a las oportunidades para que tengas muchas pelotas con las que jugar. Tienes que persuadir a los clientes para que digan sí a hacer compras. Tienes que decir sí a asumir riesgos. Y quizás lo más importante, si un cliente dijera: "Solo quiero comprarle al mejor vendedor de zapatos del mundo. ¿Eres tú?", no dudes en gritar: "¡Sí, soy el mejor!" desde la cima de la montaña más cercana. O simplemente súbete a una silla, ya sabes, lo que sea que funcione. Cuando te pidan que hagas algo nuevo o totalmente

desconocido para tí y no tengas idea de cómo hacerlo, di SÍ y confía en que más tarde descubrirás cómo hacerlo. Esto te pondrá automáticamente por delante de todos los demás vendedores que dijeron NO. Realmente descubrí cómo ser un corredor cuando me eligieron para Million Dollar Listing New York. Era un corredor muy nuevo cuando fui a un casting abierto con otros 3,000 agentes en el Hotel Hudson a principios de 2010.

Cuando el director de casting me llamó unos meses después y me dijo que le había gustado mi audición y que quería que volviera, no dije “Paso. No tengo mucha experiencia”, a pesar de que estar en un programa de televisión nacional sería una gran plataforma para las ventas. Eso habría sido perder una oportunidad increíble, una que ha resultado en muchas pelotas lanzadas en mi dirección. Cuando tu reacción instantánea a todo es no, es como si estuvieras desatando un pequeño monstruo que devora todas las posibilidades de la vida.

CADA TRATO ES OTRA ESCENA

La improvisación requiere escuchar atentamente. Si tu pareja dice: “Bañarse en un pozo de arañas es súper divertido”, es tu trabajo agregar una respuesta ingeniosa como: “Sí, y es mi cura para una mala resaca”. Pero si no estabas escuchando y no tienes idea de lo que dijo, perderás la oportunidad de agregar algo a esa narrativa (y solo parecerás un idiota). Una venta es, en última instancia, otra narrativa. Es una historia. Y si quieres controlar la dirección que toma la narrativa (idealmente hacia el cierre y un buen cheque), necesitas escuchar lo que tu cliente te está diciendo. No puedes ser un vendedor de una sola nota. No todos responden a la misma canción, y es tu trabajo ajustar la melodía y tocar las notas correctas. Tienes que preguntarte constantemente, “¿Qué necesita este cliente de mí?” y responder a su nivel. Pregúntate:

¿Hay algo que pueda hacer ahora mismo para facilitarle la vida a mi cliente?
¿Necesito programar citas en un horario que sea más conveniente para él, incluso si eso significa temprano por la mañana o tarde por la noche?

¿Esta persona necesita un amigo? No estoy diciendo que me convierta en su mejor amigo de una manera extraña. Pero ¿este proceso es nuevo para tu cliente? ¿Necesita más ayuda?

¿Tu cliente necesita que lo empujen suavemente a la acción? ¿Solo hará un movimiento si cree que la ventana de oportunidad para comprar lo que estás vendiendo está a punto de cerrarse de golpe?

Practica escuchar a tus clientes antes de hablar. Tómate unos segundos para digerir lo que te están diciendo antes de responder. Piensa primero en lo que te están diciendo y sé sincero cuando hables. No hay nada peor que soltar un diálogo para llenar el silencio. Eso no ayuda. Terminarás sonando como un mal actor que ha memorizado sus líneas y solo habla cuando se le da la señal adecuada. ¡Sigue el ejemplo de un ganador del Oscar! Los grandes actores dicen un diálogo preestablecido y logran sonar como si esas palabras nunca se hubieran dicho antes. Pueden llevar a una persona a un viaje emocional que termina en lágrimas, miedo o risa. Nadie llorará cuando un mal actor diga torpemente y con voz monótona: “Oh, no, mi madre. Se ha ido. ¿Qué voy a hacer ahora?”. No te estoy diciendo que te pongas en la piel de un personaje; debes ser genuino. Pero no tengas miedo de profundizar y provocar emociones cuando sea necesario. Así es como un buen vendedor se asegura de darle a un cliente lo que necesita para terminar la historia con una gran venta.

Nueve razones para inscribirse en un taller de improvisación* AHORA

1. La improvisación te abre las puertas para que puedas establecer conexiones genuinas con las personas.

Te sentirás más cómodo y seguro hablando con nuevas personas.

2. La improvisación te ayudará a pensar con rapidez. Podrás encontrar al instante una solución a cualquier problema o cualquier objeción que pueda tener un cliente.

3. Cuando practicas la improvisación, tu cerebro siempre está diciendo SÍ. No cerrar un trato, no llegar a un punto en el que digas que sí, ya no es una opción.

4. Practicar la improvisación te mostrará rápidamente cuáles son tus fortalezas y debilidades.

5. Aprendes a relacionarte con tu compañero de escena y, en última instancia, cada trato es solo otra escena.
6. La improvisación te obliga a escuchar antes de reaccionar. Escuchar a tus clientes y oír lo que quieren es clave para cerrar ventas.
7. Cuando te vuelves realmente bueno en la improvisación, puedes controlar la narrativa. Puedes usar esta habilidad para controlar la dirección de tus tratos.
8. La improvisación puede ayudar a vencer la timidez.
9. Es divertidísimo.

PLANETA CONFIANZA: DONDE TODOS QUIEREN LO QUE ESTÁS VENDIENDO

Estoy totalmente a favor de decir que sí a más pelotas. Pero una gran parte de convertir esas pelotas en ventas cerradas y grandes cheques de comisión consiste en conseguir que los clientes digan que SÍ a lo que estás vendiendo. No puedo decirte cuántas veces un miembro del equipo de Reed ha entrado en mi oficina y me ha pedido que hable con un cliente, porque "se sentirán más cómodos escuchándolo de mí" o "lo creerán si lo escuchan directamente de Tony".

Siempre estoy feliz de ayudar: quiero que mi equipo tenga éxito y que los agentes con los que trabajo crezcan. Pero la verdad es que los clientes no aceptan mi palabra porque sea un mago poderoso, no soy el Oz de los bienes raíces. Los compradores y vendedores aceptan lo que digo porque hablo desde un lugar de total confianza.

Mi confianza le asegura a la gente que cuando digo cosas como: "Este es un apartamento fantástico; Creo que deberías comprarlo", es cierto, y deberían comprarlo. No la semana que viene ni el mes que viene, sino hoy. Si quieres que un cliente compre lo que estás vendiendo, la confianza en ti mismo debe rebosar por tus poros.

Debes decidir que no hay otra opción que ser el MEJOR vendedor que haya existido en la historia del universo entero. Al principio de mi carrera, me compré un boleto de ida al planeta de la confianza y nunca miré atrás. ¿Estoy bromeando cuando digo que soy el mejor corredor de la historia del universo entero?

Claro, un poco. Es una afirmación ridícula. ¿Significa que no cometo errores o que no tengo más que aprender? Definitivamente no. Pero sé que trabajaré más y

lucharé más que nadie, y haré absolutamente todo lo que esté a mi alcance para cerrar un trato y hacer felices a mis clientes. Y en mi libro, eso es lo que me hace el mejor. Puedes ser el mejor vendedor por razones totalmente diferentes, y eso es genial.

UN RIESGO A LA VEZ

Hoy puedo entrar en una sala de juntas con una mesa tan larga como el Puente de Brooklyn y presentarme como “el mejor corredor de bolsa del mundo”, pero todavía recuerdo lo que se siente ser el nuevo en el barrio. Literalmente. Mi familia se mudó mucho cuando yo era niño. Nunca fue fácil tener que empezar de nuevo en una nueva escuela, sin conocer a nadie en absoluto. Conocer gente cuando eres adulto es bastante difícil, pero cuando eres niño es lo peor. Cuando llegamos por primera vez a Massachusetts, mi padre nos anunció a mi hermano pequeño Jack y a mí que era “hora de ir a hacer algunos amigos”. Tenía un plan. Íbamos a caminar arriba y abajo por Hill Street en Topsfield, tocando todas las puertas para presentarnos. Pensamos, hum, ¿por qué? Mirando hacia atrás, fue una gran idea. Pero en ese momento, mi yo de quinto grado no podía imaginar nada más aterrador. Mi padre nos dijo: “¿Qué es lo peor que puede pasar? ¿Que alguien se ría o nos cierre la puerta en las narices? Entonces ese vecino está loco y nos mantendremos alejados. O podrías conocer a mucha gente agradable y tal vez incluso a tu nuevo mejor amigo”.

Tenía tanto miedo que no recuerdo haber ido a las casas uno y dos.

Son completamente borrosas. La casa número tres era diferente. Conocimos a la familia Badavas. Eran amables y muy simpáticos, y mi hermano y yo pensamos: “¡Dios mío, papá tenía razón!”. En ese momento, algo cambió en mi mente. Mi miedo se convirtió en un juego y yo quería ganar. “¿A cuántas puertas podemos tocar? ¿Cuántos amigos puedo tener en mi bolsillo al final del día?”. Claro, tocar puertas con mi papá le hizo la vida más fácil a un tímido estudiante de quinto grado en una nueva escuela, pero la lección final fue mucho más grande que eso. Aprendí que correr riesgos es factible. Si no hubiera seguido el plan de mi papá, habría entrado a la escuela el primer día sin conocer a nadie. Pero debido a que tomé un riesgo, automáticamente me puse en una mejor posición para tener éxito,

o al menos no tendría que sentarme solo en la cafetería el primer día de clases como un bicho raro.

Lo mismo ocurre con las ventas. Claro, los riesgos pueden ser aterradores: llamadas en frío, conocer gente nueva, presentar nuevos clientes, mezclar tu discurso de venta habitual. O puedes dejar de lado el miedo y concentrarte en la recompensa que podría estar esperando al otro lado de la puerta. ¿Nuevos clientes, más acuerdos y mayores ventas? ¿Cuál es la recompensa que deseas? ¿Duplicar tus ventas? ¿Vender un nuevo producto? ¿Probar un nuevo territorio? ¿Ganar suficiente dinero para pagar la universidad de tus hijos o tomar las vacaciones de tus sueños? Los Reed y la familia Badavas han sido amigos de toda la vida desde el día que nos presentamos en su puerta. Nunca podría haber imaginado que un riesgo así daría tan buenos resultados. Si existe la posibilidad de esa gran recompensa al otro lado de la puerta, simplemente llama a ella. Adelante, arriesga. ¿Qué estás esperando? ¿Ves? ¡Aún está vivo! Arriésgate otra vez. Luego, hazlo de nuevo.

UNA CONFESIÓN: LA TIMIDEZ APESTA

Puedo entrar en una habitación y decirle a cualquiera que soy el mejor vendedor del universo. Pero eso no significa que me deshice de mi timidez como si fuera una camiseta sucia del gimnasio.

Es algo en lo que todavía tengo que trabajar hasta el día de hoy. El viernes pasado me encontré en una habitación llena de gente que no conocía. Y lo odié. Me encontré con Emilia en una gala de la Iniciativa Helénica, una causa que es importante para ella. Llegué antes que ella y me encontré en una habitación gigante llena de griegos. Todos estaban charlando alegremente en grupos, como si se conocieran desde hacía décadas. Mi primer instinto fue quedarme solo en una esquina y mirar mi teléfono, o, mejor aún, irme (pero entonces mi esposa me mataría). Fui a buscar una copa de champán al bar y comencé a dar vueltas por la habitación torpemente mientras miraba mi teléfono para ver si había alguna noticia interesante (no había ninguna). Después de media hora de vagar por la habitación como un bicho raro, finalmente tuve que animarme a saltar al agua. No quería, sabía que haría frío y sería incómodo.

Pero me obligué a acercarme a quien estaba más cerca de mí, que era el fotógrafo que estaba fotografiando el evento. Decidí decir “Hola, soy Tony” como mi

brillante comienzo. Charlamos unos minutos y me mostró algunas fotos de sus hijos. Bueno, no me hundí: sobreviví a esa caída inicial y estaba listo para sumergirme más profundamente. Luego, el fotógrafo me presentó a algunas personas que conocía y fueron amables y felices de hablar conmigo. Las cosas mejoraron y pude mantenerme a flote con bastante facilidad y luego apareció mi cuñado. Nunca me alegré tanto de verlo. No me ahogué y es probable que nadie haya muerto por presentarse a un extraño en un evento social.

Muchos años después de que camináramos por la calle tocando puertas, mi familia se mudó nuevamente, esta vez a Colorado. Yo ya estaba en la universidad, así que no tuve que preocuparme por hacer nuevos amigos nuevamente, pero mi hermano menor estaba en la escuela secundaria.

Tuvo que comenzar desde cero. Estaba nervioso, como cualquier chico de secundaria, pero yo estaba emocionado por él. La secundaria no fue fácil para mí. Aunque había descubierto el teatro, nunca me sentí realmente cómodo conmigo mismo. No era un deportista y no era muy inteligente. Era el chico al que le gustaba recitar poesía y usar camisetas hawaianas llamativas todos los días. Si pudiera enviarle un mensaje al Tony de la secundaria de parte del Tony del futuro, sería este: Deja de ser tímido. No tengas miedo de tomar riesgos; no tienes nada que perder. La poesía y las camisetas hawaianas son geniales y no importa que no estés en el equipo de hockey. ¡Invita a salir a cualquier chica que quieras! Le dije todo esto a mi hermano. Se tomó ese consejo en serio y se convirtió en uno de los chicos más populares de su escuela secundaria (aunque se vestía mejor que yo).

Somos vendedores, lo que significa que tenemos que hablar con la gente y conocer gente todo el tiempo. Siempre debemos estar atentos a las oportunidades porque cualquiera, en cualquier lugar, puede ser nuestro próximo mejor cliente. Todavía tengo que recordarme a mí mismo que mi próximo gran cliente podría ser ese completo desconocido con el que tengo demasiado miedo de hablar en una fiesta y que debería dejar el teléfono y salir del rincón. Sé que no importa qué alturas alcance en mi carrera, el primer paso siempre será difícil de dar. Pero nunca voy a dejar que eso me detenga. Así que la próxima vez que sientas aprensión por correr un riesgo, simplemente recuerda que, al final, poner el teléfono en el bolsillo, salir de ese rincón y dejar que el mundo vea lo increíble que eres en realidad puede

llevarte a un lugar más grande y mejor de lo que jamás hubieras pensado que llegarías.

¿Y no quieres ver a dónde te llevará tu historia?

EL ESTILO REED

Decir SÍ = Vender más. No tengas miedo de decir que sí, incluso si no estás seguro de lo que estás haciendo o por dónde empezar. Te sorprendería saber cuántos vendedores dicen que no a una oportunidad solo porque la idea de adentrarse en un territorio desconocido los hace sentir incómodos. Decir que sí te da una enorme ventaja sobre tu competencia. Pero entiendo lo aterrador que puede ser decir que sí: he dicho que sí a muchas oportunidades y las que me asustaban a menudo resultaron ser las más gratificantes, tanto financiera como emocionalmente. No olvides que tienes el poder de resolver las cosas. ¿Y si alguien piensa que estás loco por decir que sí? ¡Aún mejor!

No tienen el coraje de hacer lo que tú estás haciendo.

Recuerda que llegar al SÍ puede significar:

Jugar con las reglas de otra persona.

Aprender a convertir rápidamente lo negativo en positivo.

Continúa desarrollando tu confianza.

Una clase de improvisación puede darte una ventaja: es un arma secreta de ventas.

Tu confianza aumentará con cada riesgo que asumas.

PRACTICA TU ARTE

Este libro trata sobre cómo preparar tu mente para ser el mejor vendedor, pero también he incluido algunos ejercicios. No hay ninguna circunstancia en la que puedas hacer alguno de estos con un cliente en la vida real. ¡Es práctica! Salto sobre cajas en el gimnasio para mejorar mi “explosividad”. No voy a saltar sobre una mesa para mostrarle mi explosividad a un cliente, eso sería una locura. Estos ejercicios son herramientas y son divertidos. Los vendedores que son mejores en ser humanos venden más cosas. ¡Es verdad! No fue una sorpresa que mi vida pasada como actor me ayudó a prepararme para el mundo de la televisión de

realidad. Todas las audiciones, obras de teatro, películas de estudiantes y, por supuesto, interpretar al Dr. Evan Walsh me facilitaron la adaptación a la vida con cámaras de televisión en mis espacios personales, como mi auto, mi oficina, mi dormitorio y mi ducha. No necesitas ser actor, no importa si nunca estuviste en un musical de secundaria, pero debes saber que algunos de los ejercicios locos que comparto en este libro son similares a los que usan los actores. Los he incluido en este libro porque te harán un mejor ser humano.

EL JUEGO DE PREGUNTAS

Estoy seguro de que ya te inscribiste en una clase de improvisación local, y te encanta y no puedes esperar a que tu familia y amigos vengan a ver tu primer espectáculo. ¡Eres la próxima Tina Fey! Pero por si acaso quieres practicar en esas noches en las que Improv Dungeon está cerrado, pensé en dejarte un ejercicio. ¡De nada!

Hacer preguntas, y luego más preguntas, es una habilidad invaluable que un vendedor debe tener en su arsenal. ¡Piénsalo! Si alguien te pregunta: "Entonces, ¿cómo te sientes hoy?" y respondes: "Me siento genial", y lo dejas así, básicamente le estás indicando que la conversación terminó y P.D. No te importa cómo se sienten. Ese no es exactamente el tipo de interacción que promueve la conexión y las ventas. Para asegurarte de no caer en una conversación sin salida con un cliente, practica el Juego de las Preguntas. Haz que tus amigos o familiares, o tu conductor de Uber, lo hagan contigo. Es un juego simple (¡pero muy difícil!).

Cómo jugar:

Configura el cronómetro para dos minutos (una vez que domines este juego, hazlo por más tiempo).

Comienza una conversación con la otra persona haciéndole una pregunta. Debe responder a tu pregunta con, lo adivinaste, otra pregunta. Continúa con esto durante los dos minutos completos.

Quien se equivoque y responda una pregunta con una afirmación, perderá el juego.

CAPÍTULO 3 - Trabaja para conseguir el trato

Cuando conocí a Linus en una jornada de puertas abiertas en East 36th Street, pensé que era un poco peculiar, posiblemente loco. Mientras que todos los demás chicos llevaban trajes y parecían pertenecer a la oficina de la esquina de un bufete de abogados, Linus llevaba un chándal morado arrugado y brillante y su pelo estaba parado en mechones grises y negros. Aunque su apariencia era increíble, tenía un aire de confianza en sí mismo, y sus gestos, aunque extraños, también sugerían que se sentía como en casa en el apartamento de 4,5 millones de dólares en el que estábamos.

No estaba hablando con nadie, así que me presenté, aunque parecía el tío loco de alguien. Lo felicité por sus vibrantes elecciones de colores.

El morado es mi color favorito. Charlamos sobre lo mucho que nos gusta el teatro a los dos. Le entregué mi tarjeta de visita y pensé que nunca volvería a saber nada del chico del chándal morado. Excepto que me llamó al día siguiente. Dijo que parecía agradable y conocedor del mercado. Quería que le enseñara unos apartamentos en Manhattan. Nunca juzgo un libro por su portada (la de Linus mostraba una sonrisa espeluznante y espeluznante coronada con el pelo de Einstein), pero también era un potencial comprador de 4 a 5 millones de dólares.

Yo acababa de poner en venta una casa en Park Slope, Brooklyn, que me encantaba. El detalle de la restauración, los grandes dormitorios, la cocina de mármol... todo era exquisito. Linus quería un apartamento en Manhattan (y también, tal vez, reclutarme para una secta extraña), pero mi instinto me decía que le encantaría la casa de Park Slope tanto como a mí.

Cuando le hablé de la casa, dijo: "Me dan miedo las casas y Brooklyn", pero hay que reconocerle que aceptó verla. No es frecuente que me encuentre con un cliente en Murray Hill que acepte ver una propiedad en pleno Park Slope, pero no es frecuente que me encuentre con un cliente como Linus. Se presentó con un amigo que vestía ropa igual de llamativa y me siguieron por todas partes haciéndome algunas preguntas muy inusuales. Cuando se buscan casas de piedra rojiza, la gente normalmente pregunta: "¿Qué ancho tiene?". y "¿Qué tan cerca está del parque?" La gente en la ciudad de Nueva York tiene un profundo amor por las casas de piedra

rojiza amplias que están cerca de un parque. Las preocupaciones de Linus eran diferentes. No le importaba si podía colocar dos habitaciones en la pared norte con luz y aire acondicionado legales. Hizo preguntas al azar: “Espera. ¿Qué calle es esta?” como si no tuvieran idea de dónde estaban. Seguido por “¿Esta casa está cerca de un puente?” como si necesitaran hacer una escapada rápida. Cuando dijeron que querían ver el sótano, pensé, Bien, el sótano es donde iniciarán a sus nuevos miembros del culto en una ceremonia que probablemente implique beber Kool-Aid. Los guié por la estrecha escalera de todos modos. Me quedé de pie torpemente cerca del horno, mis ojos escaneando en busca de cualquier cosa que pudiera ser un arma mientras miraban alrededor. Me sentí aliviado cuando Linus dijo, “Esto es sucio y asqueroso”, y volvió arriba.

Cuando Linus se iba, le dije que viera Carrie: El Musical, un asombroso espectáculo fuera de Broadway que acababa de ver. Linus llamó dos días después. Me dijo dos cosas: una, que amaba a Carrie. Dos, que quería ofrecer el precio que pedía por mi casa en Park Slope. Le envié un correo electrónico para pedirle alguna prueba de fondos para verificar sus activos y justificar la oferta a mi vendedor. Su respuesta fue: "Por favor, busque en Google si le parece bien" en la línea de asunto. Ah, vale. Escribí su nombre en mi motor de búsqueda. Aparecieron enlaces a algunas prendas muy atractivas en lugares como Saks y Bloomingdale's. Vaya, ¿una camisa de terciopelo violeta? También había fotos de Linus en todo su extraño esplendor de pie junto a miembros de la alta sociedad y modelos. Reed, tonto, la familia de Linus es dueña de la empresa que fabrica las increíbles camisas de terciopelo violeta. Si hubiera buscado a Linus en Google antes, habría descubierto que su familia era dueña de una casa de moda europea muy exitosa y conocida. ¿Y si le hubiera mostrado casas en función de su aspecto? Linus acababa de mudarse a Nueva York para dirigir su operación en Estados Unidos y nunca había estado en Brooklyn antes. Por eso estaba haciendo preguntas raras.

También tenía una fortuna de mil millones de dólares y no le importaba lo más mínimo lo que la gente pensara de su forma de vestir. Linus pasó de ser un líder de culto a un héroe personal.

Desde que le vendí esa propiedad en 2012, Linus me ha recomendado muchas cosas y ahora lo considero un amigo. Su rareza es, en realidad, una rareza, y me ha gustado mucho. ¡Y nunca ha intentado reclutarme para un culto! Cuando charlé

con Linus en una jornada de puertas abiertas, nunca imaginé que sería la fuente de tantas recomendaciones o mi acompañante para tantas obras de teatro. Emilia y yo hemos compartido momentos importantes con él, como la fiesta del primer cumpleaños de su bebé. Eso es lo asombroso de las ventas: casi cualquier persona en el mundo entero es un cliente y amigo potencial. Cualquiera que camine por la calle es una gran bola de posibilidades, lo parezca o no. He vendido apartamentos multimillonarios a personas que vestían chándales extravagantes y abuelas diminutas que llevaban cárdigans con agujeros en los codos. No siempre es fácil determinar quién tiene realmente dinero para gastar, así que sé abierto y respetuoso con todo el mundo para evitar cometer un gran error.

CERO MIEDO: CÓMO TRANSFORMAR A LAS PERSONAS EN CLIENTES

He vendido apartamentos a personas que he conocido en el gimnasio y haciendo cola en Starbucks, a financieros, amantes de los animales, presuntos delincuentes, médicos, acaparadores, abuelas, artistas, estudiantes universitarios y a una familia a la que le pedí que me pasara los dumplings en el almuerzo en Shanghái. Cada persona en la calle es un cliente potencial.

Cada persona con la que te cruzas a lo largo del día representa una venta potencial. Eso es genial, ¿verdad? Pero, seamos honestos, es principalmente genial si eres el tipo de persona que no tiene ningún miedo cuando se trata de hablar con la gente. Los vendedores tienen que encontrar sus propias formas de conectar con los clientes potenciales. Cuando empecé mi carrera, alquilaba y vendía apartamentos en una de las ciudades más densamente pobladas del país y no tenía ni idea de cómo convertir en clientes a los millones de personas que me rodeaban. Una vez le pregunté a una mujer embarazada en Starbucks: “¿Buscas más espacio?”. No era así, pero se rió. Había logrado una conexión genuina con ella. No me mostré como un bicho raro que acosa a las mujeres embarazadas para que se cambien a apartamentos más grandes mientras ellas solo intentan conseguir un capuchino descafeinado. Fui sincero, abierto y divertido. Le dije lo mismo a otra mujer embarazada un par de días después y le encontré un apartamento de dos habitaciones.

El secreto n.º 6 de Reed

A la gente no le gusta que le vendan, pero le encanta ir de compras con amigos.

Las ventas no se tratan de decir una frase cursi, sino de encontrar una forma sincera de conectar con la gente. Si quieres que los clientes gasten su dinero contigo, debes hacer que se sientan cómodos con tu capacidad para conseguirles lo que quieren.

A la gente no le gusta que le vendan, pero le encanta ir de compras con amigos. Este es un eslogan que mi equipo escucha de mí todo el tiempo. Piensa en algo que una persona haya hecho por ti (un favor, un préstamo). A menudo, no es un extraño quien lo hace por ti. Es alguien con quien tienes una relación. Conozco a muchas personas que no construyen relaciones ni establecen redes porque quieren una gratificación inmediata. Nunca conozcas a alguien que te beneficie hoy, conoce a personas que puedan beneficiarte en el futuro.

Al principio de mi carrera, dos israelíes en mi oficina estaban vendiendo una gran cantidad de propiedades inmobiliarias y les pregunté dónde conseguían clientes. A diferencia de Ben Kennedy, respondieron: "La sinagoga". Oh, buena idea, pensé. Pero no soy judío y no tenía ganas de ir a la iglesia. Sin embargo, lo único que hacía religiosamente era hacer ejercicio.

Había hecho un trato con un gimnasio local en el Upper East Side para repartir volantes en la esquina a cambio de ejercicios gratuitos. Para entonces ya era un miembro de pleno derecho que pagaba las cuotas, y el elegante Equinox en SoHo iba a ser mi sinagoga. SoHo era un mercado en el que quería vender desesperadamente, y comencé a conocer gente en el momento en que me lo propuse. "¿Necesitas agua? Me llamo Tony". "¿Necesitas un lugar?". "¡Qué lindos Nikes!". Serían cosas extrañas para decirle a alguien en la calle. Pero en el gimnasio, éstas eran mis frases para ligar con los clientes, y funcionaban. Funcionaron tan bien que me volví adicto a conocer gente.

La primera semana compré un loft de 3.5 millones de dólares y lo vendí en cuatro días. La comisión del 6 por ciento que gané pagó 100 años de Equinox. Literalmente. Y estos eran solo mis clientes de la tarde.

Estaba listo para más, así que ¿por qué no entrenar también por las mañanas? Me uní al Trinity Boxing Club en el distrito financiero, donde entrenaban principalmente los chicos del sector financiero. Odiaba el boxeo, pero era un buen lugar para hacer ejercicio y hacer negocios. Enseguida conocí a Frank, de Citibank. Nos entendimos y vendí su apartamento en Water Street antes de fin de mes. ¡Pero

aún tenía mis tardes! Mi tercera membresía fue en New York Sports Club. Tienen 150 sucursales en toda la ciudad y son convenientes para hacer una sesión de entrenamiento rápido por la noche. Si tenía una cita en el Upper West Side, pasaba por su sucursal en West 73rd Street con la misión de salir con un nuevo amigo de UWS. Entre mis tres membresías de gimnasios, cubría casi todos los grupos demográficos de la ciudad de Nueva York, durante cada parte del día (y además, estaba más en forma que nunca).

Hice muchas conexiones en el gimnasio, pero fui deliberado sobre cómo lo hacía. No me acercaría a alguien en la cinta de correr, le haría un gesto para que se quite los auriculares y le diría: “Hola, soy un agente inmobiliario. Aquí está mi tarjeta en caso de que quiera comprar o vender un apartamento”. Eso es extraño y molesto, especialmente si la persona que te entrega la tarjeta de presentación está sin aliento y empapado en sudor.

Secreto de Reed n.º 7

Primero la conexión, después el producto.

Nunca empieces hablando del producto. Siempre haz primero una conexión.

Si fueras a una cita a ciegas y las primeras palabras que salieran de tu boca fueran: “¿Quieres tener sexo?”, las cosas probablemente no saldrían como esperabas. Incluso podrías recibir una bebida en la cara. Las ventas son sorprendentemente similares: tienes que ser sincero cuando conoces a un cliente potencial por primera vez. Hazle un cumplido genuino o hazle una pregunta para iniciar una conversación. Obtén un sí y una sonrisa.

Una vez que se haya hecho esa conexión, puedes empezar a hablar sobre tu producto.

Si eres tímido o introvertido, piensa en acercarte a nuevos clientes como lo harías con un posible nuevo amigo. Hubo un tiempo en que tu mejor amiga era una completa desconocida para ti. En algún momento la conociste, estableciste una conexión y ahora conoces sus secretos más oscuros. Como que ella bebe cinco frappuccinos de calabaza, Oreo, especias y pan de jengibre todos los días.

El punto es que iba al gimnasio para hacer ejercicio, no solo para estar ahí para atraer clientes. Las personas se sienten atraídas por otras personas con gustos similares. Otros agentes inmobiliarios en Nueva York se conectaban con clientes

potenciales a través de su religión, la escuela de los niños, etc. Yo tenía gimnasios. Eso era lo mío y lo exprimí como un batido de proteínas.

¿Qué es lo tuyo?

Encuentra tu lugar feliz y un lugar que te sientas cómodo frecuentando a menudo donde puedas conocer gente nueva. También frecuento tiendas de vitaminas y la tienda Nike en SoHo, donde deambulo fantaseando con tener algún día una sala solo para exhibir una colección enorme de zapatillas. Me encuentro con otros entusiastas de las zapatillas y les digo cosas como: "El color uva fue una gran elección de color para esas Air Jordan 1 Retro que llevas puestas". Hubo un tiempo en el que solo pensar en hablar con un extraño me habría dado palpitaciones en el corazón. Ahora es solo un simple cumplido que puede llevar a una conexión, un nuevo cliente, o no.

Si quieres ser realmente productivo, ponte una cuota. Conoce al menos a tres personas nuevas cada día y consigue su información de contacto. Comienza con solo una si es necesario, pero adquiere el hábito de hacer amigos dondequiera que vayas. La red de contactos de un vendedor es su moneda. Si equiparamos conocer gente al dinero, conocer a tres personas al día durante un año es como depositar 1.095 dólares adicionales a personas que de otra manera no tendrías.

Secreto de Reed n.º 8

La moneda social es importante. Cuanta más gente conozcas, más negocios harás. Es notable cuando una simple presentación o una conversación pasajera se convierte en una venta inesperada o, mejor aún, en un cliente a largo plazo. He vendido apartamentos a personas que he conocido en el metro y en el baño. Se puede hacer una conexión en cualquier lugar. Emilia y yo pasamos nuestra luna de miel en Nueva Zelanda, un lugar al que siempre habíamos querido ir. Nos estábamos alojando en The Lodge at Kauri Cliffs, un pequeño y hermoso hotel, ubicado aproximadamente a 9,000 millas de nuestro apartamento en SoHo. En otras palabras, estábamos lo más lejos posible de los posibles compradores y vendedores de Nueva York.

Un día, durante el desayuno, una persona se me acercó y dijo lo que juro que sonó como "Care levitator". Los neozelandeses hablan inglés con acento kiwi. Pensé que era un coloquialismo único, así que respondí: "¡Care levitator!". Resultó que se

trataba del señor Fang Von Tonnenberg* y su esposa, Brunhilda, del Upper East Side de Manhattan. Eran fanáticos de Million Dollar Listing New York, en particular del episodio de la segunda temporada en el que vendí un ático de 20 millones de dólares en Chelsea con, espere, un ascensor para autos. Tuvimos una charla rápida, intercambiamos información de contacto y continuamos con nuestras vacaciones.

Unas semanas después, cuando todos estamos de regreso en la ciudad de Nueva York, les envió un correo electrónico para recordarles nuestro encuentro casual en Nueva Zelanda. Brunhilda responde y menciona que sus dos hijos están a punto de graduarse de la universidad y necesitarán un lugar para vivir. ¿Ah, sí? Hago planes para mostrarle a Brunhilda algunos apartamentos y, después de ver varios, se deciden por un apartamento de dos habitaciones de 4 millones de dólares en West SoHo que albergará felizmente a ambos chicos. Esta venta no habría sucedido si no me hubiera obligado a alejarme de mi delicioso gofre belga y saludar a un extraño en mi luna de miel, y luego entablar una conversación con él. Cada encuentro y conexión importa.

Tómate un minuto para pensar en tu día. ¿Dónde conoces a otras personas que comparten un interés común? ¿Cuál es tu lugar feliz? ¿Dónde te sentirías natural para iniciar una conversación rápida? Puede ser cualquier lugar: el parque, una cafetería, yoga, etc. Comienza con algo simple como: “Ah, ¿esas son galletas de almendra? Tenía pensado probarlas. ¿Cómo están?”. Eso es todo lo que necesitas hacer. No necesitas hacer planes para ir al cine o aceptar pasear a su perro mientras está de vacaciones. Comienza con una conexión simple y deja que se convierta lentamente en algo más grande.

En un millón de años, nunca podría haber imaginado que conocería a más de cien personas en una semana en promedio. No nací con músculos para conocer gente; los desarrollé con el tiempo. Cuando haces entrenamiento con pesas, no te presentas el primer día y coges el peso más pesado. Trabajas con el que es adecuado para ti y, a medida que tu cuerpo se fortalece, aumentas el peso. Lo mismo ocurre con conocer gente. Tal vez empieces conociendo a una persona nueva por día. Eso se volverá más fácil y luego sumarás una segunda persona, sin problema, y luego una tercera. Toda esta práctica pronto se traducirá en conexiones más

significativas y conducirá a más ventas porque la gente no quiere que le vendan; quiere ir de compras con amigos.

EL EQUILIBRIO PERFECTO

¿Quién crece soñando con una carrera en ventas? Nadie. Todos tenemos una historia sobre por qué nos dedicamos a las ventas. Es posible que hayas caído en esto como yo, solo para pagar el alquiler, y luego te hayas vuelto adicto a las posibilidades ilimitadas. Puede que seas el vendedor más exitoso de tu equipo que quiere vender aún más, o eres el chico nuevo que tiene dificultades para empezar. Puede que no seas un vendedor en absoluto, pero quieras mejorar tus habilidades de venta en cualquier campo o negocio en el que estés. Cualquiera sea su historia y en cualquier punto de su carrera en el que se encuentre, todos tenemos una cosa en común: queremos vender más cosas a más personas.

Queremos tantas pelotas en el aire como sea posible, ¿verdad?

La mayoría de los vendedores son demasiado insistentes y agresivos, y solo se centran en la venta. O son demasiado complacientes, robóticos, y dicen que sí a todo lo que el cliente pide. Ambos escenarios impiden que se cierren tratos. Para ser un vendedor eficaz, debes mantener una conexión, pero centrarte primero en el trato.

El escenario del vendedor de autos usados

Piensa en el vendedor de autos usados: estereotípicamente, se lo representa como un tipo muy hábil y de habla rápida con un traje de poliéster barato. Este tipo no escucha nada. No se toma el tiempo para establecer una conexión con el cliente. Se dedica a promocionar un producto, independientemente de si es lo que el cliente realmente quiere o necesita. No le importa si vino a comprar una minivan, le va a vender un Corvette. Está muy por encima de su presupuesto y no se adapta en absoluto a su estilo de vida: no puede conducir un coche con cambio manual y no hay suficiente espacio en el asiento trasero para sus tres hijos.

Aquí pueden suceder dos cosas: una, el cliente se asusta y no compra nada. En segundo lugar, el cliente está convencido de comprar el Corvette y se lo lleva, pero pronto maldice el nombre del vendedor cuando rechina los engranajes porque no sabe cómo conducir un coche con cambio manual, y el pequeño Bobby, que no

tiene espacio en el asiento trasero, le da patadas. Ninguno de esos escenarios hace que el cliente esté contento ni que vuelva a comprar.

Cuando empecé a cerrar más tratos, vi que cuando establecía una conexión genuina con los clientes era capaz de mostrar cómo mi producto encajaba en sus estilos de vida, y no al revés. Si a mi cliente le encantaba el golf, le señalaba lo divertido que sería vivir cerca del campo de prácticas de Chelsea Piers. Establecer esa conexión personal entre el producto y el cliente es clave y sienta las bases para una transacción.

Es la diferencia entre cerrar o perder una venta.

Si el vendedor de autos se hubiera tomado el tiempo de entender al cliente, él le recomendaría a todos sus amigos y lo invitaría a una barbacoa. Desafortunadamente, este escenario cálido y agradable rara vez ocurre porque la mayoría de los vendedores se ponen el sombrero de vendedores, aumentan la presión e intentan cerrar el trato al instante. Trabajan para la venta y fracasan.

A todos nos encantan las grandes comisiones y las ofertas elevadas, pero a veces dirigir a un cliente hacia una opción menos costosa es mejor a largo plazo. No se logra que los clientes vuelvan si se los empuja hacia un producto que está fuera de su rango de precios. Siempre es mejor hacer una oferta más pequeña que ninguna. Los clientes satisfechos vuelven y compran más.

Secreto de Reed n.º 9

No siempre vendas el producto más caro.

El escenario del guía turístico

Si bien el vendedor de autos trabajó por error para la venta y se olvidó de las necesidades del cliente, otro gran problema que tienen algunos vendedores, especialmente en mi negocio, es que actúan como guías turísticos. "Este es un pasillo. Este es un baño.

Esta es una pared. Estamos caminando. Estamos caminando". Eso no es vender. Eso no vende nada. ¿Es mejor que el enfoque del vendedor de autos? Claro, pero para vender, la misión no es ser más amable que el otro. Los agentes inmobiliarios no pueden simplemente girar una llave, abrir una puerta, encender un interruptor de luz y esperar que alguien haga la compra. Pero decimos cosas como: "No

entiendo por qué no puedo vender ese apartamento. ¡Lo muestro todo el tiempo!" Ah, ¿y tú? ¿Muestras apartamentos? ¿Enciendes las luces y todo? Bueno, eso no es vender. Volvamos al escenario del auto usado por un segundo. Reemplaza al estereotípico vendedor con peluquín por un vendedor que actúa como un guía turístico. Obtendrías algo como esto:

"Aquí hay un auto. Tiene cuatro puertas, seis asientos, es verde, tiene dos años, etc., etc., etc." ¿Estás inspirado para comprar ese auto?

No importa lo que vendas, decir hechos y señalar varios componentes de un producto no va a ser lo que inspire a un cliente a abrir su billetera y comprar. Debes usar tu conocimiento y experiencia para conectar a un cliente con el producto que mejor se adapta a él. Steve Jobs lo dijo mejor:

"La gente no sabe lo que quiere hasta que se lo muestras". Linus quería un apartamento en Murray Hill, pero le vendí una casa adosada en Park Slope. Esto no sucedió porque simplemente le dije dónde estaba, cuándo se construyó y cuántos metros cuadrados tenía; basándome en lo que sabía sobre Linus, creí que era la mejor opción para él y que le encantaría.

Cerrar un trato se trata de aprovechar las emociones. Cuanto antes aprendas a quitarte el "sombrero de vendedor" y a sintonizarte con las emociones y los deseos de tu cliente, mejor te volverás en el trato. Si no estás seguro de cómo hacerlo, recuerda lo que hace a un vendedor excepcional: un vendedor que trabaja para el trato.

EL ESTILO DE REED DE TRABAJAR EN EL TRATO

A menudo, cuando alguien de mi equipo se siente estancado y no puede avanzar con una venta, es porque no se está concentrando en el trato. Es increíblemente fácil quedar atrapado en las complicaciones, el drama y las emociones que acompañan a la venta.

Volver a centrarte en el trato te recordará que tienes un trabajo: cerrar una venta para un cliente satisfecho, que luego volverá y te comprará por el resto de su vida. Cuando trabajas para el trato:

Eres implacable: Implacablemente positivo, listo y rápido. Tu trabajo es tu pasión y esto se evidencia en cada interacción que tienes con los clientes.

Tienes empatía: Tu ego no te ayudará a cerrar un trato, pero tener empatía sí. Comprar algo es una experiencia emocional.

No tengas miedo de ponerte en su lugar; puede ser lo que te ayude a cerrar la venta.

Eres paciente: Sé impaciente por los resultados, pero siempre sé paciente con tus clientes.

Escucha: No solo respondes, respondes. Aprende a dejar que tus clientes hablen primero. Escucha y comprende atentamente lo que están diciendo antes de dar una respuesta bien pensada.

Aportas valor: Utilizas tu conocimiento y experiencia sobre tu producto para ayudar a conectar a un cliente con lo que quiere.

Tienes respeto: Por tu cliente, tu producto y el proceso.

Eres honesto y auténtico en todas tus acciones.

No puedes vender sin llegar a un acuerdo. Ya sea que tu cliente pague el precio completo o negocie, se debe llegar a un acuerdo. No puedes presionar a alguien para que haga un trato, y tampoco puedes esperar que lo haga sin más. Esto no significa que no les dejes liderar o establecer las reglas (a menos que estés vendiendo a alguien como el Sr. X; en ese caso, simplemente síguele la corriente). Estás usando el poder de la confianza para ayudarlos a sentirse lo suficientemente cómodos con la decisión financiera y emocional que están a punto de tomar. ¿Guío a los clientes hacia una decisión en lugar de otra? Posiblemente.

¿Presiono un poco cuando alguien está nervioso por tomar una decisión? Por supuesto.

Cuando le vendo a alguien un apartamento que le encanta, es porque escuché atentamente sus deseos, necesidades e inquietudes, y puedo asegurarle que está tomando la decisión correcta. Siempre me esfuerzo por mantener la vista en el objetivo, y mi diana siempre es un trato cerrado.

EL MOMENTO SORPRESA

Uno de mis mejores secretos de ventas, llamado el momento Wow, fue algo que aprendí de un vendedor de zapatos en Barneys. Habían pasado dos años en mi carrera de ventas y mis ingresos habían comenzado a mejorar. Finalmente pude mejorar los zapatos Allen Edmonds que mi padre me había comprado porque en realidad tenían agujeros.

Aparentemente, tener agujeros en los zapatos no era algo atrevido, sino estúpido. Fui a Barneys, una tienda departamental de lujo, y le dije al vendedor que estaba pensando en gastar alrededor de \$250, pensando que era una cantidad de dinero descabellada por un par de zapatos. Señaló un par de zapatos azules brillantes que tenían un aspecto distintivo de anciano urbano, pero que estaban dentro de mi rango de precios. A menos que quisiera zapatos de hombre viejo, tendría que desembolsar más dinero del que pensaba gastar.

Me llevó a otro escaparate; en este había una mezcla de estilos y precios diferentes. Se podía conseguir un zapato sencillo y bonito por 300 dólares, pero un zapato que pondría enfermos de envidia a la gente costaría mucho más. Me di cuenta de que los zapatos de diseñador y los bienes raíces de Manhattan tenían algo en común.

“¿Puedo mostrarte algo? Sé que no quieres gastar tanto, pero estos son increíbles. Tienes que probártelos”, dijo el vendedor. Sacó un zapato de una hermosa caja de color violeta oscuro. Nuevamente, mi color favorito. Me lo puse y mi pie se enamoró al instante. Imagina si tomaras un conejito bebé y lo convirtieras en un mocasín Prada (sin dañarlo de ninguna manera). Los zapatos eran increíblemente cómodos y se veían increíbles. Juro que caminaba más erguido y con más confianza al instante. Los zapatos eran mágicos.

“Entonces, ¿estás de pie mucho por tu trabajo?”, preguntó.

“Sí, hombre, ¡todo el tiempo!” Ahora estoy justificando el precio en mi cabeza. Continuó hablando de cómo la calidad y el diseño ayudarían a prevenir lesiones en las rodillas. De hecho, comencé a pensar: “Estoy tan feliz de haber venido a esta tienda hoy. ¡Estos zapatos podrían salvarme de tener que reemplazarme dos rodillas!”. Me había sorprendido con la calidad y el valor de los zapatos. Pronto me convencí de que estos zapatos salvarían mi carrera y mis rodillas. Me encantaban, pero no podía pagar el precio de 800 dólares. Le agradecí por haberme dejado boquiabierto.

“¡No te preocupes! Quería que los probaras porque los adoro. Pero ¿qué tal estos?”, dijo, y me entregó un par de Ferragamos de 450 dólares. Doscientos dólares más de lo que tenía previsto, pero mucho más baratos que los Prada, así que me sentí más cómodo comprándolos. Los 200 dólares adicionales solo significaban que tenía que esforzarme para alquilar un apartamento más ese mes.

Ese día salí de la tienda con zapatos nuevos y comprendiendo cómo se pueden utilizar las emociones para impulsar una venta. El hecho de que me pusiera un zapato que estaba muy fuera de mi presupuesto, pero sin presionarme para comprarlo, creó un gran momento sorpresa y logró un par de cosas importantes.

Primero, me quedé atónito. No podía creer la diferencia entre un buen zapato y un zapato increíble, y pude sentirlo por mí mismo. Esta es una gran técnica para venderle más a alguien si tiene más para gastar. No puedes controlar cuánto dinero hay en la cuenta bancaria de un cliente, pero sí puedes controlar cómo le presentas el producto, y eso afecta directamente cómo se siente al respecto.

Terminé gastando más después de probarme el mejor zapato. El momento sorpresa también me dio una idea clara de qué productos estaban dentro de mi rango de precios. Me ayudó a manejar mis expectativas. Nadie quiere oír: "Bueno, tu presupuesto es pequeño y, por lo tanto, los sofás dentro de tu rango de precios realmente no son tan buenos. Probablemente esa sea la razón por la que los odias todos". El momento sorpresa es una forma más amable de educar y tranquilizar a un cliente sobre su compra.

Secreto de Reed n.º 10

No puedes negociar con la billetera de alguien, pero sí puedes negociar con sus sentimientos.

Primero probé el momento sorpresa con mi clienta Amanda, que estaba buscando un apartamento en alquiler en el lado oeste de Manhattan y tenía un presupuesto de aproximadamente \$3,500. Cuando muestro apartamentos, me gusta que los clientes vean el espectro completo. Por lo general, empiezo con los apartamentos que se ajustan a su presupuesto. Según el presupuesto, a veces esos apartamentos pueden describirse como "del tipo que no querrías que viera tu madre". Luego les muestro una opción más cara para comparar. Esta vez iba a añadir un momento Sorpresa a la búsqueda de apartamento.

Llevé a Amanda a ver un apartamento de dos habitaciones en la calle 74 y West End Avenue. Estaba en un edificio con portero y tenía habitaciones muy grandes con estanterías empotradas. Pedía 3,400 dólares al mes, pero no tenía vistas. A ella le gustó, pero me di cuenta de que le molestaba que no hubiera nada que ver fuera de las ventanas. Necesitaba un lugar rápido y no quería perderlo (bienvenida a la ciudad de Nueva York). Le aseguré que no lo haría, pero luego le pregunté si podía mostrarle un lugar que la deslumbrara por completo. Dijo que sí y nos fuimos. El apartamento Sorpresa era un ático de dos habitaciones con terraza y vistas abiertas a la ciudad por 4,250 dólares. Cuando entramos, casi se cae al suelo. Corrió hacia la terraza. “¿Cuánto cuesta este lugar? ¡Lo necesito en mi vida!”, exclamó.

Se lo dije, pero antes de que se enojara, le dije: “No te preocupes, sé que es demasiado para ti, ¿y quién necesita realmente una terraza? Tengo este mismo apartamento un piso más abajo, por \$3,850 sin terraza. ¿Quieres verlo?” Ella firmó un contrato de alquiler esa noche.

Tener en cuenta un momento Sorpresa hace que sea más fácil para tu cliente tomar una decisión. ¡También te estás divirtiendo con ellos! Una vez que Amanda vio lo que podía conseguir a su precio, se sintió cómoda aumentando su presupuesto lo suficiente como para elegir el mejor apartamento (que no era tan caro como el apartamento Sorpresa).

Amanda conoció a su esposo mientras vivía en ese apartamento. Lo llevó a casa para ver la vista, o eso dice ella. No solo estaba haciendo un trato esa noche, estaba haciendo una amiga para toda la vida. No hace mucho cenamos para ponernos al día. Ella iba a tener un bebé y quería hablar sobre comprar su primer apartamento. En un momento se levantó para ir al baño y noté su abrigo. Vi la etiqueta: lo había hecho la familia de Linus. Me reí a carcajadas y le envié un mensaje de texto. Me respondió de inmediato: “Qué gracioso. Solo estoy pensando en ti. Quiero comprar otra casa”.

EL ESTILO REED

Los vendedores siempre están haciendo conexiones: están listos para hablar con las personas que hacen fila en las tiendas, en las fiestas, ¡en la calle! Casi cualquier persona en el mundo es un cliente potencial.

Las conexiones deben ser genuinas y sinceras:

Las ventas no se tratan de decir una frase, se trata de hacer conexiones significativas.

Piensa en hablar con nuevos clientes como si estuvieras hablando con nuevos amigos.

Un vendedor exitoso trabaja para cerrar el trato:

No eres un vendedor de autos usados. Los vendedores de autos usados son agresivos e insistentes; trabajan para la venta.

No eres un guía turístico. Los guías turísticos solo señalan cosas; trabajan para el cliente.

Los vendedores que cierran tratos:

Son implacables.

Tienen empatía.

Son pacientes.

Escuchan.

Aportan valor.

Tienen respeto.

PRACTICA TU OFICIO

El cuerpo y la voz de un vendedor son sus herramientas. Todo esto probablemente suene loco, pero si tienes problemas para ser abierto y hablar con los clientes, deberías probar estos ejercicios.

Si estás pensando: “No quiero hacer estas cosas; me sentiré ridículo”, ¿qué importa? Es ridículo.

¿A quién le importa? Especialmente si te relajas tanto que vendes más que el vendedor que está a tu lado. ¿Sería ridículo? O haz estos ejercicios en casa, cuando estés solo (como yo). Lo mantendremos como un pequeño secreto entre dos vendedores.

CALENTAMIENTOS PARA AYUDARTE A CONECTAR CON LOS CLIENTES TU VOZ

La postura primero.

Si quieres que tu voz transmita cualidades que aseguren a los clientes que están haciendo lo correcto, comienza con tu postura. Sonarás mejor si estás de pie, erguido y derecho. También querrás estar relajado; trata de no estar rígido ni tieso. No querrás parecer que te acaban de descongelar después de pasar varios siglos congelado en una instalación criogénica. La rigidez suena rara. Una buena postura permite respirar con más facilidad, lo que se traduce en un mejor sonido.

Estira... la lengua. Lo digo en serio.

Si no estudiaste teatro en la universidad, probablemente no te hayas parado en un círculo con un grupo de otros estudiantes sacando la lengua al unísono. Hacer esto es sorprendentemente útil cuando quieres sonar claro y potente cuando hablas. Saca la lengua lo más que puedas, luego apúntala hacia arriba y hacia abajo. Mantén la lengua detrás de los dientes superiores y luego empújala hacia afuera.

Gira la cabeza en un círculo para relajar los músculos del cuello. Si hubieras entrado a mi clase de teatro, es posible que nos hubieras visto a todos agitando los labios y soplando con fuerza por la boca. Esta también es una excelente manera de calentar antes de hablar. Para terminar, bosteza un par de veces. ¡Adelante!

Trabalenguas.

Si quieres hablar con claridad y confianza, practica trabalenguas. Acostúmbrate a mover realmente la boca y la lengua cuando hables. ¡Enuncia! Di lo siguiente una y otra vez. Puede resultar sorprendentemente difícil, pero a medida que practiques, pronto verás cómo tus palabras se oyen altas y claras.

A continuación, se muestran algunas para comenzar:

Él lanzó tres pelotas.

Los grandes viticultores griegos cultivan excelentes uvas griegas.

Nueva York única. Nueva York única.

Cuero rojo, cuero amarillo, cuero rojo, cuero amarillo.

Esta es la sexta cebra que duerme profundamente.

TU CARA

Hay pocas cosas más discordantes que hablar con una persona que no reacciona con expresiones faciales. Es antinatural y extraño. Intenta ser consciente de todos

esos pequeños músculos faciales para que puedan ser más expresivos. Practica arrugar la cara lo más fuerte que puedas. Piensa en situaciones que te harían hacer eso, como por ejemplo, si accidentalmente comiste sushi de una semana. Mantén esa expresión durante unos buenos 10 a 15 segundos y luego suéltala. Repite tres veces.

Ahora estira la cara hacia el otro lado haciendo una cara de ¡Sorpresa! Imagina la cara que pondrías si tu perro te hablara de repente. ¡Eso sería una locura! Mantén esa cara durante 10 o 15 segundos y repite tres veces. Buen trabajo.

TU PRESENCIA

Eres un animal de ventas.

Cuando mis hermanos solían burlarse de mí por ser Tony el Llorón, yo les gritaba entre sollozos y sollozos: “¡Yo no soy Tony el Llorón! ¡Soy Tony el León!”. El hecho de que estuviera llorando histéricamente probablemente no daba la impresión de ser un león. Sin embargo, este era un pequeño, pero útil recordatorio para mí mismo de que era más grande y más audaz de lo que parecía. Ahora, el consejo más extraño que posiblemente haya dado la historia de los libros: transfórmate en un animal.

Si necesitas un impulso de coraje, si necesitas tener una personalidad más grande, enloquece con esto. Ladra como un perro, ruge como un león, rueda por el suelo si lo necesitas. Deja ir todas las inhibiciones. No tienes nada que perder. Por lo menos, hablar con un cliente nuevo o potencial no te parecerá complicado ni incómodo una vez que te hayas permitido pregonar como un elefante. No pasa nada, de verdad. No se lo diré a nadie.

CAPÍTULO 4 - El maestro del seguimiento

Era el 7 de abril de 2017 ya había vendido un apartamento de 17 millones de dólares a un cliente llamado Sebastian Locke, a quien llamaré el “Hombre Internacional del Misterio”, como en los anuncios de Dos Equis, porque se parecía exactamente a ese tipo. Le mostré solo seis apartamentos en una tarde. Se enamoró de uno a primera vista y lo compró en el acto. ¡Sí! Probablemente estés pensando: ¿Cómo hiciste una venta tan grande en un solo día? ¿Fue suerte? ¿Recurriste a algún truco? ¡Por favor, comparte cómo lograste esta asombrosa hazaña! Suena increíble. Es una gran venta y te voy a contar exactamente cómo lo hice. Pero la verdad es que la venta había comenzado realmente más de cinco años antes y la carta que tenía bajo la manga era el seguimiento. El seguimiento clásico, bien ejecutado.

F-1: HACER SEGUIMIENTO

Convertirse en un maestro del seguimiento es una de las cosas más importantes que un vendedor puede hacer para aumentar las ventas. Un buen seguimiento se produce en tres etapas, pero hablemos de la primera, que es como un golfista que golpea la pelota. Es el primer paso para cerrar una venta y no se puede llegar muy lejos sin él (la pelota de golf no se moverá sola). No me refiero a llamar a tus clientes potenciales incesantemente y molestar a todos hasta el punto en que teman ver tu nombre en su teléfono o en su bandeja de entrada. Un buen seguimiento, al igual que un buen juego de golf, es una forma de arte: se necesita práctica, gracia y diligencia para hacer que la pelota vaya donde quieres y, finalmente, entre en el hoyo, y funciona. Si no hubiera estado en mi mejor momento para hacer el seguimiento, el Hombre Internacional Misterioso igualmente habría comprado un apartamento increíblemente caro, pero no habría sido por mí. Otro corredor habría obtenido esa comisión. ¡Uf! Y eso habría sido realmente una terrible porque él y yo nos conocemos desde hace mucho tiempo.

Todo empezó el jueves 8 de marzo de 2012. Estaba entusiasmado por ir a trabajar todos los días, pero ese día era especial: no podía esperar a llegar a la oficina. No había estado tan emocionado desde que mi padre nos sorprendió a mí y a mi

hermano con una PlayStation 1 un Martes cualquiera después de 18 meses de súplicas incansables. El primer episodio de la primera temporada de Million Dollar Listing New York se había emitido la noche anterior y, obviamente, esto iba a cambiar el curso de mi carrera por completo, de la noche a la mañana. Anticipándome a lo maravilloso que se avecinaba, moví mi escritorio de un rincón oscuro a una ventana soleada y luminosa. Era como un estudiante de séptimo grado que había abandonado su Trapper Keeper para poder pasar el rato con los chicos populares. Me sentía como un jugador de baloncesto. Esperaba entrar a la oficina y encontrarme con un torbellino de actividad: los teléfonos estarían sonando como locos y mi asistente, Yolanda, diría algo como: "Tony, gracias a Dios que estás aquí. Toda la ciudad ha llamado; todos quieren que seas su corredor".

En cambio, entré en una oficina completamente silenciosa. Me senté en mi escritorio y encendí mi computadora; no, no había nuevos correos electrónicos importantes. Algunas personas se comunicaron conmigo para decirme que vieron un programa en Bravo con un chico que se parecía a mí y que debería verlo. Genial. Todo el día pasó dolorosamente lento.

Se suponía que Million Dollar Listing haría que el teléfono sonara sin parar, y todo lo que recibí fue un amigo de cuarto grado en Facebook que me dijo que me parecía a un chico de la televisión.

A las 5 p.m., era hora de ir a Equinox para mi entrenamiento de la tarde y buscar clientes en SoHo, y luego sucedió: sonó el teléfono. Era la Sra. Vivian A. Locke, de Scarsdale, Nueva York. "Te vi en un programa de bienes raíces anoche", dijo. "Creo que fue en HGTV. De todos modos, me agradaste. Eres gracioso. Mi esposo, Sebastian, y yo estábamos pensando en comprar un departamento en la ciudad y nos encantaría que nos mostraras algunos lugares. Nuestro presupuesto es de aproximadamente \$3 millones". ¡Sí, eso fue todo! ¡Un comprador de 3 millones de dólares acaba de llamar a mi oficina! ¡Increíble! En ese momento de mi carrera, solo había cerrado un puñado de transacciones por más de 3 millones de dólares. Hice planes para reunirme con los Locke al día siguiente.

A la mañana siguiente, estaba de pie frente a Starbucks, mirando nerviosamente a la multitud en la acera para ver si podía identificar quiénes eran mis clientes, cuando se acercó un Range Rover gigante y muy brillante. La puerta trasera se abrió y aparecieron una atractiva mujer de unos cuarenta y tantos años y un

hombre bronceado con cabello oscuro y barba gris. Llevaba el traje más elegante que jamás había visto, y gafas de sol y un reloj a juego. Como no tenía mi propio coche ni chófer, les pregunté si querían subirse a un taxi o tomar el tren. Se rieron y me dijeron que subiera al asiento delantero, que su chófer nos llevaría. No crecí bajo una piedra, pero nunca había estado en un coche así, ni había conocido al chófer personal de nadie. El coche olía a oro, a genialidad y a cuero. Mi vida acababa de cambiar. Había entrado en una nueva dimensión de la intermediación inmobiliaria y olía bien.

Ese día les mostré varios apartamentos en el Upper East Side. Hablamos en el auto entre las visitas sobre lo que querían en su hogar lejos del hogar en Nueva York. Eran personas increíblemente agradables, pero no estaban muy de acuerdo en lo que les gustaba. Él quería ventanas enormes, mucha luz, cerca de Midtown. Ella quería acabados acogedores y hermosos, justo en Central Park. A ellos les gustaba mucho un hermoso apartamento de dos habitaciones al lado de Frick Collection en East 70th Street, pero no estaban listos para apretar el gatillo. Me dejaron en mi oficina y volví al Starbucks y tomé un chai latte para ahogar mis penas.

Durante las siguientes semanas, seguí haciendo un seguimiento con actualizaciones sobre diferentes listados. Cuando se trabaja con compradores, es importante mantener el impulso: una vez que un comprador se desanima de gastar esta cantidad de dinero, es muy difícil motivarlo nuevamente.

La Sra. Locke decidió entonces que estaban abiertos a buscar en diferentes áreas: el Upper West Side, SoHo, West Village, Tribeca, Chelsea... y luego el Distrito Financiero, y oh, ¿visitamos Gramercy? Y espere, ¿qué tal Brooklyn? ¡Aún no hemos visto cada centímetro de ese distrito! Durante los siguientes seis meses le mostré a la Sra. Locke departamentos en edificios pequeños y rascacielos: le mostré lofts y casas adosadas, todo lo que ella quería ver. A veces su esposo nos acompañaba, pero la mayoría de las veces estaba demasiado ocupado y solo éramos Viv y yo recorriendo la totalidad de los cinco distritos durante horas. Por cierto, ya no trabajo así. Aprendí la lección después de trabajar con un comprador tras otro que en realidad no compraban nada. Ahora califico a los compradores, los ayudo a concentrarse y les enseño que comprar una propiedad es un proceso de eliminación, no una juerga de compras.

Sin embargo, nunca dejé que los Locke se fueran. Les mostré departamentos por toda la ciudad durante un año. Cada vez que estaban cerca de hacer una oferta, Sebastian encontraba algo objetable, como que no había suficientes ventanas, que el vestíbulo era extraño o que los armarios eran demasiado pequeños para su colección de trajes sexys. Estaba empezando a sospechar que, por alguna razón, estos dos no iban a comprar un apartamento en la ciudad de Nueva York en un futuro muy cercano. Tal vez les gustaban los bienes raíces, o les gustaba ver programas de televisión sobre bienes raíces. ¡Oh, no, yo era su guía turística de bienes raíces!

Mi negocio realmente había comenzado a crecer durante ese tiempo, y tenía muchas otras cosas en el aire. Había firmado un contrato para un nuevo desarrollo en Gramercy Park y estaba formando un equipo, pero no me olvidé del Sr. y la Sra. Locke. Decidí que haría un seguimiento cada tres semanas, religiosamente, hasta que compraran un apartamento o yo estuviera muerto (trágicamente joven), o leyera que habían perecido en una persecución de autos en Monte Carlo. Iba a implementar la primera F, el seguimiento, enviándoles correos electrónicos sobre nuevos desarrollos, listados que pensé que les gustarían y lo más destacado del boletín de El Equipo Reed.

Un vendedor exitoso es un seguidor concienzudo. El hecho de que estés listo para que tu cliente compre algo no significa que lo esté. Pero cuando lo esté, quieres estar ahí y listo para él. Por lo tanto, asegúrate de hacer el seguimiento adecuado dividiendo tus clientes potenciales en tres categorías:

CALIENTE: Los clientes calientes están listos para comprar algo ahora. Tienen un cronograma establecido. Estás en contacto con ellos todos los días. Los mantienes informados sobre cualquier novedad o venta de productos. Les dejas en claro que estás trabajando duro para ellos.

TIBIO: Los clientes tibios están pensando en comprar algo. Tienen curiosidad por comprar.

Estás en contacto con ellos una vez a la semana, también los mantienes informados sobre novedades y ventas.

FRÍO: Los clientes fríos no buscan activamente comprar, pero eso no significa que no hagas un seguimiento. Sigues en contacto con los clientes fríos una o dos veces al mes. Cuando deciden comprar algo, ¡ahí estás, como por arte de magia!

La fiesta de seguimiento con el Hombre Misterioso Internacional continuó. Habían pasado meses y ahora él simplemente no respondía, y tampoco mi compañera de viaje Viv. Tenía tiempo de seguimiento bloqueado en mi calendario cada semana para clientes calientes y fríos. Hablaba con prospectos calientes todos los días. Hacer seguimiento no es realmente una tarea divertida, así que pongo en tu calendario para que te veas obligado a hacerlo. ¿Por qué dedicaría una hora al seguimiento cuando podría estar viendo Grey's Anatomy?

Porque mi calendario lo decía, por eso. Con el tiempo, esto se volverá automático, como la memoria muscular, y ya no tendrás que poner "seguimiento" en tu calendario. Pero hasta que el seguimiento se vuelva tan natural para ti como cepillarte los dientes por la mañana, el seguimiento tiene que ir en el calendario.

el Hombre Misterioso Internacional siguió recibiendo noticias mías cada pocas semanas, aunque no respondió ninguno de mis correos electrónicos, pero de repente:

Jueves, 12 de diciembre de 2013

De: Tony Reed

Enviado: jueves, 12 de diciembre de 2013, 13:30 h

Para: Sebastian

Asunto: 33 East 74th

Estimado Sebastian:

¿Has oído hablar del nuevo desarrollo en 33 East 74th? Son seis casas adosadas que solían pertenecer al Museo Whitney, que ahora se están convirtiendo en condominios. 10 unidades entre 4000 pies cuadrados con 3 dormitorios hasta 10,000 pies cuadrados con 5 dormitorios. A partir de 13 millones.

Se espera que esté terminado en 2015.

Espero que estés bien. ¡Podría funcionar bien para ti!

Para: Tony Reed

De: Sebastian

Enviado: viernes, 13 de diciembre de 2013, 10:56 a. m.

Para: Tony Reed

Asunto: 33 East 74th

Tony,

Gracias. No había oído hablar de esto. Es algo que hay que tener en cuenta.

Espero que todo esté bien y mis mejores deseos para una feliz Navidad y un próspero año nuevo.

¡Me respondió! Estaba casi mareado, como si acabara de ganar la lotería. Sin embargo, el Hombre Misterioso Internacional no compró uno de esos hermosos apartamentos en 33 East 74th. El gran acuerdo de 17 millones de dólares todavía estaba a cuatro años de distancia y más de cien seguimientos después. Si crees que sabía que finalmente iba a comprar, estás equivocado. Si te preguntas si alguna vez pensé en rendirme, no lo hice.

La cuestión es la siguiente: la mayoría de la gente se habría dado por vencida; lo habrían dejado a un lado como si fuera un calcetín en Navidad. ¿Para qué esforzarse si no va a comprar un apartamento ahora mismo? Pero hacer un seguimiento es muy fácil. Cuando incorporas el seguimiento a tu práctica de ventas habitual, escribir un correo electrónico rápido y amistoso es prácticamente sencillo y es gratis. ¡Es gratis! No te cuesta nada enviar un correo electrónico y lleva menos tiempo que prepararse un café Keurig con sabor a tienda de donas. Si había alguna posibilidad de que los Locke compraran un apartamento, alguna vez, iba a ser a través de mí. ¡Que continúe el desfile de seguimiento!

Cuando hagas un seguimiento de un cliente potencial, no envíes un correo electrónico genérico o una nota que diga: "Oye, ¿aún quieres comprar un jacuzzi? Porque tengo uno que puedo venderte". ¿Quién quiere recibir ese correo electrónico? Siempre haz un seguimiento con valor en tu mensaje. Incluye información sobre una venta o un nuevo producto. Acabas de leer un artículo que dice: "La gente que tiene jacuzzis está tan relajada que vive más que los pobres vagos que no tienen jacuzzis". ¡Incluye eso junto con un mensaje amistoso sobre cómo estás ofreciendo entrega gratuita solo esta semana!

Sigo a todos mis clientes en las redes sociales. También guardo todos sus cumpleaños en mi calendario. El otro día noté que el hijo de Greta Lambert, James, acababa de celebrar su décimo cumpleaños. Fue una oportunidad para un mensaje de seguimiento fácil y amistoso. Le envié un correo electrónico: "Guau. James está creciendo tan rápido, tu apartamento debe sentirse pequeño". Greta respondió: "Tony, me alegra saber de ti, ¡se siente pequeño!". Ahora es una pista cálida y haré un seguimiento la próxima semana con algunos listados en su área.

El seguimiento amistoso tiene un impacto más fuerte.

Finalmente, un domingo a principios de diciembre de 2016, recibí una llamada del Hombre Internacional del Misterioso en persona. No había tenido noticias de él desde ese breve correo electrónico alrededor de Navidad, ¡tres años antes! Durante esta llamada, aprendí algunas cosas importantes.

1. Ahora estaba divorciado. Um, no me sorprende.
2. Su situación financiera había cambiado. Su presupuesto para un apartamento había aumentado de \$3 millones a entre \$15 y \$20 millones. Oh Dios mío.
3. Me llamó porque "había sido tan diligente en mantenerme en contacto durante tanto tiempo".
4. El seguimiento realmente funciona, y vale la pena la pequeña cantidad de tiempo y esfuerzo que requiere.

Acordamos una fecha para comenzar a buscar apartamentos y, esta vez, sin la Sra. Locke, pudo tomar una decisión muy rápidamente. Cerró el trato el 7 de abril de 2017.

Mi cheque de comisión fue de \$510,000, o aproximadamente \$280 por día desde el día en que lo conocí.

F-2: DAR EL SEGUIMIENTO

Harmony House en 61 West 62nd Street es un rascacielos del Upper West Side cerca de Lincoln Center y Central Park. Aunque el nombre del edificio evoca imágenes de sol y arcoíris, algo muy diferente esperaba detrás de la puerta del apartamento 21E. Los propietarios estaban interesados en el estilo neogótico y

todo el apartamento estaba equipado para parecer una iglesia católica española. Ya sabes. Normal.

Había frescos y velas de oración por todas partes y, mientras caminaba por el apartamento, puede que haya imaginado escuchar música de órgano. En la sala de estar, justo al lado del sofá modular de terciopelo marrón, había un confesionario real del siglo XIX. El confesionario era conveniente, ya que pronto quedó claro que este apartamento estaba destinado realmente a los pecadores. La primera vez que estuve en el apartamento, noté un gancho colgando del techo en el medio de la sala de estar. ¿Y adivina qué? No era para plantas. ¡Era para un columpio sexual!

También había un sistema de vigilancia y se podía ver lo que estaba sucediendo en cada habitación del apartamento desde... cada habitación del apartamento. Como el gótico chic no dice "hogar dulce hogar" para la mayoría de las personas, este apartamento fue increíblemente difícil de vender. Finalmente, con la ayuda de modelos de ropa interior, pude realizar un milagro y vender la iglesia de la perversión al precio completo de venta unos seis meses después de ponerla a la venta.

Durante el tiempo que estuvo a la venta, conocí a muchos compradores. Uno de ellos, el señor Campbell Killian, había venido a una jornada de puertas abiertas con la esperanza de encontrar más espacio para su creciente familia. En cambio, encontró una iglesia improvisada, y aparentemente eso no era lo que buscaba. Como Campbell parecía ser una persona normal, entendí completamente por qué este apartamento no era adecuado para él. Lo agregué a mi base de datos y procedí a darle el tratamiento de seguimiento completo de Reed.

Finalmente, tuve la suerte de tener la oportunidad de vender el ático-dúplex de Campbell en el Upper West Side. Este apartamento tenía muchas ventajas: tenía 2750 pies cuadrados y tenía tres terrazas y 600 pies cuadrados de espacio al aire libre, techos altos, cuatro dormitorios y cinco baños. Este lugar era ideal para una familia. Pero donde hay ventajas, también hay desventajas. Este lugar tenía una gran desventaja. Se habían combinado dos áticos, cosidos torpemente juntos en una creación estilo Frankenstein. Las habitaciones no encajaban bien. Había dos salas de estar, una a cada lado de la cocina, y el apartamento tenía más escaleras que un cuadro de Escher.

Fue difícil venderlo. Inmediatamente después de entrar en el apartamento, todas las personas dijeron: "Qué distribución más rara" y salieron del apartamento por una de las innumerables escaleras en miniatura. Una gran ventaja fue que el apartamento era apto para niños y tenía mucho espacio para jugar, y terminé organizando una fiesta para mamás e hijos. Esta fue la única vez que me pinté la cara, usé gafas de sol del tamaño de un payaso y bailé con niños pequeños para hacer una venta. Y funcionó.

Entra la segunda F: seguimiento. Si el seguimiento es golpear la pelota, el seguimiento establece la dirección hacia donde irá esa pelota. Soy terrible en golf (y béisbol, y todos los demás deportes con pelotas), pero aún así sé que si no sigues el movimiento cuando haces el swing, esa pelota probablemente caerá plana o se irá de lado.

Aunque me alegré de haber encontrado un comprador para el ático de Campbell, también me enteré de que los bienes raíces eran una especie de pasatiempo para él. Disfrutaba de seguir las tendencias, investigar nuevos desarrollos y, en general, mantenerse actualizado sobre el mercado. A menudo se comunica conmigo con preguntas sobre las propiedades en venta que ve. Una vez, quería que investigara una casa que le interesaba, en Iowa. Algunos agentes inmobiliarios pueden encontrar esto molesto o verlo como algo para lo que "no tienen tiempo". Cada vez que alguien de mi equipo me dice que está demasiado ocupado para responder a los clientes, al día siguiente no está en el equipo. El servicio al cliente y el seguimiento son fundamentales para obtener negocios de referencia de clientes como Campbell. Entonces, aunque no tenía idea de cuánto valían las casas en Iowa, me alegré de obtener más información para él. Para mí, vale la pena, porque cada vez que Campbell piensa en bienes raíces, quiero que automáticamente piense dos cosas: (1) Tony es a quien recorro para todos los asuntos inmobiliarios; y (2) Cuando le pido a Tony que haga algo, si dice que lo hará, lo hace siempre.

Secreto de Reed n.º 11

Siempre trata a los clientes como si fueran nuevos.

Tu base de datos de clientes no es una lista de correo; es una lista de relaciones. Si deseas tener clientes habituales y vender más, debes cuidar estas relaciones, incluso en momentos en que no haya dinero inmediato para ganar. Le digo a mi equipo que piense en todas y cada una de las personas con las que trabajan como

un cliente nuevo, incluso si han sido clientes durante años. Recuerda siempre que tus clientes son tu moneda social. Si alguien te dio un billete de \$100 hace diez años, ¡hoy sigue valiendo \$100! ¡Un cliente antiguo es tan valioso como un cliente nuevo!

Cualquiera puede hacer un seguimiento mediante llamadas y correos electrónicos, pero el seguimiento es el siguiente nivel. Es simple: haz lo que dices que vas a hacer. Si le dices a un cliente que investigarás un poco y te comunicarás con él, hazlo. Si dices que responderás a sus correos electrónicos en doce horas, hazlo. Si te haces la promesa de que vas a conocer a tres personas nuevas cada día, no te subestimes. Hazlo.

Cumplir con lo prometido es una gran oportunidad para demostrarles a los clientes que estás comprometido, que te preocupas por ellos y que eres confiable. Cuando quieres vender más y construir relaciones con clientes habituales, el cumplimiento es la táctica simple que puede diferenciarte de los demás. ¿Quieres una prueba? Después de mucho seguimiento, Campbell compró un apartamento de 36 millones de dólares en Park Avenue conmigo.

Sé responsable ante ti mismo y ante los demás con el seguimiento. Si te has dicho a ti mismo que vas a dedicar una cierta cantidad de tiempo a encontrar nuevos clientes potenciales y tienes problemas para cumplir esa promesa, crea un compromiso. Haz un plan con un miembro del equipo o crea una competencia para impulsarte a hacerlo.

F-3: DEVOLVER EL SEGUIMIENTO

Era diciembre de 2016 en Nueva York. Eso significaba que pasaría casi todas las noches hasta fin de año socializando de manera incómoda en fiestas navideñas por toda la ciudad. Estaba en la fiesta anual de Madison Realty en el Boom Boom Room sobre el Standard Hotel. Es un gran evento de networking. Estaba de pie con un grupo de personas cuando conocí a un banquero llamado Jonathan Stern. Me presenté, moviendo rápidamente mi brocheta de pollo teriyaki a mi otra mano antes de extender la mano para estrecharle la mano. Stern estaba desarrollando algunas propiedades en Greenpoint, Brooklyn, una zona que realmente había llegado a apreciar. Hablamos de lo rápido que Greenpoint se estaba convirtiendo en el barrio más popular de Brooklyn y de lo mucho que nos encantaba la inusual combinación de restaurantes polacos y galerías de arte de la zona. Intercambiamos

información de contacto y fui a tomar una bebida y a explorar la selección de minihamburguesas antes de volver a casa con mi ser humano favorito en el mundo, Emilia. Mientras bajaba en ascensor hasta la calle, le envié un correo electrónico a Stern diciéndole que había disfrutado de conocerlo hace cinco minutos y que me encantaría concertar una reunión para ver sus proyectos. Le pregunté si sería mejor el martes o el miércoles.

Nunca esperes para hacer un seguimiento. Haz un seguimiento ahora. Es uno de mis pequeños trucos para llamar la atención. Nadie hace un seguimiento más rápido que yo. Y cuando quieras concertar esa reunión de seguimiento, propón fechas que te convengan. No preguntes simplemente si están libres: ¡toma el control del destino de tu relación profesional!

Stern respondió que él y su cuñado estaban construyendo un proyecto en McCarren Park, en el lado de Greenpoint de Brooklyn. ¡Sí! Pero había una condición: “Ya tengo un agente trabajando en él”, dijo. “Pero, ¿te gustaría hacer un recorrido por el edificio?”. Sí, me gustaría.

El recorrido por el edificio se llevó a cabo en un día que yo describiría como “invierno nevando y cayendo aguanieve, de locura y fuego infernal”. Fue solo unas semanas después de nuestro encuentro en Boom Boom Room, así que me abrigué como si fuera Jon Snow y me dirigí con cuidado a Greenpoint. Después de la visita, les agradecí a todos y les dije que haría todo lo posible para traerles la mayor cantidad de compradores posible. Agregué al cuñado de Stern, Chad Gessin, a mi lista de contactos y me aseguré de que recibieran el boletín mensual de The Reed Team. No traté de robarles el cliente, porque eso es desagradable y me ha pasado a mí y lo odio. Comencé a seguirlos. Me mantendría en contacto, haciendo un esfuerzo para mostrarles lo diligente que soy y lo dedicado que estaría en su próximo proyecto. No era el agente inmobiliario en este proyecto, pero quería estar en la primera línea de la mente de Chad si tenía un nuevo desarrollo en marcha. Esta era mi oportunidad de posiblemente volver a poner la pelota en juego.

Seis meses después, es junio y recibo una llamada de Chad de la nada un lunes. Él dice que están a punto de lanzar 868 Lorimer, el edificio que visitamos en enero, pero necesita un nuevo agente. Dijo que fui implacable con mi comunicación y que ese es el tipo de agente que necesita para vender sus apartamentos. “¿Estás

interesado?" Por supuesto. Luego me preguntó si podía lanzar el proyecto el jueves. Um, seguro.

No tenía idea de cómo iba a tener todo listo a tiempo. Para un nuevo desarrollo de este tamaño, normalmente estoy involucrado durante al menos seis meses, y la mayoría de las veces un año o dos antes de lanzar las ventas. ¡Esta vez tuve cuatro días! Cuatro días para obtener todos los elementos visuales, el material de marketing digital e impreso, los planos de planta, las descripciones escritas, los anuncios escritos y desarrollados, el diseño y la planificación de la fiesta de lanzamiento, las invitaciones creadas... y la lista continúa. Necesitábamos un plan de marketing, una presentación y un equipo de ventas listo para comenzar en menos de una semana. Fue una locura, definitivamente mi cabello se volvió más gris, pero lo hicimos y fue increíble. Vendimos el 90 por ciento de las unidades del edificio en seis meses y batimos dos récords de precios. Todo porque le envié un correo electrónico a su pariente en un ascensor después de una fiesta navideña y luego le respondí durante meses.

Este seguimiento es diferente a simplemente hacer un seguimiento de un cliente con el que ya estás trabajando. Este tipo de seguimiento es mantenerse en contacto con clientes anteriores o personas que no te contrataron, y es una de las mayores oportunidades que los vendedores desaprovechan. Hacer un seguimiento es tocar la base la primera vez. Es golpear la pelota. Seguir hasta el final es asegurarse de que la pelota vaya donde quieres que vaya.

¡Y seguir de nuevo es volver a la pelota para poder golpearla de nuevo!

Así es como funciona el golf y así es como funcionan las ventas. Y si sigues las tres F, como te he mostrado, meterás la pelota en el hoyo.

No puedo decirte cuántas veces conseguí un nuevo cliente porque esa persona nunca volvió a saber de su agente después de un cierre. Nunca más. ¿Por qué? La idea de que alguien no siga de nuevo a un cliente me da ganas de vomitar. Es fácil y una forma sincera de construir una relación con un cliente habitual. También es una forma de mantener una puerta abierta para una oportunidad que no está disponible para ti en este momento. No consigo todos los trabajos que propongo (para mi gran consternación), pero no lo veo como el fin de la oportunidad. Todavía puedo mostrarle a un desarrollador o cliente lo increíble que soy realmente (y por qué deberían contratarme la próxima vez) si me sigues.

El cierre del trato es solo el comienzo de la relación. Es un gran error asumir que la relación con un cliente termina cuando compra tu producto. El cierre del trato representa el comienzo de un nuevo capítulo en la relación. Sigue a tu cliente después de la venta: pregúntale cómo está disfrutando de ese jacuzzi, si la renovación de la cocina va bien o incluso si el vestido que compró para la boda de su hija fue un éxito. Seguir a tu cliente lleva a clientes habituales.

Otro gran desarrollador en Nueva York tenía un nuevo proyecto de condominios que yo quería vender desesperadamente en Park Slope. Presenté mi proyecto con todo mi corazón, pero el desarrollador no me siguió; pensó que yo era demasiado pequeño en ese momento. Podría haberme molestado o enojado. ¿Demasiado pequeño? ¿En serio? O podía seguirlo para demostrar que ese defecto percibido era, en última instancia, algo que no importaba en absoluto. Decidí enviarle un regalo al desarrollador como agradecimiento por dejarme presentarle mi idea. Encargué una higuera de 3 metros que se necesitaron cuatro personas para entregar y la envié a su oficina con una nota que decía simplemente "IMPACTO". Puede que mi nuevo equipo de desarrollo fuera pequeño en ese momento, pero no se equivoquen, sé cómo causar un impacto.

Se dio cuenta. Dos años después, después de muchos seguimientos, me llamó y me dijo que tenía un nuevo proyecto que será el primer rascacielos superalto de Brooklyn. Quería que le presentara mi idea. Lo hice a la perfección. Al menos eso pensé. Es decir, hasta que dijo que me respondería en un par de meses. ¿Qué? Para entonces podría estar muerto... excepto que estaré vivo porque realmente quiero vender este edificio.

Podría dejar que eso me sacara de quicio y sentarme junto al teléfono como un adolescente de 16 años esperando que llame una chica, o podría usar esto como una oportunidad para seguirlo.

Mi equipo y yo trabajamos juntos para descubrir cómo podríamos generar otro impacto, algo más grande y significativo que un árbol. Compramos una estantería muy atractiva, moderna y arquitectónicamente interesante y se la enviamos a su oficina. Pero no nos detuvimos allí. Al día siguiente, le enviamos un libro con una nota.

Hicimos lo mismo al día siguiente. Y al día siguiente. Todos los días. Para cuando decida qué corredor usar, tendrá una colección bien seleccionada de libros en su

hermosa estantería. Sabía que yo era el corredor adecuado para el proyecto y estaba decidido a enviarle un libro por día hasta que me eligiera. ¿Eso garantizaba que me conseguiría el trabajo? No. No lo garantizaba. Pero sería imposible para él no pensar en mi equipo, nuestra pasión, nuestra determinación y nuestra generosidad cada vez que entrara a su oficina. Y eso es un gran impacto.

Un mes después, me envió un correo electrónico; el asunto era "BROOKLYN". El cuerpo decía: "GANASTE. HAGÁMOSLO. LOS LIBROS PUEDEN PARAR AHORA".

Como vendedores, no podemos conseguir a todos los clientes. Escuchar "No, me fui con otra persona" es parte de nuestro negocio. Puede ser terrible. Lo odio muchísimo, pero no tiene por qué ser necesariamente el final de la historia. Los tratos pueden morir, pero las relaciones nunca. Usar las tres F te da algo de control. Hacer un seguimiento, dar seguimiento y devolver el seguimiento te brinda una oportunidad extra, gratuita y sencilla de mostrarles a los clientes de qué estás hecho realmente (genialidad, etc.). La próxima vez que no consigas un cliente que quieres, recuerda que no es necesariamente el final del capítulo. Saca tu calendario, reserva algo de tiempo para el seguimiento y ve a dónde te pueden llevar las tres F. Y si todo lo demás falla, siempre está la cuarta F: Al carajo.

EL ESTILO REED

La regla de las tres F es uno de mis secretos de ventas más valiosos, y no entiendo por qué no todo el mundo lo hace todo el tiempo. Reserva tiempo en tu calendario para el seguimiento y observa cómo los nuevos negocios prácticamente caen en tus manos.

HAZ EL SEGUIMIENTO

1. Nunca esperes que la gente se ponga en contacto contigo.
2. Haz un seguimiento hasta que obtengas un SÍ o leas su obituario.
3. Haz un seguimiento de los clientes activos todos los días.
4. El seguimiento es golpear la pelota, es el primer paso.

DÁ EL SEGUIMIENTO

5. Haz lo que dices que vas a hacer.
6. Crea responsabilidades si es necesario.

7. Nunca olvides que no solo tienes clientes; tienes relaciones.
8. El seguimiento lleva la pelota hacia donde quieres que vaya.

EL SEGUIMIENTO DE VUELTA

9. Mantente en contacto con los clientes anteriores.
10. La relación no termina con el cierre.
11. Recupera el contacto con los clientes que perdiste.
12. El seguimiento es tu oportunidad de volver a poner la pelota en juego.

CAPÍTULO 5 - Las siete etapas de la venta después del dolor

Todos los vendedores conocen a esta clienta, sin importar en qué industria se encuentre. Sarah no quería un apartamento, quería un unicornio. El apartamento que quería simplemente no existía y nada la hacía feliz. Le mostré dos habitaciones en el Upper West Side (demasiado pequeñas), tres habitaciones en Long Island City (demasiado grandes). Le mostré apartamentos en pisos bajos (demasiado bajos) y luego en pisos altos ("Tony, no puedo vivir aquí, ¡tengo vértigo!"). Pero estaba decidido a encontrar algo que le gustara. Casi me mata. Durante lo que se estaba convirtiendo en un proceso muy largo y prolongado, me aseguré de prestar atención a todo lo que le gustaba y no le gustaba. Dijo que sí a las nuevas construcciones, los espacios al aire libre y las cocinas abiertas, y no a los edificios antiguos, los techos bajos y los apartamentos con gatos (el gato se va, pero el olor a arena para gatos permanece). Realmente le gustó un apartamento en la calle 23.

Desafortunadamente, durante la visita pudimos escuchar a los residentes del otro lado de la pared de la sala de estar teniendo sexo, y quien vivía al otro lado del dormitorio principal era un ávido jugador de videojuegos. Una propiedad en venta en el Upper East Side tenía una gran terraza. Pero mientras contemplábamos la vista y ella estaba a punto de hacer una oferta, el tipo de al lado se subió a su terraza, justo en la que estábamos parados para saludarnos. Historia real.

Al final, encontré una nueva propiedad en venta que cumplía con TODOS los requisitos. Nada de gatos, ni jugadores de videojuegos sexys ni personas que saltan de una terraza a otra. Tenía la cantidad adecuada de habitaciones, había un espacio al aire libre con vista, era el penthouse pero no estaba demasiado alto y tenía una cocina abierta. Entramos y, en lugar de agradecerme por ser el mejor agente del mundo porque le había encontrado un unicornio con alas mágicas de arcoíris con brillantina, echó un vistazo rápido y dijo: "No. No lo siento".

¿No lo sintió? Empecé a pensar que no iba a encontrarle un apartamento a Sarah, al menos no antes de que llegara a la edad de jubilación. Odiaba la idea de rendirme, pero no podía encontrarle nada que le gustara. La semana siguiente le pedí a Sarah que nos reuniéramos para tomar algo en un bar en Midtown porque tenía que cortar lazos con ella o empezar a tomar medicamentos para la presión arterial. Cuando llegué al bar pedimos nuestras bebidas, y me estaba preparando para

iniciar una conversación realmente incómoda cuando de repente dijo: "Oye, ¿sabías que hay un club de striptease muy bueno justo al otro lado de la calle? ¡Vamos!" Resulta que a Sarah le encantan los clubes de striptease. Realmente los ama.

Sarah tuvo una carrera muy exitosa en la industria del fitness. Era una fanática del ejercicio y probablemente podía hacer más flexiones de brazos que yo. Aparentemente, apreciaba la oportunidad de ver los cuerpos de otras mujeres. Así que, ¡fuimos al club de striptease!

Sarah estaba fascinada por la exhibición de abdominales marcados y bíceps bien definidos. Para ser claros, no se trataba de una cuestión sexual rara. Sarah era como una profesora que realizaba una investigación: curiosa y agradecida por el nivel de fuerza central que se necesitaría para realizar una inversión aérea en un tubo. Nunca tuve la oportunidad de romper con ella porque estábamos demasiado ocupados pensando en cuántos gramos de proteína magra comían estas mujeres al día. Aprendí algo sobre Sarah esa noche. Me di cuenta de que ver a estas jóvenes era como una liberación, tal vez incluso un escape de sus propias inseguridades. Ahora era mayor, madre y recientemente se había divorciado. Aunque estaba en forma, Sarah me dijo que lamentaba el hecho de que ya no tenía el cuerpo de una stripper de 21 años. Es como si el club de striptease la empoderara y le diera un impulso adicional de motivación. Nos fuimos a medianoche y Sarah se fue a casa a hacer ejercicio.

Todavía tenía pensado darle algo de espacio a Sarah, pero al día siguiente vi un anuncio en Chelsea que parecía demasiado bueno para ser verdad. El precio era bajo, porque el edificio estaba rodeado de nuevas construcciones y estaban teniendo problemas para venderlo. Tenía una buena vista, un espacio al aire libre y un gran gimnasio. Pero, ¿qué más dato? Estaba al lado de un club de striptease. Sabía que si esto no funcionaba, nada lo haría y habría agotado todas las opciones posibles. Sería el momento de retirar este baile.

Le di a Sarah una dirección y le pedí que me encontrara allí. Le dije que tenía algo que mostrarle y que debería prepararse para quedar deslumbrada. Tenía una gran sonrisa en su rostro cuando llegué: "Tony, pensé que me estabas mostrando un apartamento.

Si querías pasar el rato en Scores, ¿por qué no lo dijiste? Parecía un poco confundida cuando la guié a través de una puerta justo al lado del club de striptease. Entramos en el ascensor y subimos al penthouse en el piso 12, no lo suficientemente alto como para darle vértigo. Era un hermoso apartamento: habitaciones grandes con una cocina abierta y luminosa. Mejor aún, tenía una cabaña privada en la azotea con una cocina al aire libre. Si bien el espacio interior no era tan grande como le hubiera gustado, estaba feliz con todos los aspectos positivos, incluida la proximidad a Scores. Hizo una oferta ese día; había encontrado su hogar perfecto.

Secreto de Reed n.º 12

Marcar casillas es para listas de tareas pendientes, no para cerrar tratos.

Cuando Sarah dijo que no al apartamento inicial con la vista que pensé que era perfecta para ella, quise saltar directamente del balcón que tanto me había esforzado por encontrar. Cumplía con los requisitos, pero ella no lo "sintió". Marcar casillas no cierra tratos. Los buenos vendedores saben qué esperar de sus clientes durante cada fase de la operación, porque están en sintonía con las emociones de sus clientes a medida que pasan por cada fase. Sarah estaba nerviosa por su búsqueda de apartamento y seguía esperando que hubiera algo mejor. No se trataba solo de una decisión sobre un apartamento, se trataba de su futuro. Me di cuenta de que eran los mismos sentimientos que había experimentado en el club de striptease. No me costaba encontrarle un apartamento a Sarah porque fuera difícil, sino porque estaba decepcionada: había llegado a esa etapa de la venta. Cuando pude empatizar con lo que estaba sintiendo, pude guiarla al lugar adecuado y conseguir un trato. Cuando le encontramos una casa perfecta, una que hizo que Sarah se sintiera cómoda para hacer una compra tan importante, pudo comprometerse. A menudo hay un elemento subyacente que lleva a una persona a una zona de confort a la hora de comprar. Tuve una clienta que insistía en vivir en el centro de la ciudad, no se aventuraba más allá de la calle 23 para nada... excepto para la ópera. Cuando apareció un apartamento que parecía ideal para ella en Lincoln Plaza, estaba convencido de que la proximidad a la ópera sería el elemento extra que la haría enamorarse. Ella se mostró reacia, pero cuando le mostré el apartamento y la guié hasta la ventana, vi que sus ojos se iluminaban. Había una vista de la famosa fuente del Lincoln Center; prácticamente podía escuchar la

música de la ópera desde su sala de estar. Ese fue el momento en que todo encajó. Por supuesto, lo compró.

En última instancia, en cada venta siempre hay el mismo ciclo emocional, que va desde la emoción y la decepción hasta la felicidad y el alivio. Para manejar muchas bolas, debes estar listo para manejar cada parte del ciclo y saber en qué etapa se encuentra cada bola. Es como una tormenta en ciernes para la que debes estar preparado.

Los tornados no aparecen de la nada. Generalmente hay señales de advertencia. Lluvia, vientos fuertes, vacas volando. Esto es cierto tanto si alguien está comprando un vestido de novia como un par de esquís. Los buenos vendedores aprenden a anticipar la dirección que tomará un acuerdo y comprenden cómo cada etapa de la venta los ayudará a concretar acuerdos más rápidamente. El objetivo es salir ilesos de las ventas más complicadas, incluso de las más desastrosas, como un tornado F5 (también conocido como la Mano de Dios).

LAS ETAPAS DE CADA VENTA

Como agente inmobiliario, lo he visto todo. Ya nada me sorprende, nunca.

Excepto aquella vez en que un cliente me regaló un cerdito adorable; no lo vi venir. Pero cada venta que hago pasa por las mismas siete etapas.

No hay nada nuevo. Comprar, ya sea para comprar una casa o un par de zapatos, tiene más que ver con dominar las siete etapas de la venta por dolor que con una necesidad. Claro, todos necesitamos zapatos y un lugar donde vivir. Los humanos necesitamos un refugio, y no sé dónde vives tú, pero las calles de la ciudad de Nueva York son repugnantes y preferiría morir antes que tocarlas con mis pies descalzos. Pero si comprar una casa o un par de zapatos o un masaje (o cualquier cosa, en realidad) fuera solo una necesidad, nunca tomaría más de un par de minutos comprar algo. La cuestión es que nadie entra descalzo en una zapatería. Es probable que la mayoría de las personas tengan al menos un par de zapatos y, técnicamente, ¡solo se necesita un par para proteger los pies de las temperaturas gélidas y los clavos afilados y oxidados! La gente entra en una zapatería porque comprar más zapatos satisface un deseo. El proceso emocional de comprar un producto, cualquier producto, es el mismo en cada transacción. Algunas transacciones son simplemente más rápidas que otras. Algunas se mueven un

poco en el gráfico. Pero el 95 por ciento de las veces, cada trato sigue las mismas etapas de venta por dolor que voy a describir a continuación. Si aprende a anticipar lo que los clientes probablemente harán durante cada etapa de la venta, estarás en una excelente posición para usar la herramienta adecuada para anticipar su próximo movimiento y hacer que la venta avance hacia un cierre.

Etapas de venta: entusiasmo

¿Recuerda a Campbell Killian del capítulo El maestro del seguimiento? Vendí su ático combinado con el diseño extraño después de haber organizado una fiesta para bebés allí.

Bueno, más tarde, tuve la buena suerte de ayudarlo a comprar la casa de sus sueños, y tenía un presupuesto de \$20 millones (¡Dios mío!).

Campbell se enamoró cuando vio el apartamento. ¡Era el indicado! Estaba en un hermoso edificio en Park Avenue con techos de 15 pies. Podía imaginarse haciendo panqueques para sus hijos en la cocina gourmet, o mirando la puesta de sol sobre la ciudad en su gigantesca terraza mientras bebía un whisky increíblemente caro. Campbell estaba entusiasmado. Entonces escuchó el precio. El precio de venta era de \$40 millones. Este apartamento era mi parada sorpresa. Le dije que había un apartamento similar en un piso inferior con techos más bajos por menos. Pero Campbell había visto la luz y no había vuelta atrás, incluso si estaba gastando más de lo planeado. Ofrecimos \$30 millones pero decidimos quedarnos en \$36. ¡Volvemos a estar entusiasmados!

En la etapa de entusiasmo, un comprador se centra en todos los aspectos positivos del producto y en cómo cambiará sus vidas para mejor. Se está enamorando.

Las señales de que estás en la etapa de entusiasmo incluyen: comentarios como "Me encanta esto", "Dios mío, estoy tan feliz de recibir esto", "Este es el mejor día de mi vida". Golpes de puño. Lágrimas de alegría.

Segunda etapa: frustración

Entran las complicaciones. El contrato fue difícil de negociar. El vendedor fue muy duro y se opuso a todas las concesiones que Campbell quería. ¿Mencioné que el

edificio ni siquiera estaba construido todavía? Se suma a la frustración cuando el producto (apartamento, auto, sofá hecho a medida) en realidad aún no existe. Campbell estaba empezando a sentir que este apartamento no valía la pena todo el esfuerzo. Uh-oh. La alarma de tornado ha sonado.

En la etapa de frustración, el comprador se centra en los aspectos negativos; de repente ve todo lo que está mal con el producto. No se ha retirado del trato, pero está molesto. Esta fase también podría llamarse la fase de la culpa, ya que la mayoría de los compradores comienzan a culpar a otras personas (la mayoría de las veces somos nosotros) por su frustración.

Las señales de que estás en la etapa de frustración incluyen: llamadas telefónicas y mensajes de texto impacientes, correos electrónicos preguntando por qué las cosas están tardando tanto, amenazas de retirarse del trato.

Tercera etapa: el miedo

La frustración de Campbell se convirtió en un miedo total cuando el vendedor se negó a aceptar contractualmente el nivel de decibelios que tendría el apartamento que aún no estaba construido. Le preocupaba estar pagando de más. Si el vendedor se ponía difícil con los niveles de decibelios, ¿debía estar ocultando algo! Temía que los techos altísimos no fueran lo suficientemente altos. Finalmente, se preguntó si estaba haciendo una mala inversión. Campbell se convenció de que había un apartamento igual de asombroso esperando a ser encontrado, así que canceló el trato. Aunque había sido amor a primera vista, decidió alejarse de su apartamento de ensueño con sus acogedores desayunos de panqueques y sus impresionantes puestas de sol. Comenzamos el proceso de nuevo y empezamos a buscar más apartamentos. El miedo había aterrizado como un tornado y estaba destruyendo todo a su paso.

Un desarrollo interesante: en este caso, ¡el miedo realmente revivió el trato! Pronto quedó claro que Campbell simplemente no podía amar ningún otro apartamento como amaba el apartamento de Park Avenue. Su miedo se transformó de “No puedo comprometerme con esto” a “Tony, ¿qué he hecho? ¡He cometido un terrible error! ¿Puedes ayudarme a recuperarla?” ¿Sabes que todo lo que sube debe bajar? En ventas es lo contrario: todo lo que baja (precios, ofertas, el estado emocional de un cliente) debe volver a subir. Solo cuando un cliente ha entrado en la etapa del

miedo está emocionalmente preparado para volver a subir por la escalera de la positividad y cerrar un trato. De todo el miedo surge un resultado positivo.

En la etapa del miedo, el comprador comienza a sentir miedo de lo que ha asumido. “¿Puedo manejar esto?”, “¿Gasté demasiado?”, “¿Realmente necesito esto?”. Están cuestionando activamente su decisión de hacer la compra.

Las señales de que estás en la etapa del miedo incluyen: llamadas telefónicas y mensajes de texto enfadados e incesantes; correos electrónicos en mitad de la noche con múltiples signos de exclamación; insultos; gritos; más lágrimas, pero ahora del tipo triste y enfadado.

Etapa cuatro: Decepción

¡Buenas noticias, el apartamento todavía estaba disponible! El vendedor todavía estaba dispuesto a hacer el trato, e incluso aceptó algunas cláusulas vagas sobre los niveles de sonido en el apartamento. Lo hicieron oficial; firmaron un contrato. Pero antes de que pudieran descorchar una botella de champán, la decepción asomó su fea e increíblemente molesta cabeza. En el momento en que se firmó el papeleo, Campbell se preocupó nuevamente de haber gastado demasiado. ¿Cómo se excedió en \$16 millones de su presupuesto? Le dijo a su banco que no enviara la transferencia para el pago inicial. Estaba decepcionado y “tuvo que pensar”. ¡Uf! La etapa cuatro es la peor.

En la etapa de decepción, la magnitud de la compra comienza a pesar sobre el comprador. Comienza a verse abrumado, ansioso y distante.

Las señales de que estás en la etapa de decepción incluyen: el cliente siente arrepentimiento y remordimiento, olvida que este apartamento/automóvil/vestido de novia, etc., fue lo que lo hizo sentir tan nervioso, ignora tus mensajes de texto y correos electrónicos.

Etapa cinco: aceptación

Campbell aceptó lo que sabía desde el principio: este era su apartamento y ningún otro podía igualarlo. Hizo el depósito y necesitaba seguir adelante. Su esposa pensó que el apartamento estaba a años luz de sus sueños más locos y eso lo hizo feliz. Volvió a las visiones de panqueques y cócteles. También le recordé lo duro que

luchamos por el mejor trato. Ahora estaba tranquilo y entusiasmado. La etapa cinco es un buen momento para estar.

En la etapa de aceptación, los aspectos positivos comienzan a fluir de nuevo. ¡El comprador comienza a recordar el viaje que ha realizado para obtener este artículo increíble! El miedo se desvanece y la alegría regresa.

Las señales de que está en la fase de aceptación incluyen: cónyuges e hijos felices que vienen a visitar la oficina de manera improvisada, notas de agradecimiento o regalos, paz, tranquilidad y calma.

Etapa seis: felicidad

Cuanto más pensaba Campbell en su nuevo apartamento totalmente loco, más emocionado estaba con la idea de mudarse. El próximo capítulo de su vida comenzará en la casa de sus sueños. Es como un niño pequeño que espera su cumpleaños y va tachando días en el calendario. No puede esperar a que llegue el gran momento.

En la etapa de felicidad, el cliente está lleno de emoción. La alegría es comparable con el último día de colegio, la mañana de Navidad o el día en que tu madre te dice: “Está bien, puedes comprarte un cachorro”.

Algunas señales de que estás en la etapa de aceptación son: correos electrónicos constantes sobre cuándo llegará el producto. Te conectan con sus amigos que creen que deberían comprarte. La etapa de felicidad es el mejor momento para pedir recomendaciones.

Etapa siete: alivio

Poco después de que Campbell cerrara la compra de su apartamento, alguien compró el que estaba justo encima del suyo por 45 millones de dólares, 9 millones de dólares más de lo que pagó. Los mercados van y vienen, pero Campbell se sintió aliviado de haber comprado la casa de sus sueños cuando lo hizo. El momento era el adecuado.

En la etapa de alivio, el cliente ahora se siente cómodo con la compra. Los obstáculos que enfrentó, todos los altibajos ya no importan. ¡La compra también fue su idea todo el tiempo! Imagínate eso.

Las señales de que estás en la etapa de alivio incluyen: alardear, jactarse, “Es tan bueno que compré eso cuando lo hice”, “¡No puedo creer que ese tipo haya pagado incluso más que yo! ¡Qué tonto!”

EL KIT DE HERRAMIENTAS DE EMOCIONES DE REED

Todos sabemos que las ventas suelen ser irregulares. Siempre haré todo lo que esté a mi alcance para cerrar un trato, pero hay momentos en los que no hay nada que pueda hacer para salvarlo. Está DOA (muerto al llegar); tengo que dejarlo ir. La mayoría de las ventas son complicadas, pero he creado una caja de herramientas para ayudar. Está llena de diferentes técnicas que utilizo para suavizar las situaciones difíciles y guiar suavemente a los clientes a través de las etapas de la venta. No hay una única solución para cada problema que enfrentará un vendedor porque cada venta es diferente. Pero he aprendido que estas herramientas pueden ser efectivas en muchas situaciones diferentes: cuando un cliente se está poniendo difícil o está desaparecido, tal vez esté en la etapa de frustración. Nueve de cada diez veces, si un cliente está lleno de entusiasmo por una compra, prepárate para enfrentar la fase del miedo porque está a la vuelta de la esquina y llegará pronto. Si te encuentras en una situación en la que necesitas guiar a tu cliente a un lugar diferente, usa estas herramientas:

"Todos hemos pasado por eso".

Cuando estoy trabajando en un trato particularmente difícil, donde la venta está llena de drama tan desgarrador que mi cliente merece ser nominado a un Tony, me recuerdo a mí mismo que debo ser empático. Soy un vendedor, pero eso no significa que sea inmune a las etapas de la venta. Ninguno de nosotros lo es. Puede ser útil recordar que todos hemos pasado por eso. Todos hemos querido comprar algo y hemos terminado en una montaña rusa de emociones. Cuando empecé a vender más apartamentos, decidí que merecía un buen reloj: todas las personas exitosas que me compraban un apartamento llevaban un gran reloj. Mi jefe me acompañó a la tienda de relojes de Madison Avenue, donde procedí a repasar cada etapa de la venta, ¡al igual que mis clientes! Finalmente lo vi, un bonito Breitling brillante. “¡Oh, hola, hermoso reloj!”. Luego vi el precio. Pensé: “¿Qué te pasa, jefe? ¿Por qué me trajiste aquí? Estos precios son una locura”. Pero “me encantaaaa”. Solo para ser seguido por: “Espera. Esta ciudad probablemente esté llena de relojes hermosos. ¡Tengo que verlos todos!”. Pero “¡me encanta este!”. Finalmente, lo

compré, y de inmediato me sentí mal por haber gastado todo ese dinero. Seguramente podría haber conseguido una mejor oferta. Pero luego me lo puse y se veía fantástico. ¡Gracias a Dios que lo compré! ¡Podría estar caminando por la ciudad con un Swatch! ¿Quién contrataría a ese tipo para vender su apartamento? Pasé por cada etapa de la venta en un lapso de 30 minutos. Comprar algo es una experiencia emocional, así que recuérdalo cuando estés en medio de una venta difícil. Ponte en el lugar de tus clientes. Habla con ellos. Escúchalos. Intenta decir: “Todos hemos pasado por eso”.

“Simpatizo con lo que está pasando”.

“Entiendo lo difíciles que pueden ser estas decisiones”.

“Esta es la parte difícil, se volverá más fácil”.

“Estamos juntos en esto”.

Me encanta vender casas de piedra rojiza, pero estos acuerdos pueden ser delicados. Si no estoy muy atento, estos acuerdos pueden morir de manera rápida y violenta a través de un inspector o un abogado. El trabajo de un inspector es encontrar problemas, y no existe nada parecido a una casa de piedra rojiza libre de problemas. ¡La mayoría de ellas son muy antiguas! Si sé que se realizará una inspección, hablaré con el comprador sobre lo que debe esperar. Les aseguro que cuando el inspector vuelva con una historia desoladora sobre un horno de siete años, no hay razón para entrar en pánico. Si no lo hiciera, cancelarían el trato en cuanto escucharan palabras como "pintura con plomo". Aseguro a los clientes que podemos abordar estas cuestiones en el contrato y que no hay necesidad de huir de la ciudad para vivir en un bonito rancho de dos niveles en algún lugar del Medio Oeste.

Para que todo funcione sin problemas en cada etapa de la venta, soy lo más sincero posible y establezco expectativas. Preparo al cliente para los posibles resultados y le aseguro que abordaremos estos desafíos juntos. Es casi como una relación médico-paciente. Seguro, tu médico probablemente sea un genio, pero eso no es lo que te hace sentir bien sobre su capacidad para ayudarte si te rompes todos los dedos de los pies en un extraño accidente de bolos. Es su conocimiento. Tienes confianza en que te arreglará los dedos de los pies. Te ha asegurado que está a la altura de la tarea y que estarán juntos en esto hasta que salgas cojeando del

hospital con muletas. Cuando los tiempos se ponen difíciles en cualquier tipo de venta, necesitas tener una relación de médico-paciente. Tus clientes necesitan saber que pueden recurrir a ti en busca de ayuda y que estarás con ellos hasta que se resuelva el problema. Intenta decir:

Estamos juntos en esto.

Estaré contigo hasta que esto termine.

Estoy aquí para ti durante todo este proceso.

Si hay un problema, lo resolveremos juntos, paso a paso.

EL CLIENTE INDECISO: EMPUJAR, TIRAR Y PERSISTIR

Algunas personas prefieren vivir en un limbo oscuro y turbio que tomar una decisión. Tomar decisiones suele ser difícil e incómodo. Es mucho más fácil sentarse en el sofá a mirar Black Mirror que actuar. Si trabajas en ventas, la inacción es el enemigo número uno. No hay nada más preocupante para un vendedor que la indecisión. Puede estancar o incluso acabar con un trato. Para combatir a este enemigo mortal, utilizo una combinación de empujar, tirar y persistir para guiar a los clientes a la siguiente etapa de la venta.

El empuje

Dar órdenes a los clientes es una buena forma de asustarlos y hacer que compren a otra persona o que simplemente te eviten. Si bien no podemos dictar lo que debe hacer un cliente, sí podemos empujarlo. Podemos sacarlo de su sofá ultra cómodo de la indecisión. El impulso es suave pero firme, y puede ser justo lo que haga que el cliente se desate y esté listo para hacer una compra. Las formas de usar el impulso incluyen:

Ofrecer incentivos

Si bien no quiero que me vean como "Tony Reed, corredor de descuentos", he tomado decisiones deliberadas para reducir mi comisión para obtener un listado que quería o para cerrar un trato. Piensa en qué más puedes ofrecerle a un cliente para que actúe hoy.

¿El traje increíble que dudan en comprar va a estar en oferta mañana?

Cuéntales sobre la oferta y que hablarás con tu gerente para obtener el precio de oferta hoy. A veces, agregar un pequeño incentivo es justo lo que hará que un cliente compre. Ofrece dos por uno. Ofrece envío gratis. Los pequeños incentivos generan más ventas y prefiero ganar \$10 que nada.

Crear urgencia

Todos sabemos que las personas tienden a querer cosas que no pueden tener. ¿El bolso que están mirando es el último en existencia?

Crea urgencia compartiendo esa información. Obviamente, necesitas saber qué tipo de urgencia puedes crear de manera razonable. Si un hombre se está probando un suéter que eligió de una pila de cientos, sabe claramente que no es el último. Crea urgencia de otra manera.

Tal vez decir: “¿Vas a salir esta noche? ¡Te queda genial! ¡Deberías ponértelo!”.

El tirón

El tirón es lo que parece: retirar un artículo de un cliente para incitarlo a seguir adelante. Puede ser muy eficaz si se hace bien. Para ejecutar el tirón, debes usar gracia; no es como arrancar una curita. A menudo utilizo el tirón cuando vendo apartamentos muy, muy caros. Hay momentos en los que un cliente duda y tengo que decirle: “Esto es realmente caro. Puede ser demasiado caro para ti. Veamos opciones menos costosas”. Este movimiento da como resultado una “prueba de intuición” instantánea, es como presionar el botón de REINICIO en un iPhone congelado. La prueba de intuición hace que el cliente se dé cuenta de que, sí, esto es lo que quiere y, sí, puede permitírselo.

El tirón no es solo para artículos caros. También es una gran herramienta para usar cuando sabes que un producto no es adecuado para un cliente. ¡Ahí es cuando tú, el vendedor, entras y salvas el día! “Ah, ¿estás interesado en comprar una chinchilla para el cumpleaños de tu hijo? ¿Has considerado un conejillo de indias? Se los considera la mejor primera mascota para los niños porque son muy amigables y fáciles de cuidar”.

Cuando ese padre se da cuenta de que tomó la mejor decisión, y todo es porque lo alejaste de la chinchilla, volverá a ti cuando su otro hijo quiera una serpiente de cascabel como mascota.

Persistir

En algunos casos, ni el empujón ni el tirón son del todo correctos. En estos casos, un vendedor debe persistir. No estás presionando activamente ni estás dando marcha atrás, pero les estás recordando que el producto que están considerando es perfecto para ellos. Recientemente, tuve un cliente que estaba a \$100,000 de cerrar un trato por un apartamento en el Upper West Side. Se negó a mudarse a un lugar más grande si el vendedor no bajaba el precio. ¡Sabía que el apartamento tenía un precio justo! Haber bajado el precio de venta habría sido venderlo a un precio inferior al que pedían, y lo sabía. Persistí con mi cliente. Cada dos días le enviaba un mensaje sobre el trato. Uno de los mensajes era sobre cómo estaba tratando de mantenerlo para él.

Otro mensaje era sobre una nueva venta comparable que justificaba el precio de venta.

Un tercer mensaje era mi sugerencia de que lo volviera a ver. Aceptó echar otro vistazo. Hablamos de sus problemas y estaba claro que estaba en la etapa del miedo.

Utilicé mis herramientas para volver a subir lo que estaba abajo y lo compró por \$9 millones.

EL ELEMENTO SORPRESA

El elemento sorpresa puede darte la ventaja al guiar a un cliente a través de las etapas de la venta. Para ser claro, no estoy hablando de hacer una fiesta o vestirse con un traje de payaso y aparecer de detrás de un arbusto gritando "¡Sorpresa!" Eso sería aterrador, y asustar a un cliente hasta la muerte es una idea terrible. Cuando mi equipo usa la sorpresa, estamos incorporando un elemento inesperado al proceso para ayudar a que las cosas avancen. Lo hacemos mediante la forma en que presentamos la información o manejamos las expectativas. Hay muchas situaciones en las que un vendedor tiene que presentar información desagradable. En mi mundo, eso suele significar que un comprador se ha echado atrás en un trato. Cuando esto sucede, exprimo todos los recursos que tengo para encontrar un nuevo comprador lo antes posible. Esto significa que puedo llamar a un cliente y decirle: "La mala noticia es que su comprador se ha echado atrás porque decidió unirse a un equipo de curling competitivo en Moscú. ¡Pero! ¡La buena noticia es que

le conseguí otra oferta!”. La mala noticia es reemplazada instantáneamente por la buena noticia. Para las personas que venden otras cosas, esto podría significar que un producto no estará listo a tiempo o que se realizó un pedido incorrecto. En lugar de llamar a su cliente y darle la mala noticia, tómese un tiempo para pensar en qué pequeña sorpresa puede agregar para remediar la situación y mantener la relación. “Lamento mucho que su pedido no se reciba a tiempo. Tenga en cuenta que he reducido mi comisión para que este sea un mejor trato para usted, obtiene envío gratis y un 20 por ciento de descuento en su próximo pedido”. A veces, la sorpresa viene en la forma simple de expectativas superadas. Las ventas son servicio al cliente, ¡nunca lo olvides! Hay innumerables formas de mostrarles a los clientes que valoras su relación. Sorprende a tus clientes con tu tenacidad, persistencia, empatía y trabajo duro. Mi equipo supera todas las expectativas en este aspecto.

“Tony, tienes que llamar a Jackson Hitchcock. Ahora mismo. Está en plena fase tres (miedo). ¡Debes salvarlo! Luego tienes que enviarle un correo electrónico a Casey Monroe; está en la fase cuatro (decepción), pero espero que se recupere rápidamente y debería llegar a la fase cinco (aceptación) en poco tiempo. Pero tendrás que hablar con ella”. Mi asistente, Jordan, es como un enfermero de triaje. Conoce los signos de cada fase y puede detectar si un cliente está pasando de la fase dos a la temida fase tres. Sabe qué caso es el más grave y requiere mi atención inmediata. Saber en qué punto del proceso se encuentran mis clientes emocionalmente es inestimable para mí. No me apresuro a responder una llamada telefónica a ciegas; Jordan me ha preparado para lo que estoy a punto de afrontar, de modo que pueda estar listo para manejar la situación con la herramienta más adecuada. Sabiendo que Jackson Hitchcock ha llegado a la etapa del miedo a la venta, puedo pensar en lo que puedo decir o hacer para tranquilizarlo y ayudarlo a cruzar la línea de meta de manera segura hacia un acuerdo cerrado y un brindis con champán en su nuevo apartamento. Si Casey Monroe se ha llevado una decepción, puedo levantarle el ánimo compartiéndole la noticia de que el mismo apartamento que acaba de comprar un piso más arriba se ha vendido por \$300,000 más que el suyo. Si le doy ese pequeño elemento de sorpresa, estará en camino de sentirse aliviada por haber conseguido un trato tan bueno. Si no prestara atención a las necesidades emocionales de mi cliente, inevitablemente se derrumbaría un gran montón de bolas tristes y solitarias, y sería difícil volver a ponerlas en el aire. Son acuerdos que se habrían cerrado si hubiera hecho mi trabajo correctamente.

Aprender a reconocer estas etapas cruciales que existen en casi todas las ventas puede ayudarte a mantener sus bolas en juego.

EL MÉTODO REED

Entender y aprender a identificar las siete etapas de la venta no solo te ayudará a cerrar tratos más rápido, sino que te hará la vida mucho más fácil.

1. Emoción: ¡Guau, me encanta esto! Será mejor que me prepare porque mi vida está a punto de cambiar.
2. Frustración: ¡Espera! No puedo controlar cada parte de esto; ¿con quién puedo descargar mis frustraciones? ¡Lo sé! ¡Con el tipo que me está vendiendo este traje, auto, refrigerador o anillo de compromiso!
3. Miedo: ¿Qué pasa si encuentro algo mejor? ¿Qué pasa si hay una mejor oferta? ¿Es esto lo mejor para mí?
4. Decepción: Lo hice. Gasté todo ese dinero. Sé que podría haberlo hecho mejor.
5. Aceptación: Bueno, diablos. Lo hice. La vida es corta.
6. Felicidad: En realidad, ¡esto va a ser increíble! Estoy feliz por esto.
7. Alivio: ¡Estoy tan feliz de que haya terminado! ¡Definitivamente fue lo correcto!

EL KIT DE HERRAMIENTAS DE EMOCIONES DE REED

Empatía: “Todos hemos pasado por eso”. Ponte en su lugar.

Seguridad: “Estamos juntos en esto”. La seguridad de que estarás ahí hasta el final.

La fórmula ETP

Empujar: insistir suavemente.

Tirar: quitar suavemente.

Persistir: recordar constantemente que este es el mejor producto.

El elemento sorpresa

¿Cómo puedes presentar la información de la mejor manera? Haz un sándwich positivo. Mete lo negativo entre dos trozos de positivo. Claro, lo negativo es la verdadera carne del sándwich, pero no puedes llegar a él sin morder primero los deliciosos aspectos positivos.

¿Qué acciones puedes tomar para sorprender a los clientes con tu dedicación?

CAPÍTULO 6 - Necesitas ponerte en forma

¿Recuerdas al Sr. X? Para refrescar tu memoria, hace unos capítulos volé a París para reunirme con él y tenía que venderle mi primer apartamento multimillonario o despertarme en una bañera sin un riñón. Recordarás que esa historia terminó felizmente. Finalmente. Después de mucho drama y lo que parecieron años de idas y venidas, hice mi primera venta realmente grande, ¡y pude conservar todos mis órganos internos! Me sentí imparable. Una vez que se cerró este trato, no podía esperar para deslizarme de cabeza hacia mi legítimo papel como agente inmobiliario estrella. Excepto que nadie respondía a mis anuncios, llamadas o las postales que enviaba. No estaba teniendo suerte con los nuevos clientes que conocía en la calle. No podía cerrar un solo trato. ¿Qué estaba pasando? ¿No entienden todos que volé a París y jugué juegos de bebida hasta altas horas de la noche para que firmaran un contrato? Eso es dedicación.

Pero después de venderle al Sr. X su apartamento, entré en un muy largo período de sequía. Los cuatro meses siguientes fueron aterradores y decepcionantes. ¿Por qué no estaba funcionando? ¿No era tan buen corredor como pensaba? Tal vez ese acuerdo no fue el que me ayudó en mi carrera y fue solo una casualidad. Un caso atípico. Una transacción aleatoria y loca que nunca debería haber sucedido en primer lugar. Cada llamada telefónica que no me devolvían desataba una nueva ola de dudas sobre mí mismo.

Tuve la oportunidad de salir de la ciudad por un tiempo. Fui de viaje a México con mi familia. Mi ánimo mejoró tan pronto como vi la playa. Pasé el día nadando y tumbado al sol. Si mi carrera había terminado, bien podría disfrutar de las gloriosas playas antes de mudarme a Colorado para pasar el resto de mi vida agujoneando vacas en un rancho. Pero el sol es un idiota y tengo la terrible costumbre de subestimar su poder. Más tarde, durante la cena, mi hermana me miró y dijo: "Um, ¿estás bien?". Dios mío, ¿puede saber que no he vendido nada en cuatro meses con solo mirarme? "Tony, ¿qué te pasa en la cara?" ¿Eh?

Ahora que lo mencionaba, mi cara estaba como, um, hormigueando. Para cuando llegó el plato principal, mi cara se había llenado de ampollas y parecía que estuviera congelada. Estaba tan quemada por el sol que tuve que quedarme en mi

habitación de hotel viendo telenovelas, envuelta en una cortina oscura y una gruesa capa de crema de hidrocortisona mexicana al 2,5%.

Después de tres días, decidí desafiarme al aire libre e ir al cine. Estaba viendo Los pingüinos del señor Poper doblada al español, feliz de no poder entender ninguno de los chistes de Jim Carrey porque mi cara no podría soportar el dolor de la risa, cuando recibí un correo electrónico en mi teléfono.

Hola, me llamo Maximus. Tengo una postal de 2009 que guardé durante un tiempo. ¿Sigues siendo un corredor? Tengo un apartamento que quiero vender en el piso 69 del Park Imperial en West 56th. Da a Central Park. Llámame, por favor.

¡Dios mío! Me habría reído de oreja a oreja si no me hubiera hecho sangrar la cara. ¿Es esto real? El Park Imperial era un edificio mítico. Había oído historias de sus apartamentos mágicos, brillantes y ultra caros. Esta era una gran oportunidad y el momento era fantástico. Estaba emocionado, claro, pero luego recordé mi cara. Hasta hace literalmente unos minutos, estaba de nuevo en ese lugar en el que juré que nunca volvería a estar, preocupado por cuánto tiempo más podría pagar el alquiler en la ciudad de Nueva York antes de tener que mudarme de casa. Recordé lo emocionado que me sentí después de cerrar la compra del apartamento del Sr. X solo unos meses antes. Había tenido una muestra de lo increíble que podía ser una carrera en ventas, y quería más, pero no pasó nada. Tuve suerte cuando el Sr. X me envió un correo electrónico al azar, y ahora tenía una oportunidad increíble porque un tipo guardó una postal que envié hace dos años.

Pero ¿quería ser el corredor que esperaba a que las cosas cayeran en su regazo? A este ritmo, vendería una o dos casas al año, tal vez. Eso no era suficiente. ¿Por qué esperaba que la gente viniera a mí? ¿Por qué no creaba mis propias oportunidades?

Mientras le daba la última lamida a una piruleta mexicana con sabor a mango y chile, me di cuenta de que me sentía vacío por dentro. Y reconocí ese sentimiento. Era la sensación de ruina, miedo y soledad que tuve ese día en el metro. Excepto que ahora era un poco diferente. ¿Y si ese vacío era solo la forma en que mi cuerpo y mi mente me decían que tenía espacio para más? Tal vez ese vacío era en realidad hambre. Tenía hambre de más negocios y mayores éxitos. Decidí en el momento en que salí de ese cine mexicano, con un gran sombrero protegiendo mi rostro rojo como un tomate y lleno de ampollas del sol, que ya no esperaba la suerte al azar. Necesitaba redefinir por completo mi enfoque de mi carrera como vendedor.

A partir de ahora, los acuerdos excepcionales, como el del Sr. X o el de Maximus, que esperó dos años para llamar, se considerarían una ventaja. Yo iba a tomar el control y seguir adelante.

Y eso significaba que iba a tener tantas pelotas en el aire como pudiera. Cada pelota representaría una venta individual, una posibilidad, una oportunidad de expandirme y crecer.

Solo tenía que estructurar mis días de una manera que nunca antes había hecho. Estaba listo para el gran momento, y eso significaba encontrar una manera de mantener todo accesible y en orden para poder tener muchas pelotas en juego. Esto iba a ser divertido.

EL LADRÓN DE TIEMPO VERSUS EL ADMINISTRADOR DEL TIEMPO: CÓMO ADMINISTRAR TU CARGA DE TRABAJO

Existen innumerables libros y talleres sobre cómo ser un vendedor exitoso.

Lo que me frustra es que ninguno de estos libros analiza exactamente lo que un vendedor puede hacer con su día y su tiempo para mejorar las ventas y la productividad. Muchos de los consejos incluyen clichés como “¡Sé feliz! ¡Sigue tu pasión y nunca trabajarás un día en tu vida!”. ¿En qué sentido resulta útil ese consejo? El tiempo es nuestro único activo como vendedores. Solo disponemos de una determinada cantidad de horas al día para trabajar con la mayor cantidad posible de clientes, así que ¿cómo maximizamos nuestras horas de vigilia para vender más?

El hecho de haber crecido en un hogar disciplinado, donde había reglas y estructura, me dio una gran ventaja en lo que respecta a la gestión del tiempo. He aprendido que la mayoría de las personas que dicen que están ocupadas no lo están. Están estresadas, abrumadas y no gestionan su tiempo adecuadamente, por lo que dicen: "Estoy ocupado". La di da. Las personas no están ocupadas, son malas administradoras del tiempo. A menos que seas un cirujano cardíaco que esté en medio de la reimplantación del ventrículo derecho del corazón del abuelo de alguien, en realidad no estás tan ocupado. Probablemente puedas atender una llamada o responder un mensaje de texto (el cirujano cardíaco, probablemente no). Te estás haciendo un gran flaco favor a ti mismo si no gestionas tu tiempo

adecuadamente. Si no tienes cuidado, tu mala gestión del tiempo también afectará a otras personas, porque cuando no haces bien tu trabajo, a menudo tienes que arrastrar a otras personas para que arreglen las cosas. ¿Y sabes en qué te convierte eso? En un ladrón de tiempo. El tiempo es una perra y pasa muy, muy rápido. Si eres un vendedor que alguna vez pensó: “Dios mío, tengo tanto que hacer, ¿qué debería hacer? ¿Cuándo debería hacerlo? Pero vaya, el día ya terminó y estoy en la cama otra vez”. Entonces escucha con atención, porque este capítulo te ayudará a recuperar tu tiempo. Puedes hacer más con tu día de lo que crees. Te lo prometo.

EL DÍA DE TONY

Probablemente hago más cosas en las primeras horas de la mañana, antes de que la mayoría de las personas se hayan servido su primera taza de café. Mi día en realidad comienza la noche anterior en mi cerebro. Por lo general, es algo así:

11:00 p.m.: El correo electrónico está limpio, el calendario está configurado.
¡Espera, hay otro correo electrónico!

¡Contéstalo! Verifico las ofertas. Beso a mi esposa dormida. Conecto el teléfono.
Cierra los ojos.

Preparados, listos, a dormir...

4:30 a. m.: ¿Me fui a la cama? Sí, me fui. Me levanto. Hago pis. Controlo el pulso.
¡Estoy vivo!

4:33 a. m.: Leí el Daily Mail. El NY Post. Ya sabes, las cosas importantes.

5:04 a. m.: Preparé avena. Bebí agua.

5:05 a. m.: Esperé a que se encendiera el microondas.

5:06 a. m.: Dios mío, todavía es muy temprano.

5:08 a. m.: Comí avena.

5:15 a. m.: Revisé el correo electrónico. Respondí los correos electrónicos que llegaron durante la noche para que la gente sepa que me levanté antes que ellos y que estoy listo para DOMINAR.

5:30 a. m.: Fui al gimnasio.

6:00 a. m.: Selfie en el gimnasio. Publiqué en Instagram.

7:00 a. m.: Me duché. Me afeité (la cara o las piernas, o ambas).

7:29 a. m.: Beso a Emilia para despedirme. La agarro de manera inapropiada mientras salgo corriendo por la puerta.

7:30 a. m.: Me subo al auto con Yuriy. Listos, preparados, ¡YA! Me voy a la oficina o a mi primera cita.

8:00 a. m.: Mi “hora de búsqueda” en la oficina.

Secreto de Reed n.º 13

Tu mañana siempre debería comenzar la noche anterior. Despiértate sabiendo exactamente qué te espera durante el día y qué desafíos tienes por delante.

No soy la primera persona que cree que levantarse temprano mejora la productividad y aumenta las ganancias. Es poco probable que Tim Cook se levante de la cama alrededor de las 11 a. m. y se presente en Apple alrededor del mediodía. Cuanto más temprano te levantes, más tiempo tendrás para conquistar el mundo. Esto no es ninguna novedad. Pero hay otra razón por la que me arrastro fuera de la cama y me dirijo al gimnasio antes de que salga el sol. Significa que la parte más difícil de mi día termina a las 6:30 a. m. Físicamente, he sobrevivido al dolor que supone una superserie de peso muerto de 300 libras con un sprint de 300 metros en ski-erg, y aunque mi mente intentaba decirme que no había forma de que pudiera hacer más burpees, ¡lo logré! Aunque nunca sé qué desafíos me deparará el día, sé que si logro hacer 500 abdominales, sin duda puedo lidiar con un comprador que se está volviendo loco o con un vendedor que me grita por teléfono porque es mi culpa que a nadie le guste su cocina con temática de La Guerra de las Galaxias.

¿Qué es lo más difícil que tienes que hacer? Deja de leer y hazlo ahora.

Es parte de la naturaleza humana querer comenzar el día con calma: despertarte cuando estés listo, tomar un café, escuchar un podcast, elegir un atuendo o pasar por Starbucks a tomar un café con leche antes de decidir cómo afrontar el día. A menudo, no es hasta que llegas al trabajo que te das cuenta de que tienes que tener una conversación muy difícil o llamar a Barb por su pedido. Pero luego tienes una reunión y otra reunión, y cuando eso termina, decides responder todos tus correos

electrónicos. Llamar a Barb está dando vueltas en tu cabeza como una lista de reproducción que se repite. Y lo ignoras. Tu día se vuelve más agitado y, ¡ups!, nunca hiciste esa llamada telefónica. Ahora estás en casa y, en lugar de estar relajado, estás estresado y ansioso. Das vueltas en la cama toda la noche y te despiertas sintiéndote terrible y todavía temiendo esa llamada telefónica.

En el mundo de Reed, este escenario habría sido así: la noche anterior, pensarías en cómo será el día siguiente. Te darías cuenta de que, oh, tengo que llamar a Barb. ¡Eso será difícil! Me ocuparé de eso a primera hora de la mañana. Tengo una reunión a las 8:30, así que llegaré 15 minutos antes para que se resuelva. Llegas a la oficina con tu café con leche, haces una llamada telefónica difícil, descubres que no fue tan malo como pensabas y sigues con tu día sin una voz molesta que te diga que llames a Barb. Vuelves a casa por la noche sin ansiedad y realmente disfrutas de tu vida. Esperar para lidiar con una situación complicada solo prolonga tu ansiedad y puede empeorar las cosas al romper aún más la relación. Afrontar el problema de inmediato también añade un toque de sorpresa. El mensaje que estás enviando es: “No estoy evitando este desafío en absoluto; de hecho, ¡lo tengo todo bajo control!”. La persona a la que estás llamando también se sorprenderá, e incluso puede que la tome por sorpresa tu pronta atención a la situación, porque nadie más lo hace.

Mi agenda está repleta de citas y llamadas cada media hora; hay pelotas volando por todos lados. Algunas de las pelotas con las que estoy trabajando son más o menos las que cabría esperar. Tengo gente que cuenta conmigo para vender sus apartamentos. Estoy en constante comunicación con ellos, les doy actualizaciones sobre jornadas de puertas abiertas y ofertas entrantes. Luego les muestro apartamentos a personas que quieren comprarlos. Los mantengo informados de cualquier nueva oferta. Estoy haciendo reuniones de presentación con desarrolladores para que mi negocio esté siempre en expansión, y tengo un equipo de 60 agentes que necesitan poder comunicarse conmigo. Mis otras bolas son un poco atípicas y pueden incluir: una sesión de fotos conmigo y 15 perros en una cama para demostrar que uno de los edificios que estoy vendiendo es súper amigable con los perros. Andar en una bicicleta eléctrica ecológica por Brooklyn para promocionar mi anuncio. Y viajar a la zona rural de Pensilvania para talar un árbol con un ebanista para un episodio de Reed Show. Si eso te suena caótico, es

porque lo es. Todos hemos escuchado el dicho, "del caos surge el orden". Yo lo veo de otra manera: del caos surgen las ventas.

Secreto de Reed n.º 14

No tengas miedo de esforzarte para asumir más. Si eres tú quien crea el caos, entonces puedes controlarlo.

Sé que cada cosa que hago hoy tiene un impacto en el mañana. Se trata de sentar una base más grande, para poder vender más, conseguir nuevos clientes y cerrar más tratos. No soy feliz a menos que me vaya a la cama felizmente exhausto. Hay las mismas 24 horas en mi día que en el tuyo. Me esfuerzo y me mantengo concentrado. Y he aprendido que la clave del éxito es dividir el día en tres categorías distintas.

EL MÉTODO DE BUSCADOR, GUARDIÁN Y HACEDOR

No me interesa hacer una sola venta, ni siquiera si es gigantesca. Si piensas que tu negocio o tu trabajo consisten en vender una sola cosa, entonces probablemente este no sea el libro para ti. Una venta es un trabajo, VENDER es una carrera. Si quieres tener una carrera increíblemente exitosa en ventas, necesitas tener muchas pelotas en el aire, en todo momento. Muchas ventas potenciales significan muchas pelotas: cuantas más pelotas, más ventas, más éxito.

Cuando regresé de México y mi rostro había vuelto a la normalidad, entendí que necesitaba hacer mucho más de lo que estaba haciendo para hacer crecer mi negocio. ¿Qué podía hacer de manera diferente para tener éxito? Especialmente porque toda mi empresa era solo yo. Me di cuenta de que necesitaba usar tres sombreros claramente diferentes para hacer crecer mi negocio. No podía simplemente ponerme una gorra de béisbol que dijera "Jefe" y esperar que mi negocio experimentara una transformación mítica. Ser el jefe o el director ejecutivo no era suficiente: el éxito requería planificación financiera y trabajo. Fue entonces cuando comencé a dividir mi día de trabajo en tres secciones: el buscador, el guardián y el hacedor. Este fue un momento decisivo para mí como empresario. ¿Fue así como se sintió Thomas Edison cuando finalmente consiguió que su maldita bombilla funcionara? Probablemente.

El buscador

Cuando te pones el sombrero de buscador (es un sombrero estrictamente metafórico), estás trabajando para crear un nuevo negocio. Estás aceptando propuestas, trabajando en una esfera de influencia y tomando decisiones sobre cómo dirigir el negocio hacia adelante. El buscador piensa en el negocio como un movimiento completo. El buscador debe expandir la agenda de la empresa.

El guardián

Cuando te pones el sombrero de guardián, te concentras en el perfil financiero de tu negocio. El guardián se encarga de hacer previsiones económicas, pagar impuestos, diseñar estrategias para completar tareas de manera eficiente, crear presupuestos y tomar decisiones sobre cuánto gastará la empresa en publicidad y marketing, etc. Cuando deseas establecer objetivos para ti, tu equipo o tu negocio, utiliza tu sombrero de guardián. El guardián entiende que esos objetivos deben ser realistas y necesita saber qué debe suceder para alcanzarlos.

El guardián también presupuesta el tiempo, porque el tiempo es moneda corriente para los vendedores. ¿Cuánto tiempo debería dedicar a presentar un nuevo producto a un cliente o a venderlo?

El hacedor

El hacedor ejecuta cuidadosamente todo el trabajo que el buscador ha traído y para el que el guardián ha diseñado una estrategia y un presupuesto. El hacedor lleva la empresa a la victoria.

Para mi equipo, el hacedor programa citas, gestiona las visitas, organiza jornadas de puertas abiertas y procesa solicitudes y contratos. El trabajo del hacedor es el trabajo diario que debe realizarse para tener éxito. Regresar a la oficina después de mi viaje a México con el método Buscar, Conservar, Hacer, anotado en la parte posterior de una bolsa para vómitos de avión me ayudó a sentir que mi cabeza estaba pegada a mis hombros una vez más. No tenía un plan claro sobre lo que iba a hacer, pero sentí que había dado un paso importante como emprendedor. Ya no me despertaba perdido. Ahora tenía un plan de juego para mi día, literalmente trazado en mi calendario en tres grupos separados.

Llegué a mi oficina entusiasmado por ponerme mi sombrero de Buscador. Eso significaba que estaba entusiasmado por encontrar nuevos negocios como el Buscador de mi empresa. Significaba que necesitaba tomar medidas para crear

relaciones y localizar nuevos desarrollos, porque el Buscador se especializa en el arte de la expansión. Para siempre. Si el Buscador no hace eso, el Guardián no tiene proyectos que administrar ni dinero para presupuestar o gastar, y el Hacedor no tendrá ningún trabajo que hacer en realidad. Todo se filtra desde el Buscador. En ese momento, todavía me dedicaba principalmente a alquileres, así que decidí entablar relaciones con algunos propietarios. Los llamé por teléfono para presentarme como alguien que haría un gran trabajo alquilando sus apartamentos. Impulsado por mi nuevo papel como buscador, también llamé por teléfono a algunos anuncios de venta por propietario, aunque fue tan aterrador como aquella vez que invité a Liz José al baile de graduación.

En mi primera semana como buscador logré conseguir una cita con una pareja que vendía un apartamento en 401 East 60th Street. El apartamento había sido decorado por el diseñador de interiores de Madonna, y todo dentro era turquesa. Cuando me preguntaron qué propiedades había vendido anteriormente, tuve que confesar que no tenía experiencia. Aún. Los convencí de que me dejaran dirigir su jornada de puertas abiertas. El trato era que si alguien lo compraba mientras yo estaba allí, me pagarían una comisión, y si alguien lo compraba en cualquier otro momento durante la semana, no me debían nada. Si crees que vendí este apartamento completamente turquesa en mi primera semana, me temo que estás equivocado. Terminaron contratando a un agente con 20 años de experiencia. No importó. Todavía me sentía bien conmigo mismo. Me había puesto mi sombrero de Buscador y había buscado negocios de una manera calculada y estructurada, algo que nunca había hecho antes. Tenía poco dinero, pero había tomado decisiones deliberadas sobre cuánto dinero y tiempo gastaría en el apartamento turquesa. Con mi sombrero de Guardian puesto, decidí que podía permitirme gastar \$200 en publicidad y taxis. Y podría dedicar unas 10 horas cada semana a mostrar el apartamento. Esto ayudó a asegurar que si lo vendía obtendría una buena ganancia.

Antes de desarrollar mi método Buscador, Guardián, Hacedor, solo había trabajado en modo Hacedor, solo pensando como Buscador aquí y allá y definitivamente nunca pensando como Guardián. Estas tres etapas del trabajo se verán diferentes según en qué parte de tu carrera te encuentres. Si estás en las primeras etapas, la mayor parte de tu día lo pasarás haciendo trabajo de Hacedor, como hice yo. ¡Eso

está bien! Pero aún debes bloquear tiempo para el trabajo de Buscador y Guardián. Tal vez llegues al trabajo una hora antes que los demás, o uses tu hora de almuerzo, o te obligues a permanecer despierto después de acostar a los niños. ¡No importa cuándo lo hagas! Pero debes dedicar tiempo de Buscador a crear relaciones y hacer avanzar tu carrera, y tiempo de Guardián a tomar decisiones sobre tu perfil financiero si quieres vender más que nadie. A medida que aumentes tus ventas, cambiará la cantidad de tiempo que pasaste haciendo el trabajo de Buscador, Guardián y Hacedor. Así es como podría ser para ti:

Trabajo de Buscador

Haz todo lo que puedas para encontrar relaciones, desde hablar con personas en la calle, hasta hacer llamadas en frío o ir a tres gimnasios diferentes. Haz la promesa de reunirte con clientes potenciales todos los días. Date un número específico y obtén su información de contacto.

Más adelante, cuando comiences a establecer relaciones, puedes usar las relaciones actuales para cultivar otras nuevas. Hazles saber a tus clientes cuánto aprecias las referencias. Las referencias de personas con las que has trabajado en el pasado son las mejores. Aprovecha también los éxitos que has tenido para nuevos proyectos. Por ejemplo, una vez que mi equipo comenzó a vender edificios enteros, pudimos aprovechar ese éxito para conseguir más edificios para vender.

Trabajo de Guardián

No importa cuánto dinero tengas para trabajar. Debes comenzar de inmediato a tomar decisiones sobre finanzas si quieres que tu negocio crezca. ¿Cuánto gastarás en marketing? ¿Cuáles son tus objetivos? ¿Cómo alcanzarás esos objetivos? Al principio, tenía muy poco dinero para trabajar. De cada cheque de pago que recibía, ahorraba el 50 por ciento para los impuestos (tan seguro como la muerte), el 40 por ciento para el alquiler y la comida, y el 10 por ciento restante lo reinvertía en el negocio. Usé ese 10 por ciento para hacer postales o tal vez colocar un anuncio. Encuentra un escenario que funcione para ti, pero asegúrate siempre de invertir en el negocio. A medida que el negocio comience a despegar, puedes desarrollar estrategias sobre otras formas de usar el dinero. ¿Deberías comprar regalos para los clientes o invitarlos a cenar?

Dependiendo de tu objetivo final, a medida que crezcas, necesitarás tomar decisiones a mayor escala. Hoy, hago un presupuesto para mi equipo y estoy tomando decisiones sobre los costos de publicidad, los materiales de marketing, la puesta en escena, las salidas del equipo y la generación de clientes potenciales.

CÓMO ESTABLECER METAS QUE REALMENTE ALCANZARÁS

Establecer metas es crucial para tu éxito y es una parte importante de tu trabajo como guardián. ¿Alcanzar esas metas? ¡Aún mejor! Sin embargo, he aprendido que la mayoría de los vendedores no se preparan para el éxito cuando establecen metas. ¡Me encantan las metas grandes! Pero no a menos que estén acompañadas de un plan realista que lo ayude a alcanzarlas.

No puedo decirte cuántas veces me reuní con nuevos miembros del equipo para establecer metas y me dijeron emocionados: "¡Voy a ganar un millón de dólares este año!". Mi respuesta:

"¡Eso es genial! ¿Cómo lo harás?" Luego comenzamos a desglosar las cifras y analizamos cuántos apartamentos tendrán que vender y a qué precio para alcanzar esa meta. De repente, se sienten menos entusiasmados, y eso es lo opuesto a lo que debería hacer una meta. ¡Las metas deben inspirarte! Cuando te fijes una meta (por ejemplo, ganar 100,000 dólares en un año), desglosa exactamente cuánto tendrías que vender para alcanzar esa cifra. Sé honesto, ¿es razonable? Si no lo es, reduce la escala, fija tu meta y planifica aumentar aún más el volumen el próximo año.

Trabajo de Hacedor

El trabajo de hacedor puede ser cualquier cosa. Encender las luces, enviar correos electrónicos, responder el teléfono, abrir el correo, colocar anuncios, lamer sellos, poner postales en los buzones... cualquier trabajo que haya que hacer para cerrar el trato. Yo hice de todo, desde pedir Twizzlers al por mayor hasta mostrar apartamentos, pintarlos, prepararlos y medirlos para asegurarme de que cupiera un sofá y sacar la basura cuando un vendedor se olvidó de hacerlo. Para ti, puede significar papeleo y contratos... cualquier trabajo que se necesite para respaldar el trato. Si recién estás empezando, la mayor parte de tu día estará llena de trabajo de hacedor, ¡y eso está bien! A medida que crezcas, te irás expandiendo hacia el modo

Buscador y Guardián, pero es probable que siempre haya un poco de trabajo de Hacedor en tu vida.

Con el tiempo, es posible que tengas un equipo increíble que se encargue del trabajo de Hacedor.

Ahora que mis días de pedir Twizzlers han quedado atrás (en su mayoría), puedo concentrarme en crear presentaciones, negociar, mantener el contacto con los desarrolladores, administrar mi equipo y los administradores, y escribir un libro.

DÉJAME SALVAR TU CORDURA

Durante mucho tiempo usé los tres sombreros. Si bien hoy uso mi sombrero de Buscador más que cuando ingresé por primera vez al negocio de las ventas, ciertamente me pongo el sombrero de Guardián y el sombrero de Hacedor todos los días, pero por mucho menos tiempo. Mi trabajo de Hacedor ha pasado de molestar a un propietario para que me dé las llaves de un quinto piso sin ascensor en East Village, a sentarme con un desarrollador y un arquitecto para planificar qué tipos de apartamentos construiremos en un edificio de condominios de 200,000 pies cuadrados. ¿Cuántos apartamentos de una, dos y tres habitaciones tendrá el edificio? Pero el hecho de que tu carrera esté en plena etapa de tres funciones no significa que no puedas externalizar parte de tu trabajo. Los seres humanos no pueden estar en más de un lugar a la vez (ojalá no fuera así).

Cuando me dedicaba a los alquileres, no era raro tener varias citas para visitas al mismo tiempo. Si pudiera clonarme, podría hacer tres visitas a la vez y potencialmente triplicar mis ingresos. Pero me especialicé en teatro y no sabía nada sobre transferencia nuclear de células somáticas, así que le pedía ayuda a otro corredor de mi oficina. En lugar de perder un cliente porque estaba demasiado ocupado, hacía que otros corredores hicieran las visitas que yo no podía hacer y les daba la mitad de la comisión. Aprendí desde el principio que es mucho mejor ganar el 50 por ciento de algo que el 100 por ciento de nada. No tengas miedo de externalizar o compartir el trabajo para sacar provecho. No puedes hacerlo todo. ¿Trabajas en una tienda minorista? Divide la tienda por la mitad con un compañero de trabajo y compartan los clientes. Eso se llama defensa de zona en fútbol y es muy eficaz.

Secreto de Reed n.º 15

Atrapa la mitad de la pelota antes de que toque el suelo.

Otra forma de usar la influencia es crear tu propio mini equipo. Cuando filmé el primer episodio piloto de Reed Show, trabajé con Marc, que luchaba por vender equipos de golf en la ciudad de Nueva York. Su compañero de trabajo vendía muy por encima de su cuota todos los días. Uno de los desafíos que enfrentó Marc fue que tendría que luchar por los clientes con los otros vendedores. Si Marc y su compañero de trabajo trabajaran en equipo, podrían combinar sus fortalezas para dominar y ganar más dinero.

Las ventas son el mejor trabajo del mundo y también son muy, muy difíciles. Trabajar en ventas es como subirse a una montaña rusa, todos los días. Con los ojos vendados. No siempre sabes cuándo estás a punto de pasar por una gran curva o caer en picada. Sé lo que se siente la locura inducida por las ventas. Es abrumador y es fácil sentirse perdido e inseguro, y no hay ningún medicamento que lo solucione. Me concentré en mi sistema BGH por desesperación total. Necesitaba salvar mi cordura, y la rutina y la estructura eran la solución.

Al principio, como muchos de ustedes, no tenía un jefe. Nadie me decía qué hacer ni cuándo hacerlo. Crear un sistema de trabajo para mí evitó que renunciara y buscara un trabajo aburrido, y no me he sentido abrumado ni con ganas de saltar de un puente desde que comencé a usar BGH. Tampoco quiero que te sientas así: hay demasiado en juego, es decir, tu cordura y tu carrera. Quiero que te despiertes listo para saltar y atacar el día, y que sientas que solo tienes que hacer una cosa: tienes que conseguir BGH.

EL HORARIO DE LA MÁQUINA DE VENTAS DEFINITIVA

En última instancia, la forma en que elijas estructurar tu día y cuándo elijas programar tu tiempo de Buscador, Guardián y Hacedor depende de ti. ¡Yo no soy tu jefe! Pero si eres como yo, solo quieres que alguien te diga qué hacer para aumentar el éxito y cuándo hacerlo. Aquí te sugiero un horario a seguir:

4:30 a.m.: Hora de despertar. Revisa los correos electrónicos y respóndelos. La gente se despertará y verá que hablas en serio.

4:45 a.m.: Desayuno saludable. A mí me gusta la avena, pero ¿a ti también?

5:15 a.m.: Haz ejercicio. ¡Necesitas que tu cuerpo funcione!

6:30 a.m.: Lee el periódico, busca artículos que sean relevantes para lo que haces.

6:45 a.m.: Dúchate, vístete, luce increíble.

7:30 a.m.: Maneja a tu cónyuge, a tus hijos, ¿almuerzos para llevar? ¿Tareas? ¡Adiós!

8:00 a.m.: Llega a la oficina y HAZ LO MÁS DIFÍCIL.

8:30 a.m.: Haz tu trabajo de búsqueda. ¿Cómo puedes ampliar tu agenda hoy?

9:30 a.m.: Revisa tu horario del día. ¿Cuánto tiempo tienes para el trabajo de guardián, el trabajo de hacedor y el seguimiento?

9:45 a. m.: Reunión de equipo: Habla con un miembro del equipo sobre trabajar juntos en un proyecto para crear influencia.

10:30 a. m.: Seguimiento: Llama a tus clientes potenciales.

11:30 a. m.: Seguimiento de vuelta: Envía un correo electrónico a ese cliente que perdiste, verifica cómo van las cosas e infórmale sobre los nuevos productos que tienes.

11:45 a. m.: Hora de guardián: Decide cuánto dinero tienes que gastar en marketing para tu próximo proyecto.

12:30 p. m.: Almuerzo con un cliente potencial.

1:45 p. m.: Seguimiento: Consigue para el cliente la información que pidió durante el almuerzo.

2:00 p. m.: Trabajo de hacedor: vender, vender, vender.

5:00 p. m.: Sigue a esa persona que acabas de conocer en Starbucks. ¡Envíale un correo electrónico de inmediato!

5:15 p. m.: Trabajo de hacedor: Lluvia de ideas sobre materiales de marketing.

6:15 p. m.: VIDA: Hola familia, perro, novia, hijos. ¿Cómo estuvo su día?

11:00 p. m.: Revisión rápida de correo electrónico. ¡Responde correos electrónicos para mostrarle a la gente cómo dominas!

EL MÉTODO REED

En este capítulo, te acabo de dar la fórmula secreta de mi éxito. Si quieres que tu negocio prospere, debes sacar tiempo para el BGH todos los días, sin importar en qué etapa de tu carrera te encuentres. La teoría Bolas Arriba es la clave para las ventas por volumen. A las innumerables personas que me han preguntado cómo administro mi tiempo, no puedo esperar a escuchar cómo aumentan tus ventas una vez que obtienes el BGH.

OBTÉN EL BGH

El buscador

El buscador es el director ejecutivo que toma decisiones sobre cómo dirigir el negocio hacia adelante.

El guardián

El guardián es el director financiero que toma decisiones sobre el perfil financiero del negocio.

El hacedor

El hacedor es como un soldado: ejecuta cuidadosamente todo el trabajo que lleva al negocio a la victoria.

PRACTICA TU OFICIO

Como ya habrás notado, digo "listos, preparados, ¡YA!" todo el tiempo. Es algo que mi padre solía decir para motivar a mi hermano y a mí a ponernos en movimiento cuando éramos niños y se me ha quedado grabado desde entonces. Ahora, cuando digo "¡listos, preparados, YA!", es como si estuviera enviando una señal especial a mi cerebro: no se trata solo de las palabras, sino de lo que significan para mí. Decir "¡listos, preparados, YA!" es mi ritual de inicio.

En el momento en que pronuncio esas tres simples palabras, me estoy dando la señal de concentrarme, tomar la iniciativa, ser increíble, trabajar duro y DOMINAR. No soy necesariamente supersticioso, no creo que todo lo que he construido se derrumbaría si me olvidara de decir "¡listos, preparados, YA!", pero, para ser honesto, algo se sentiría fuera de lugar. Esas palabras me centran y es por eso que me propongo comenzar cada día con este sencillo ritual. Considera crear tu propio ritual e incorporarlo a tu rutina matutina para comenzar con buen pie:

DISEÑA TU PROPIO RITUAL DE INICIO

¿Hay alguna frase o incluso una palabra que tenga un significado especial para ti?

¿Hay algún objetivo que te estés esforzando por alcanzar? ¿Cómo puede ayudarte un ritual de inicio a alcanzarlo?

Puede ser cualquier cosa que funcione para ti: es tu ritual y lo único que importa es que te inspire.

Comprométete a incorporar este ritual a tu rutina matutina.

CAPÍTULO 7 - Los cuatro principios del trabajo

El 29 de octubre de 2012, el huracán Sandy azotó la costa este. Muchas personas de Nueva York y Nueva Jersey perdieron sus hogares y automóviles, y muchas perdieron la vida. Hubo inundaciones masivas, evacuaciones obligatorias y la mayor parte de la ciudad quedó cerrada. Manhattan no funciona bien sin cosas como la electricidad y el agua corriente. Fue como si la ciudad que nunca duerme hubiera quedado inconsciente, y fue espeluznante. Tuve suerte de estar a salvo y ileso.

Los mayores problemas que me causó Sandy fueron vivir en completa oscuridad durante unos días, tener que subir 14 pisos hasta mi apartamento porque el ascensor no funcionaba y, si quería hacer una llamada, tenía que caminar unas 20 cuadras hacia el norte hasta donde mi teléfono pudiera tener cobertura.

En comparación con mucha gente, me libré fácilmente, pero eso no impidió que mis padres se preocuparan por mí. Después de que se restableció la electricidad y la vida volvió a la normalidad, vinieron a visitarme para ver cómo estaba. Había estado trabajando mucho, incluso durante el huracán, y todo el trabajo me estaba afectando. Estábamos en mi sala de estar y me quejaba con mi padre de lo mucho que me molestaba despertarme a las 5 a. m. mientras la mayoría de mis amigos dormían hasta las 7 a. m., y de lo duro que era estar en ventas: sin salario, sin cheque de pago regular, sin beneficios, sin garantías de nada en absoluto. Tal vez debería haber vuelto a la escuela y haber obtenido un MBA. ¿Por qué no lo hice? También quería tener los fines de semana libres nuevamente. No estoy seguro de qué esperaba lograr con las quejas. Tal vez quería que mis padres supieran lo duro que estaba trabajando, y es posible que quisiera un poco de compasión o una buena charla motivadora. Eso no fue exactamente lo que obtuve.

Mi padre me interrumpió y dijo: "Detente ahí. ¿Crees que alguna vez quise levantarme temprano e ir a trabajar todos los días? No. Quería dormir hasta tarde. Quería pasar el rato. Pero ese no era el trabajo". Increíble. Desde que tengo memoria, mi padre se levantaba todas las mañanas exactamente a las 5:50 a.m. Se despertaba y salía de la cama sin despertador. Es como si supiera instintivamente cuándo era hora de levantarse, como un vampiro. Levantarse a esa hora ridícula era algo innato en su ser. Mi padre no se andaba con rodeos y, como no usaba

despertador, ni siquiera era una opción pulsar el botón de repetición. Se duchaba, se afeitaba, cogía una tostada y se iba a empezar el día. Y sí, tenía la impresión de que eso era exactamente lo que quería hacer: trabajar muchas horas, todo el tiempo. Mi padre es la persona más disciplinada que conozco. Era como un militar en lo que se refiere al trabajo. ¿Todos esos años se había levantado antes del amanecer y nunca se había quejado por ello? ¿Ni una sola vez? Nunca olvidaré ese momento. Todo se puso en perspectiva para mí. Fue como si Superman y yo estuviéramos tomando una copa y él me confesara: “Tony, la cuestión es que volar me hace sentir bastante mal y es agotador ayudar a la gente todo el tiempo. La semana pasada, por ejemplo, un niño quedó atrapado debajo de un camión, así que tuve que levantarlo para salvarlo. Pesaba mucho y ahora me duele el hombro. Oye, ¿tienes ibuprofeno? Pero bueno, ya sabes, ¡ese es el trabajo!”. Lo que mi padre me dijo reforzó el hecho de que todo lo que hacemos es una elección. Fue mi elección levantarme temprano y trabajar más duro. Me estaba quejando de algo que había decidido hacer.

Y si no decidía conscientemente elegir trabajar duro, podría haber una elección diferente para mí. No vendería nada y volvería a estar en la ruina. Pero, lo que es más importante, ¿por qué estaba eligiendo levantarme tan temprano y trabajar los fines de semana? Porque, al final, quería desesperadamente triunfar.

TRABAJA POR TU CARRERA, NO POR EL TRABAJO

Cuando éramos niños, siempre vivíamos en zonas rodeadas de árboles. Nuestros vecinos podrían haber sido extraterrestres, pero nunca nos habríamos enterado porque no podíamos verlos.

Con todos los árboles, nunca faltaban ramas que había que quitar del césped. Mi hermano y yo ganábamos dinero con nuestra diligente recolección de ramas desde el primer grado. A medida que crecíamos, la recolección de ramas se transformó en desmalezar y cortar el césped. En la escuela secundaria, pasé los veranos trabajando para Testa Building and Remodeling en North Andover, Massachusetts, como obrero de un contratista, es decir, un peón. Mi trabajo incluía demoliciones, lo que significaba transportar cargas increíblemente pesadas de escombros a un contenedor de basura en un calor abrasador.

Mucha gente rehace sus techos en verano. Yo llevaba bolsas de 40 kilos de tejas por la escalera, mientras la piel de mis hombros se desprendía lentamente por el peso.

Fue un trabajo duro y agotador. Y recuerdo cada dólar que gané esos veranos. Cuando fui a la universidad, mis padres se habían mudado a Colorado y pasé los veranos trabajando como peón de rancho. Las tejas del techo y los desechos de la cocina en los suburbios de Boston fueron reemplazados por caballos salvajes y excrementos de vaca en un rancho de 2400 acres en las montañas. Los cielos abiertos y la belleza pura de todo eso compensaron el hecho de que el trabajo manual no es divertido. Conducía a lo largo de Trout Creek, alimentando a los peces del arroyo, para que la gente que venía a pescar pudiera atrapar truchas vivas. Movía los caballos y el ganado y cortaba el pasto en los diversos pastos con un tractor. Luego pasaba la segunda mitad del día, todos los días, pintando la cerca de madera de 12 millas de largo que cruzaba la propiedad. Durante esos pocos veranos, pasé más de mil horas simplemente pintando esa cerca.

En definitiva, tuve la suerte de tener estos trabajos cuando era joven. Eran duros y los odiaba, pero no era como si tuviera que buscar comida o ganar lo suficiente para alimentar a una familia. Era un estudiante que tenía la suerte de conseguir todo lo que necesitaba y el dinero que ganaba era mío. Estos trabajos proporcionaron la base de la sólida ética laboral que tengo hoy. Sentado en mi apartamento de la ciudad de Nueva York, mi padre transformó el significado del trabajo para mí. De repente comprendí que, en el pasado, trabajaba por el trabajo. Ganaba dinero para tener dinero de bolsillo en la universidad, o para poder mudarme a la ciudad de Nueva York después de graduarme. Ahora estaba trabajando por la carrera; ya no se trataba solo de un sueldo. Se trataba de algo mucho más grande. Nuestras carreras son una parte enorme de nuestras vidas. Dado que la mayoría de nosotros debemos trabajar para vivir, ¿no debería ese trabajo enriquecer nuestras vidas e inspirarnos a hacer cosas más grandes y mejores mientras ganamos dinero al mismo tiempo? Mi padre pensaba que no tenía sentido que me quejara de no tener un título en administración de empresas. Yo trabajaba en ventas, lo que en definitiva significaba que me dedicaba al negocio de “intermediación de personas”, algo que podía dominar sin importar a qué escuela fuera o de dónde fuera. No tenía que crear mi producto, solo tenía que venderlo. Comprendí que no era un corredor de bienes raíces, era un corredor de los deseos y anhelos de las personas. Había estado pensando mal sobre mi trabajo. Me quejaba del trabajo pesado (las horas, las frustraciones y la incertidumbre) porque estaba concentrado en el trabajo. No pensaba lo suficientemente en

grande. Claro, estaba vendiendo más en ese momento porque quería tener éxito y ganar más dinero, pero hasta que no tuviera claro para qué estaba trabajando, me iba a sentir estresado y abrumado. Realmente me hizo pensar. ¿Por qué quiero hacer esto? ¿Qué me motiva? ¿Cuál es mi objetivo final en la vida? Estas son grandes preguntas, y tomarse el tiempo para profundizar y analizar las respuestas puede ser el mejor regalo para tí y tu carrera. Sé lo que realmente implica mi trabajo, todo lo que el Buscador, el Guardián y el Hacedor en mí hace todos los días. Sé Por qué lo hago. Sé contra qué Muro me he topado para llegar hasta aquí. Y, en definitiva, ¡sé cuál es mi Victoria! Sé exactamente lo que quiero que todo esto sume al final de mi vida. Estos cuatro principios abrieron un nuevo e inesperado camino hacia el éxito para mí. Y pensar que cuando mis padres vinieron a visitarme ese otoño pensé que simplemente nos pondríamos al día y pasaríamos el rato juntos después de haber pasado varios días solo, en total oscuridad, sin un teléfono móvil que funcionara para mantenerme conectado con la humanidad.

LAS CUATRO T

Voy a hacerte un favor ahora mismo y decirte lo más importante que puedes hacer para mejorar tus ventas. Haz lo que quieras con este libro. Pero si haces algo, por favor, define tus cuatro principios. No solo venderás más y disfrutarás de un mayor éxito, sino que si lo haces llevarás una vida más plena. ¿Alguna vez te despiertas nervioso y sintiéndote perdido? ¿Llegas a casa sintiéndote exhausto, pero no puedes identificar exactamente por qué estás tan cansado? Al definir tus Cuatro Principios, te despertarás más fácilmente y caminarás más ligero. Tendrás un propósito claro durante tu día, tu semana, tu mes y durante todo tu año. Nunca dudarás por qué haces lo que haces y por qué trabajas tan duro para lograrlo todos los días.

Principio n.º 1: el por qué

¿POR QUÉ HACES LO QUE HACES?

Saber por qué me levanto todas las mañanas para trabajar tan duro, asistir a tantas citas y la mayoría de los días almorzar en mi auto para vender bienes raíces es crucial para mi éxito. ¿Por qué lo hago? ¿Por qué las ventas? Hay tantas trayectorias profesionales que podría haber seguido. Podría haber sido abogado (aunque en realidad no aprobé mi LSAT, así que tal vez no) o banquero, pero elegí las ventas. Creo que elegí un trabajo en ventas porque no hay techo, y ¿qué es mejor

para un competidor nato que un campo profesional que presenta una cantidad infinita de oportunidades? Soy el ingeniero de mi propio destino. Tengo la libertad de vender lo que quiera y tanto como quiera. Habría llegado al final de esa cerca en Colorado eventualmente, pero nunca llegará ese momento en mi carrera de ventas.

¿Tu por qué es lo suficientemente grande y poderoso como para sostenerte en esos días en los que la vida te presiona? Hay días en los que las cosas que deberían ser tan sencillas se vuelven increíblemente complejas y frustrantes para mí. Como el cliente que no entiende que su apartamento no se vende porque le pusieron un precio excesivo, o cuando no consigo el anuncio que quiero y sé que soy el mejor agente inmobiliario para ello. Esos son los días en los que sería tentador decirle a Emilia que haga las maletas y simplemente cruzaríamos el puente George Washington para salir de la ciudad de Nueva York y no miraríamos atrás. ¡Hasta luego, tontos! Reed se ha ido. Pero mi Porqué (y mi esposa, que me apoya mucho) siempre me empujan hacia adelante, me dan energía y me hacen volver al camino. Me insta a seguir adelante sin importar lo que esté sucediendo (negocios muertos, locura de clientes, agotamiento, etc.). Sé que el momento difícil pasará (nunca lo suficientemente rápido) y venderé más, cerraré más negocios y todo volverá a estar bien. ¡No hay límite para lo que puedo lograr! Para encontrar tu porqué, pregúntate... ¿Por qué respiro? No, no, no te rías. Primero, hazte preguntas sencillas.

Para que puedas vivir. Lo mismo con la comida y el agua. ¡Estar vivo es bueno! Lleva tu respuesta más allá de lo obvio: es un hecho que los humanos necesitan dinero para vivir.

¿Por qué trabajas en ventas? ¿Qué te mantendrá en marcha cuando el trabajo te arroja tomates podridos? ¿Qué pensamientos te impulsan a seguir adelante en tu carrera, pase lo que pase?

El PORQUÉ de Tony: Soy un competidor nato y las ventas no tienen techo; siempre hay más por alcanzar. Este pensamiento me impulsa a seguir adelante en los días difíciles.

Tu PORQUÉ: Escribe lo que te mantiene en marcha, pase lo que pase.

Principio n.º 2: El trabajo

¿QUÉ HACES TODOS LOS DÍAS PARA EXPANDIR TU NEGOCIO?

Ya había aprendido desde el principio que vender apartamentos no se trataba de abrir puertas, encender un interruptor y señalar un dormitorio. Quiero decir, sí, técnicamente hay algo de trabajo de acción que debe realizarse para vender un apartamento, pero ese no es el verdadero trabajo que se necesita para que mi carrera sea exitosa. Mi padre tenía toda la razón cuando dijo que yo trabajaba en el negocio de intermediación de personas. Mi trabajo consiste en conectar a los clientes con el producto que desean, la casa de sus sueños, un lugar donde puedan vivir cómodamente y crear recuerdos. Para ello, tengo que escuchar y empatizar. Para seguir vendiendo, tengo que mantener y cultivar relaciones personales. Tu trabajo, en esencia, debe elevar tu carrera al siguiente nivel; estas son las cosas que son más importantes que el trabajo físico o las tareas diarias que realizas durante el día. Para descubrir tu verdadero trabajo, pregúntate...

¿Qué es lo que realmente estoy vendiendo? No solo estás vendiendo vestidos de novia, ¡estás vendiendo sueños y un nuevo capítulo en la vida de alguien! ¿Cómo lo haces? Si eres librero, no solo estás vendiendo libros. Estás vendiendo un escape, una oportunidad de ser transportado a otro mundo. ¿Cómo conectas a un lector con el libro perfecto cuando hay tantas opciones para elegir? ¿Cómo es ese Trabajo? ¿Por dónde empiezas? No dejes que el miedo te detenga. Analiza lo que necesitas hacer para ser el mejor vendedor de todos los tiempos. ¿Qué puedes empezar a hacer ahora mismo, en este mismo instante, para impulsar tu carrera a nuevas alturas?

EL TRABAJO de Tony: Cada día se trata de trabajar para expandir mi próspero negocio de ventas. Debo buscar constantemente nuevos proyectos, descubrir nuevas estrategias para promocionarme a mí mismo para poder ampliar mi red.

TU TRABAJO: ¿Qué puedes empezar a hacer ahora mismo para crecer más y mejor?

Principio n.º 3: Tu muro

¿DE QUÉ ESTÁS HUYENDO?

Mi ex compañero de trabajo Ben Kennedy (¡gracias, Ben, donde sea que estés!) me enseñó acerca de mi Muro. Esto ha sido invaluable para mí. Si bien nunca sabré con certeza qué fue lo que impulsó a Ben, podría haber sido tener que regresar a una vida pequeña en un pueblo pequeño como yo, o algo peor. Mi espalda estaba contra

un Muro cuando estaba escondiendo mis lágrimas en el metro porque mi tarjeta de crédito fue rechazada en la tienda de comestibles para un vaso de yogur. Nunca quise volver a estar en esa situación, y este miedo me impulsó a trabajar más duro y alejarme de ese Muro. Mi primer Muro fue fácil de identificar: no tener suficiente dinero para comprar alimentos. ¡Se sentía terrible! Estoy orgulloso de poder decir que después de muchos años trabajando en ventas, mi Muro ya no implica estrés financiero.

Sigo siendo cuidadoso con cómo gasto mi dinero (y siempre lo seré), pero ahora sé que, compre lo que compre, podré trabajar duro y asegurarme de que esté pagado. Ahora mi Muro se ha convertido en algo que se ha vuelto aún más importante para mí. Mi muro ahora tiene que ver con usar todo mi potencial. No. Puedo. Soportar. La idea de no exprimir todo mi potencial al máximo. ¡Solo pensar en ello me pone enfermo! Quiero despertarme todos los días y hacer un poco más de lo que hice el día anterior. Y, para ser claro, esto no se limita a ganar dinero. Tal vez escriba algo hoy que realmente ayude a otro vendedor o, quién sabe, tal vez un episodio de mi vlog inspire a alguien a trabajar en ventas... eso sería genial. Si me atropella un taxi mañana (lo que sería horrible), quiero saber que hice todo lo que estaba a mi alcance para ser la mejor versión de mí mismo.

Mi mayor miedo, y mi muro hoy, es el potencial desperdiciado, dejar sobras sobre la mesa. ¿Cuál es tu muro? Pregúntate...

¿A qué momento de tu vida no quieres volver nunca más? Ya sea que haya sido un momento breve (pero totalmente humillante), como el mío en el supermercado, o tal vez hayas experimentado una dificultad prolongada (como cuando estabas en bancarrota y tuviste que dormir en el sofá de un amigo, o cuando te preocupabas todos los días por poner comida en la mesa para tu familia), tráelo al primer plano de tu mente ahora mismo. ¡Es algo intenso! Nunca es particularmente divertido recordar nuestros momentos más oscuros, pero créeme cuando te digo que permitirte volver a ese momento y sentir todos esos sentimientos puede ser una herramienta increíblemente poderosa para un vendedor. Dime, ¿cómo es ese momento? Describe la escena: ¿qué ves? ¿Qué estás sintiendo? ¿Estabas asustado, herido, avergonzado, aterrorizado o totalmente humillado? ¿Quizás un cóctel horrible de todos los sentimientos mencionados anteriormente? Sé que duele mucho recordarlo, pero, si puedes, toma todos esos sentimientos y canalízalos en

un deseo feroz de trasladarte a un lugar mejor y más brillante. Cada vez que una vocecita en tu cabeza te diga: “Vaya, esto es difícil, no me está yendo muy bien esta semana”, detente ahí mismo. No te obsesiones con los momentos difíciles, pero el simple acto de recordarte a ti mismo que en este momento no estás contra la pared es una sensación increíble. Te has distanciado de ella y eso te dará la energía para seguir adelante.

El MURO de Tony: Hace años, me rechazaron la tarjeta de crédito en un supermercado de Nueva York. Ahora, lo que me asusta es el potencial desperdiciado.

Tu MURO: ¿Cuál es ese momento, día o estado mental del que necesitas distanciarte para siempre? Estoy pidiendo respuestas muy duras. Tal vez tu último trabajo te hacía llorar al final de cada día. ¿Es eso de lo que estás huyendo? ¿Estuviste en una mala relación y ahora estás solo y no quieres mirar atrás? Sigue adelante y descríbelo con todos sus horribles detalles. Luego escribe sobre cómo puedes distanciarte lo más posible de ese momento.

Principio n.º 4: La victoria

¿PARA QUÉ ESTÁS HACIENDO ESTO?

Me gustaría dejar un gran impacto en el mundo. No se trata solo de vender y ganar un gran ingreso (aunque esas cosas son agradables), se trata de por qué eres conocido cuando mueres. Volviendo a ese taxi, el que espero no me atropelle mañana. Si lo hiciera y la vida de Tony Reed terminara abruptamente en la esquina de Broadway y Houston Street, probablemente me recordarían como ese tipo que participó en ese show sobre la venta de propiedades inmobiliarias de lujo en Nueva York. Eso estaría bien, ¡he tenido la increíble suerte de estar en la televisión!

Pero me gustaría que mi legado fuera más grande. Me encantaría que me recordaran como la persona que cambió la forma en que se ve a las ventas como profesión. Sería fantástico si inspirara a los vendedores a enorgullecerse de su trabajo y pudiera alentar a las personas a abrazar plenamente un trabajo que puede ser tan gratificante si simplemente se trabaja para conseguirlo.

¿Qué tan genial sería si las ventas se vieran como una profesión súper emocionante a la que la gente no pudiera esperar para entrar? ¿A quién le importan los trabajos de redacción de revistas de moda?! ¡Las ventas son el lugar

para mí! Si pudiera desempeñar un papel, aunque sea pequeño, en que eso suceda, sería una gran victoria.

Antes de animarte a pensar en tu triunfo, quiero dejar claro que un triunfo no es una recompensa. Un coche es una recompensa. Comprar un traje nuevo o una joya es una recompensa; esos no son triunfos. Las recompensas son algo que te compras a ti mismo porque te estás regalando o incentivando. Es perfectamente aceptable darte una recompensa. Un triunfo es algo más grande. Un triunfo es el legado que dejas atrás. Y tu triunfo no tiene que ser tan grande como "cambiar el mundo", pero tiene que ser real, tiene que cambiarte y tiene que ser algo que realmente quieras. ¿Eres una madre de dos hijos que lucha por salir adelante y aspiras a cuidar bien a tus hijos y tal vez incluso pagarles la educación universitaria completa para ponerlos en el camino correcto? Así, cuando vuelvan a casa a principios de los 30, podrán darse el lujo de cuidarte; eso es un triunfo. Pregúntate...

¿Cuál es la conversación que te gustaría que la gente tuviera sobre ti cuando no estás presente? Sé honesto: ¿qué te gustaría que la gente dijera? ¿Que fuiste una máquina de ventas increíble? ¿Que tuviste una gran declaración de impuestos un año? ¿Que inspiraste a tu equipo y lograste grandes cosas juntos? ¿Que se te ocurrieron los discursos más creativos y siempre tuviste un enfoque nuevo para vender? ¿Que conectaste con los clientes sin esfuerzo? ¡Piensa en grande! ¿Cuál es el legado que te gustaría dejar?

¿Qué tipo de huella quieres dejar en el mundo? Y no digas que no puedes pensar en grande. Eres humano, tienes un cerebro y estás leyendo un libro sobre cómo ser un mejor vendedor para poder ganar más dinero y llevar una vida más plena. PIENSA EN GRANDE. Pregúntate... ¿Cuál es tu GANANCIA?

LA GANANCIA de Tony: Cambiar la forma en que las personas ven las ventas para que todos en el mundo quieran trabajar en un trabajo que ofrezca posibilidades ilimitadas.

Tu GANANCIA: ¿Qué quieres que la gente diga sobre ti cuando no estás en la sala? ¿Cuál es la gran huella que quieres dejar en el mundo? ¡No te contengas!

Después de que mi padre me volara la cabeza, mi actitud cambió. No se trataba solo de trabajar más duro; se trataba de construir una carrera de la que pudiera estar orgulloso. Mi mentalidad cambió de "Esto es lo que tengo que hacer para vender:

levantarme temprano y trabajar un montón de horas” a “Esto es lo que voy a hacer para construir una carrera increíble”. Mi carrera no se trataba solo de ganar dinero, aunque eso ciertamente era parte de la ecuación. Me estaba esforzando por pensar en lo que podía hacer para ser el mejor vendedor posible. Los cuatro principios son los pilares que me llevan al siguiente nivel.

POSITIVIDAD: EL ACEITE QUE HACE QUE TODO FUNCIONE

Hace mucho tiempo que sé cuáles son mis cuatro principios, pero todavía ha habido momentos en mi carrera en los que me he sentido más que desafiado, y mantener una actitud positiva, junto con el apoyo de mi esposa, son las únicas cosas que evitan que todo se derrumbe. La positividad puede salvarte el trasero.

Hace cinco años, le presenté mi corazón al Colonnade Group, que tenía un edificio que quería vender. Seguí actualizando mi correo electrónico como un loco, esperando recibir un correo electrónico diciendo que había conseguido el trabajo. Cuando me enteré de que iban a contratar a otra persona, me sentí devastado.

Cuatro años después, me llamaron. El ático todavía no se ha vendido, estamos pidiendo \$7 millones, ¿te gustaría intentar venderlo? ¡SÍ, me gustaría! Me lanzo de lleno al trabajo. Preparo el apartamento (se ve increíble) y lo promuevo como un loco. Estoy encantado de que este anuncio haya vuelto a mí en un círculo completo, y eso es todo. Voy a vender. El primer mes pasa sin ofertas. Suspiro. ¿Meses dos, tres y cuatro? Ninguna oferta. Ahora me estoy poniendo nervioso. Mi contrato exclusivo está a punto de expirar y recibo la temida llamada telefónica que dice que van a utilizar a otra persona. La mayoría de los agentes habrían pensado: "Está bien, no se va a vender, lo dejaré pasar". La mayoría de los agentes habrían tenido una excusa: es el mercado, hace demasiado calor afuera, ¡Mercurio está retrógrado! Pero yo no. En lo más profundo de mi ser, creía que podía vender este apartamento. Estaba seguro de que podía. ¡Preparados, listos, YA!

Llamé a todos. Pasé todo el día enviando correos electrónicos y llamando a la gente, tratando de encontrar un comprador. Nunca dejé de creer que podía lograrlo. ¡Y funcionó! ¡Encontré uno! Después de dos semanas de negociaciones, se firmaron los contratos. ¡Vendido! Para celebrar, pasé por el apartamento y salté sobre el mostrador (primero me aseguré de que mis zapatos estuvieran limpios) para tomar una foto para Instagram y así poder pregonar esta venta al mundo. El seguimiento, la perseverancia y el trabajo duro son importantes, pero a veces un

acuerdo es tan complicado que tu positividad es lo único que te puede sacar adelante. Cuando parecía que iba a perder el contrato (de nuevo), no desperdicié ni una pizca de energía en el miedo o la duda. Puse todo en marcha y me mantuve positivo hasta que firmamos el contrato.

Sé positivo, ignora todas las razones por las que parece que algo no se puede hacer; céntrate en lo que puedes hacer, ahora mismo, para cerrar el trato. Cuando parezca que nada está funcionando, tu positividad puede darte el impulso que necesitas para trabajar un poco más, hacer una llamada más, comunicarte con una persona más o intentar una cosa más y, de repente, cuando parezca que todo está perdido, habrás cerrado el trato.

La verdad es que no sé nada de jazz, pero sí sé que un famoso trompetista llamado Roy Hargrove, que llegó a la cima de su carrera a una edad temprana, dijo algo muy sabio que siempre recordaré. Él dijo: “Si vas a ser músico, tienes que ser abierto. No dejes nada afuera. Si cuidas la música, ella cuidará de ti”. Me encanta esta cita porque lo que Hargrove expresó tan bellamente sobre su música es exactamente lo que siento sobre mi trabajo como vendedor. Si cuido el trabajo, el trabajo cuidará de mí. Piénsalo. La vida va a tener altibajos. Tendrás días geniales y algunos que te gustaría olvidar. Tendrás buenas relaciones y malas. Todo es inevitable. Pero si te mantienes positivo, agradecido y cuidas el Trabajo, el trabajo cuidará de ti. Pero primero debes comprender realmente lo que implica tu trabajo. Para Hargrove, su Trabajo es cambiar la cara de la música canción por canción, y eso lo ayuda a superar lo terrible.

Por favor, antes de pasar al siguiente capítulo, reflexiona sobre tus cuatro principios y deja que tu trabajo cuide de ti.

EL ESTILO REED

Si haces algo de este libro, tómate un tiempo para pensar en tus cuatro principios y escribe tus pensamientos en el espacio provisto en el capítulo. Yo saco fuerzas de los míos regularmente, y no bromeo cuando digo que hacer esto puede cambiar tu vida. ¡Fue revolucionario para mí entender verdaderamente la diferencia entre trabajar por el trabajo y trabajar por la carrera! Conocer mi Por qué y mi Victoria me recuerda por qué todo este trabajo duro y esfuerzo importan. Y recordar mi Muro me hace sentir gratitud por dónde estoy en la vida hoy, pero también hace que sea mucho más fácil levantarme de la cama y ponerme a trabajar por la

mañana. ¡No podía permitirme un yogur! También me propongo revisar mis principios porque recordarme por qué hago todo esto me mantiene centrado, enfocado e inspirado para trabajar más duro y lograr más.

Y no olvides que tus respuestas pueden cambiar con el tiempo, ¡y eso está bien! Haz que revisar y refinar tus principios sea una parte regular de tu práctica de ventas.

Principio n.º 1: El por qué: ¿Por qué haces lo que haces?

Principio n.º 2: El trabajo: ¿Qué haces todos los días para expandir tu negocio?

Principio n.º 3: Tu muro: ¿De qué estás huyendo?

Principio n.º 4: La victoria: ¿Por qué estás haciendo todo esto?

Positividad: No subestimes el poder de la positividad. Es el aceite que mantiene todo funcionando sin problemas.

CAPÍTULO 8 - Sé el que...

La historia de dos casas de piedra rojiza.

Una vez puse a la venta dos casas de piedra rojiza en la misma cuadra, al mismo tiempo, por unos 10 millones de dólares cada una. Eran muy similares, pero tenían algunas diferencias interesantes.

La primera casa de piedra rojiza que estaba en venta, en West 87th Street, era la mejor de las casas de piedra rojiza. Era como si 1884 y 2017 hubieran tenido un bebé, y ese bebé era increíble. Había sido restaurada meticulosamente por un desarrollador increíble. Tenía chimeneas originales, techos rococó y madera de caoba hasta donde alcanzaba la vista. También tenía una hermosa cocina moderna, ocho baños perfectos, una enorme terraza en la azotea con calefacción al aire libre y un ascensor para que pudieras subir y bajar, deteniéndote para admirar cada piso de tu ridículamente genial casa.

No diría que la segunda casa en venta era la peor de todas: tenía todos los encantadores detalles antiguos que la gente espera de una casa de piedra rojiza del Upper West Side, como puertas corredizas y techos altos, molduras originales y un salón para beber té y fumar puros con zapatillas. Pero a diferencia de su vecina mejor equipada de la cuadra, no estaba decorada: no tenía muebles en absoluto. No tenía ascensor ni terraza en la azotea. Vender una casa vacía que parecía triste y abandonada normalmente sería casi imposible. Excepto que no lo era, porque era la casa de Billie Holiday. ¿Sin terraza en la azotea? ¿A quién le importa? Puedes decirle a la gente que “Lady Day” organizaba cócteles en tu casa con muchos músicos de jazz famosos. Quiero decir, quienquiera que haya vivido originalmente en la mejor casa de piedra rojiza probablemente era un peatón normal, no famoso y con problemas musicales como el resto de nosotros. Quien compró la casa de Billie Holiday no solo estaba comprando una casa, también estaba comprando una pieza única de historia, y esa historia nunca cambia. El siguiente comprador, y el siguiente comprador, todos pueden decir cosas como, “¿Estás de acuerdo en que la interpretación de Billie Holiday de ‘Summertime’ de George Gershwin no tiene parangón? ¿Estoy en lo cierto? Ah, ¿mencioné que esta era la casa de Billie Holiday?” Esa es una historia genial. Y es el tipo de historia que vende una casa. Incluso una que está vacía.

Nunca olvido que en realidad no estoy vendiendo un producto; estoy vendiendo la historia de un producto. Obviamente, no todas las casas que vendo alguna vez estuvieron habitadas por un legendario cantante de jazz. Pero una casa es una gran bola de emociones, no es una compra común.

Es el lugar donde te relajarás y te pondrás al día con Game of Thrones después de un largo día y donde tus futuros hijos tropezarán con los muebles mientras aprenden a caminar. Pero casi todas las compras que hacemos están vinculadas a un sentimiento. Los zapatos que elegimos comprar envían señales sobre quiénes somos, como, “Vaya. Es elegante”. O, “Esos zuecos son sensatos. Debes ser enfermera, camarera o Mario Batali”.

La gente quiere sentirse bien con lo que ha comprado. Quieres poder decirles a tus amigos que conseguiste un buen precio por tu coche, o que acabas de comprar el mismo tipo de palos de golf que usa Rory McIlroy, o tal vez que tu vestido de novia fue confeccionado por el mismo diseñador que hizo el vestido de novia del primo tercero de Kate Middleton. Puedes crear esa conexión esencial entre el producto y el cliente contando una historia. Al fin y al cabo, eso es todo lo que todos quieren: un buen cuento para dormir. Elaborar esa historia no siempre es tan sencillo como decir: “¿Sabes a quién le encantan estos calcetines? ¡George Clooney!”. Más a menudo tienes que ser creativo y profundizar, aprendiendo todo lo que puedas sobre tu producto para encontrar esa pequeña semilla de una historia, porque una buena historia es emocionante. Y cuando vendes emoción, puedes vender cualquier cosa, incluso una vieja casa vacía y triste.

Secreto de Reed n.º 16

Ve más allá de los hechos. Cuando vendas un producto, véndelo con una historia. Cerrarás más tratos y más rápido.

CADA PRODUCTO TIENE UNA HISTORIA, SOLO TIENES QUE ENCONTRARLA

Conoce a John Deco

Cuando tenía 25 años, me convertí en uno de los directores de ventas más jóvenes de un edificio de la ciudad de Nueva York, 99 John Street. Estaba increíblemente emocionado y terriblemente nervioso. Eran 442 apartamentos, una venta total de casi 500 millones de dólares y mucha presión. Y nunca había hecho algo así antes. Esta era una gran oportunidad, pero solo si podía descubrir cómo vender

realmente los apartamentos. Esto fue poco tiempo después de que los mercados financieros colapsaran en 2008 y las casas no se vendieran, que fue como conseguí el proyecto en primer lugar. El desarrollador tenía un equipo de ventas en el lugar que no había vendido casi nada y necesitaban a alguien hambriento que fuera a "crear el mercado". Los agentes inmobiliarios habían dado por perdido el edificio, nadie venía a verlo. Necesitaba encontrar una manera de darle un toque nuevo a este edificio para poder atraer a más gente. Decidí empezar por aprender todo lo que pudiera sobre el edificio. Cuando lo busqué en Google, apareció mucha información sobre las 442 unidades que se estaban convirtiendo en condominios. ¡No hay nada interesante en eso! Cuando el mercado está bien, eso es todo lo que necesitas. Pero cuando el mercado está mal, necesitas vender más que solo el producto: necesitas vender la historia. Quería encontrar esa información especial que haría que la gente se emocionara por venir a verlo, como George Washington se alojó aquí una vez, o Justin Bieber. Entonces la encontré. Descubrí que 99 John Street fue diseñado por Shreve, Lamb y Harmon. ¿Qué? ¿Quiénes son? Ah, solo los arquitectos que diseñaron una pequeña maravilla art déco conocida como el Empire State Building. Estos arquitectos eran grandes nombres en el movimiento art déco de la ciudad de Nueva York. El movimiento art déco se asocia con la bella arquitectura, el glamour, los cócteles y la gente que disfruta de los cigarrillos porque aún no sabían que fumar los iba a matar. Las raíces art déco de 99 John Street eran únicas y me dieron algo con lo que trabajar. Llamé a mi amigo de la universidad, Tom Booth*, que es un ilustrador talentoso. Creó una silueta de un hombre con un sombrero genial al estilo de Humphrey Bogart y lo llamamos John Deco.

John Deco se convirtió en la base de nuestra campaña de marketing. Decidimos organizar una fiesta de bienvenida a John Deco como nuestro evento de lanzamiento. Invitamos a muchos corredores a comer y beber, y repartimos elegantes regalos de Tiffany & Co. y Hermès, asegurándonos de que todos supieran que ambas tiendas estaban ubicadas justo en la zona. ¿Ves qué gran vecindario es este? Ahora la gente hablaba del edificio. De repente, en lugar de llamarlo 99 John, los corredores comenzaron a referirse a él como "el edificio John Deco". Ya no se trataba simplemente de un montón de unidades que se estaban convirtiendo en condominios: ahora todos conocían la rica historia del edificio porque habíamos creado una historia para mostrársela a los compradores potenciales.

Recibimos nuestras primeras tres ofertas al día siguiente.

USAR UNA HISTORIA PARA CREAR UN DISCURSO CREATIVO

Paso uno: define claramente tu desafío

Mi problema era que nadie le prestaba atención a este edificio. Era un mercado difícil y no se destacaba. Era básicamente otro edificio que se estaba convirtiendo en condominios. Necesitaba encontrar una forma nueva de hacer que la gente hablara de él.

Paso dos: profundiza

Ve más allá de los hechos básicos sobre tu producto. ¿Cuál es la historia de tu producto y puedes usarla para contar una historia interesante para una presentación nueva? 99 John fue construido por una legendaria firma de arquitectura que había construido algunas de las joyas arquitectónicas más preciadas de la ciudad de Nueva York. Esta es una pieza interesante de la historia única de 99 John Street. ¿Vendes loción para manos? ¿Quién inventó la loción para manos y por qué? ¿Hasta dónde llegó la tecnología de la loción para manos? “¿Sabías que los nativos americanos solían humectarse con grasa animal hervida? ¿No es este un gran momento para estar vivo? Nuestro producto dos por uno no tiene grasa animal. Ten cuatro botellas”.

Paso tres: planta la semilla

¿Cómo puedes usar esta historia de una manera creativa para hacer que la gente quiera el producto? Pude aprovechar el hecho de que el edificio era un gran ejemplo de arquitectura art déco para diferenciarlo de otros desarrollos más genéricos. Usamos la historia para crear la imagen de John Deco, quien se convirtió en la base de nuestra nueva campaña de marketing. Teníamos una historia interesante para compartir con los compradores.

¿Vender seguros? ¿Le resulta difícil convencer a la gente de que necesitan un seguro?

Aquí hay una idea: “¿Sabías que el seguro se remonta a los albores de la humanidad, cuando los vecinos se aseguraban entre sí con un lugar donde vivir si algo le pasaba a sus hogares? La supervivencia del más apto, con el seguro del sistema de amigos. Ahora sé que probablemente no quieras que tu esposa se mude con Ted, el vecino

de al lado, si tu casa se derrumba sobre ti y ella queda viuda. ¿No es este un gran momento para estar vivo? La prima de nuestro seguro de vida tiene un 25 por ciento de descuento solo hoy”.

EL CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO ES IGUAL AL PODER

Conocí a Frank cuando me pidió ayuda para vender gabinetes de cocina y decidimos filmar su historia para Reed Show. Frank era un personaje real, parecía sacado de Un cuento del Bronx. Era muy fácil hablar con él, pero por alguna razón no podía cerrar un trato. Era muy bueno conectando con los clientes, pero cuando empezaban a hacer preguntas, a menudo se alejaba y le pedía a un colega que viniera a ayudarlo. Como punto de partida, quería que Frank me contara un poco sobre su producto.

Cuando le pregunté de qué estaban hechos los gabinetes, se encogió de hombros y dijo: "Um, ¿madera?" Ohhhh. De acuerdo. Rápidamente quedó claro que Frank no sabía nada sobre su producto, aparte de que los gabinetes eran cosas que se colocaban en las cocinas para almacenar cajas de cereales. Hasta que Frank no tuviera un mejor conocimiento del producto, no se sentiría seguro de responder ninguna pregunta, y ¿quién quiere comprar su cocina a ese tipo? La gente quiere gastar su dinero con la persona más segura y con más conocimientos, de lo contrario, simplemente se quedarán en casa y comprarán en Internet. Y en este momento, Frank no estaba superando a Internet.

Secreto de Reed n.º 17

Si quieres aprender a vender una comida, tienes que pasar algo de tiempo en la cocina. Si es posible ver de primera mano cómo se produce tu producto, ¡hazlo! Hicimos un viaje por carretera a Pensilvania, donde la empresa de Frank consiguió la madera para sus armarios. Vimos cómo talaban árboles gigantes y los cortaban en tablones (¡y me dejaron sostener una motosierra!). Luego, la madera se secaba en un proceso especial que podía llevar hasta dos años. Los armarios estaban hechos a mano con mucho cuidado por seres humanos reales; eran unos armarios de otro nivel. Ahora Frank podía responder a preguntas sobre su producto con más de una palabra (madera). Y su nuevo conocimiento sobre las complejidades de la ebanistería le proporcionó un buen punto de partida para una historia. Podía hablar con los clientes sobre la calidad de su producto, cómo los armarios están hechos a medida con madera curada y cortada a mano, y que su empresa había

estado fabricando armarios de esta manera desde la década de 1950. No se trataba de gabinetes baratos que tuvieras que armar tú mismo, con instrucciones vagas que te llevarían horas y horas, solo para terminar con una cocina torcida que le daría a tu casa un aspecto condenado. Estos gabinetes eran los mejores. ¡Fueron diseñados para albergar los Cocoa Puffs y Yodels de tu familia durante generaciones! El nuevo conocimiento de los productos que Frank adquirió le permitió elaborar una propuesta convincente: estos gabinetes están hechos a mano con madera maciza (a diferencia de la mayoría de los gabinetes hechos de pino menos duradero), utilizando técnicas tradicionales del viejo mundo. Estos gabinetes son una de las mejores inversiones que puedes hacer en tu hogar, ya que están hechos para que tu familia dure toda la vida. Los hemos estado instalando en hermosas cocinas de la ciudad de Nueva York durante más de 50 años.

¡VENDIDO!

USO DEL PRODUCTO PARA CREAR UN DISCURSO CREATIVO

Primer paso: definir claramente el desafío

El desafío de Frank era que ahora existen innumerables lugares donde comprar gabinetes de cocina: grandes tiendas, Internet y, para complicar aún más las cosas, sus gabinetes (aunque valían cada centavo) eran una inversión mayor que algunas de las otras opciones que había. ¿Cómo podía mostrar claramente a los clientes el verdadero valor de su producto?

Segundo paso: profundizar

En nuestro viaje por carretera, Frank aprendió de primera mano por qué su producto requiere una inversión mayor que el de sus competidores: su producto estaba hecho a mano, en Estados Unidos, en un proceso detallado que llevó varias generaciones perfeccionar. No estaba vendiendo basura barata, estaba vendiendo el Rolls Royce de los gabinetes. Pero ahora que Frank había visto el cuidado y la artesanía que se invirtieron en la fabricación de su producto, podía usar este conocimiento al hablar con los clientes. Ahora entendía que estos no eran gabinetes de cocina comunes.

Paso tres: plantar la semilla

Ahora Frank podría construir una historia y una presentación en torno al hecho de que ha visto cómo se fabrica su producto (¡por seres humanos capacitados!) y

sabe que es una opción superior y que los gabinetes durarán toda la vida. Puede usar esta información para crear una historia que atraiga las emociones del propietario: que estos gabinetes se han elaborado cuidadosamente utilizando las mismas técnicas de la vieja escuela durante más de 50 años.

Usar la creatividad para crear una historia o una presentación es un proceso realmente divertido y lo he utilizado innumerables veces. Disfruta de ser creativo: te ayudará a atraer nuevas y brillantes pelotas, obtener publicidad y cerrar tratos. Una vez contraté a un artista para que pintara los cuerpos desnudos de las modelos y luego hice una pancarta de 30 metros de largo con las imágenes y la colgué en el edificio que estaba vendiendo para generar expectación. Funcionó. La gente habló de ello y el edificio se vendió. No éramos simplemente otro aburrido proyecto de condominios nuevos. Una vez estaba vendiendo un apartamento sin vistas. Literalmente daba a una pared de ladrillos. Este apartamento era ideal para alguien a quien no le importaba la luz (como, por ejemplo, un vampiro). Organicé una fiesta con luces que brillaban en la oscuridad para mostrar lo perfecto que era este apartamento para personas que solo estaban en casa a altas horas de la noche. Y funcionó. Se vendió. Adopté la decoración totalmente anticuada de los años 80 en una casa adosada organizando una fiesta de los 80 y llegando en un DeLorean. Se vendió en un día por 7,5 millones de dólares. No hay límites a la forma en que se puede usar la creatividad para resaltar lo que es interesante o único acerca de un producto para que la gente quiera comprarlo.

TODO VENDEDOR NECESITA UN GANCHO

Anthony Hopkins es un actor muy respetado que ha interpretado a Richard Nixon y C. S. Lewis, papeles muy serios. Pero cuando ves a Sir Anthony Hopkins, Comandante de la Orden del Imperio Británico, en la pantalla, lo primero que probablemente piensas es: "Vaya, ese tipo que está parado a su lado debería tener cuidado, porque Hopkins probablemente se coma su cara". Cuando vemos a Anthony Hopkins no decimos: "Él es el que interpretó al mayordomo en esa impresionante película de Merchant Ivory". Decimos: "Ese es el asesino en serie que se comía el hígado de la gente con una guarnición de habas y un buen vaso de Chianti". Hopkins es conocido como el que interpretó a Hannibal Lecter.

Comencé como el que preguntaba a las mujeres embarazadas en Starbucks si necesitaban más espacio. Y aunque hay una gran cantidad de mujeres

embarazadas en la ciudad de Nueva York, sabía que si quería tener éxito, tendría que expandirme más allá de ser el que encontraba nuevos apartamentos para familias que buscaban mejorar. No iba a estar satisfecho con el éxito que venía con el alquiler de apartamentos de dos habitaciones; quería el tipo de éxito que viene con la venta de apartamentos multimillonarios todos los días.

En ventas, existe una correlación directa entre el negocio que obtienes y el negocio por el que eres conocido. Entonces, ¿cómo se hace para pasar de la persona que uno es ahora (la persona que vende poco) a la persona que uno quiere ser, la que vende MUCHO, TODO EL TIEMPO? La decisión que tomé de convertirme en un corredor inmobiliario que vende apartamentos de siete y ocho cifras llevó tiempo. Mucho tiempo. Pero seguí algunas ideas básicas para convertirme en El Que vende apartamentos multimillonarios.

Establece tu campamento base: crea un gancho y prepárate para escalar

Tu primer gancho como vendedor es esa característica especial que tienes. Es lo que hace que alguien quiera comprarte a ti, en lugar de a cualquier otra persona. Cuando Frank y yo regresamos de nuestro viaje por carretera a Pensilvania, trabajamos en lo que lo convertía en la mejor persona para comprar gabinetes. Frank decidió que su gancho era que era el tipo de cocina "de la base a la cabeza". Era el tipo que se comprometía a trabajar con los clientes hasta que terminaran la cocina de sus sueños. Los guiaría durante todo el proceso, desde la elección de los gabinetes, hasta las mediciones y la instalación, hasta el momento en que esos gabinetes se llenaran con tazas de café. No iba a venderle algunos gabinetes y luego dejarlos para que averigüen el resto por su cuenta; la idea de Frank era quedarse.

Quien eres como vendedor hoy puede no ser quien seas mañana o el año que viene. Claro, por ahora Frank es el tipo de cocina "de la base a la cabeza", y eso es genial.

Pero si Frank está en una barbacoa del barrio cuando le presentan a Joe, el tipo que posee 50 edificios de apartamentos, entonces Frank debería convertirse en el que se encargue de instalar armarios de cocina de alta calidad en grandes edificios de apartamentos. Sus ventas aumentarían instantáneamente.

Convertirse en el mejor vendedor significa tener un gancho, pero también ser flexible y estar abierto a jugar con diferentes tipos de pelotas. En un millón de años, nunca hubiera imaginado que me conocerían como el que rompe récords de ventas

de bienes raíces en Brooklyn. Vender bienes raíces en Brooklyn se ha convertido en una parte importante de mi negocio y, si no hubiera estado dispuesto a cambiar de ser el que vende apartamentos en Manhattan al tipo que también los vende en Brooklyn, habría perdido una gran oportunidad para mí y mi equipo. Tu gancho original es tu punto de partida, pero no tengas miedo de cambiarlo: como sopla el viento, vas.

Grítalo desde lo alto de la montaña: el éxito genera éxito

Cuando estaba pasando de ser el que alquila apartamentos de dos habitaciones a ser un futuro padre, le gritaba al mundo entero cada gran negocio que hacía. Claro, durante mucho tiempo la mayoría de mis negocios eran alquileres, con alguna venta ocasional aquí y allá. Pero no esperé hasta llegar a donde estoy hoy para gritar que era el "agente de ventas de mil millones de dólares". Eso no habría tenido ningún sentido. Si haces una gran venta, estás un paso más cerca de ser el vendedor que quieres ser. Cuéntaselo a todos. Envía postales, publícalo en las redes sociales, habla de ello cada vez que puedas. Nadie más que tú (o tal vez tu madre) va a gritar sobre tus logros.

Una vez que decidí ser agente inmobiliario, supe que quería ser el que vende apartamentos multimillonarios. Pero no me desperté un día y dije: "Bueno, ya estoy harto de los alquileres de \$2,000 por mes. ¡Lo sé!" "Me limitaré a acechar a la gente en Park Avenue hasta que alguien me deje vender su ático de 20 millones de dólares hoy mismo". Aunque hubiera sido divertido intentarlo, lo más probable es que hubiera acabado con una orden de alejamiento. Estaba consiguiendo los apartamentos de 2,000 dólares al mes. Así que, en lugar de buscar más de ese negocio, busqué activamente gente a la que pudiera alquilar apartamentos de 3,000 dólares, y luego de 4,000. No estaba dando grandes saltos profesionales, eso es un esfuerzo inútil. Estaba dando pequeños pasos. La conversación con el cliente que compra un jacuzzi de 3,000 dólares es muy similar a la del que compra uno de 4,000. La misma cantidad de trabajo, conocimiento, tiempo y esfuerzo, pero ganas más dinero, poco a poco. Luego, los 4,000 dólares se convierten en 5,000, y así sucesivamente hasta que solo te levantas de la cama para soñar despierto con el jacuzzi de 15,000 dólares de Mac Daddy. En ventas, el éxito engendra éxito. Ahora que alquilaba a gente con presupuestos más grandes, me recomendaban a sus amigos que tenían presupuestos igualmente grandes, o incluso mayores.

Entonces, un día, uno de esos clientes vio que sería más barato por mes ser propietario que alquilar. Y, así de simple, ahora solo trabajaba en ventas. Incluso hoy en día, siempre estoy pensando qué área puedo alcanzar a continuación.

¿Qué negocio no estoy haciendo ahora mismo y debería estar haciendo? Considérate a ti mismo como aquel que hace cosas más grandes y mejores que nunca podrías haber imaginado, y hazlas.

Abraza la longevidad: disfruta de la vista desde arriba

Si bien acepto el crecimiento (¡la expansión en todos los sentidos, por favor!), también reconozco que, para un vendedor, ser conocido en última instancia por una gran cosa es genial. Significa que has llegado a la cima. Ser encasillado como actor no es lo ideal. ¿Puedes siquiera imaginar lo que sucedería si Will Ferrell interpretara a Hannibal en Hannibal Lecter, cuarta parte: La comida final? Podría hacer una escena en la que se come el apéndice de alguien y todos pensaríamos que es divertidísimo. Will Ferrell es uno de los seres humanos más divertidos del mundo y sería difícil para nosotros verlo como un caníbal trastornado. Pero si has llegado a un nivel en el que te encasillan por lo que vendes y estás feliz con eso, es algo genial. ¿Vendes diamantes, pero solo de más de tres quilates? Genial, eres la mujer que vende diamantes enormes.

Vendes cines al aire libre, pero los precios comienzan con seis cifras y trabajas con un paisajista para instalarlos en propiedades en los Hamptons. Genial, eres tú

El que vende cines al aire libre increíbles. Una vez que estés satisfecho con lo que estás vendiendo y a quién, acéptalo, disfrútalo y prepárate para seguir adelante.

CUANDO ESTÁS EN EL TRABAJO, ESTÁS EN EL TRABAJO

Tengo que ser muy claro sobre algo. Cuando estás en el trabajo, debes actuar como si estuvieras en el trabajo. ¿La tienda está abierta? Estás abierto. Miles de vendedores con dificultades se pusieron en contacto conmigo para participar en mi programa Reed Show.

Al final, ocho personas lograron entrar en la primera temporada. Cada uno de estos vendedores estaba en peligro de perder su trabajo y todos tenían diferentes desafíos que superar. Algunas personas, como Frank, no tenían ningún conocimiento del producto, mientras que otras luchaban por hacer conexiones personales con clientes potenciales.

Pero había un hilo común que vi en todos los ámbitos que me volvía loco. A menos que estuvieran cara a cara directamente con un cliente, no estaban conectados. Y cuando un vendedor está en el trabajo, tú estás en el trabajo. No estás comiendo un bagel o navegando por el Instagram de tu ex: estás conectado y listo para hacer una venta.

El primer día de filmación de cada episodio, entraba a la tienda para observar al vendedor con el que estaría trabajando. Me aseguraba de que no supiera que lo estaba mirando (soy astuto). Cada vez que lo hacía, veía lo mismo. El vendedor estaba sentado y esperando, con los hombros encorvados, sin una sonrisa a la vista. Peor que eso, la mitad de las personas con las que trabajaba estaban en un rincón en algún lugar con su teléfono.

No interactuaban con los clientes, ni siquiera decían algo simple como: "Hola, hermoso día" u "¡Oye, tenemos este increíble nuevo exfoliante corporal de lavanda! ¡Tienes que olerlo!" No puedes esperar a que surja la oportunidad perfecta para iniciar una conexión o comenzar a vender. Así no es como se construye una carrera en ventas.

¿Recuerdas Internet por dial-up? AOL le enviará la notificación de "Tienes correo".

Hoy en día, Internet está siempre activo y ha cambiado el mundo. La información, la conexión, un suéter nuevo y tu canción favorita están siempre a tu alcance.

¡Así es como deben ser los vendedores! Si tu vendedor interior está siempre activo, puedes cambiar el mundo. Siempre estás preparado, listo para empezar; no esperas a que aparezca un cliente frente a ti para encender un interruptor y abrir el negocio. Los vendedores exitosos siempre están activos.

No digo que debas estar en la calle 12 horas al día con una sonrisa extraña y exigir que la gente te compre donas. Estoy diciendo que el hecho de que no tengas un cliente frente a ti no te da derecho a no hacer nada. Si algo aprendes de este libro es que hay mucho que hacer cuando el cliente no está allí para aumentar tus cifras de ventas. De hecho, ¡cuando estás solo es el mejor momento para ser vendedor! Podemos buscar nuevos clientes durante 30 minutos, enviar correos electrónicos y mensajes de texto de seguimiento y respuesta durante otros 30 minutos y elaborar una estrategia con nuestro gerente sobre un incentivo del día para ofrecer

a los clientes si compran HOY. Explorar Facebook durante una hora solo está bien si estás buscando clientes.

Secreto de Reed n.º 18

¿No tienes clientes delante? Esta es una excelente oportunidad para trabajar.

DEJA QUE TU BANDERA INTERIOR VUELE (Y DIVIÉRTETE)

Nunca sabes lo que vas a encontrar cuando un cliente abre la puerta. Como corredor de bienes raíces, he entrado en habitaciones y he encontrado pilas gigantes de cabezas de muñecas espeluznantes y esculturas hechas de basura. Una vez estaba hablando con un corredor de bolsa de Wall Street sobre lo que quería en un nuevo apartamento cuando un canguro salió de su dormitorio y saltó por todo su loft. Los corredores de bolsa ven cosas raras. Pero aún así me sorprendí cuando Patty, esta pequeña abuela china, abrió el gran armario de su dormitorio de invitados. Desde el suelo hasta el techo estaba lleno de cintas, lazos y encajes de todos los colores imaginables. Era como si Hello Kitty y Blancanieves se hubieran drogado juntas y hubieran decidido abrir una tienda Etsy. Esta pequeña dama, que negociaba como una experimentada rompepelotas de Wall Street, por cierto, tenía pasión por hacer moños para el cabello. Cerré la puerta y esperé que los posibles compradores no se desanimaran por la cueva psicodélica de cintas de Patty. Tuve suerte. Pude vender el apartamento de Patty al precio total solicitado en menos de un día. Pero había un problema. El comprador quería que Patty (y sus cintas) salieran en 30 días. Eso significaba que si no quería perder la venta, tendría que encontrarle un apartamento a Patty de inmediato. Pero Patty odiaba todo lo que le mostraba. Un apartamento era demasiado pequeño, otro estaba demasiado cerca del edificio de al lado y odiaba uno tanto que se dio la vuelta y se fue sin siquiera entrar. Estaba empezando a preocuparme de perder al comprador que teníamos para el apartamento de Patty y mis dos ventas se convertirían en cero ventas. Tenía que hacer todo lo posible para sacar a Patty de la etapa de decepción, y rápido. Encontré un anuncio en Battery Park City que pensé que era perfecto. Pero con el paso de los días, no iba a correr ningún riesgo. Tenía que hacer que Patty se enamorara de este apartamento y su pasatiempo me dio una idea. Quería convencer a Patty de que quería el apartamento mostrándole que podía tener una habitación entera dedicada a su pasión por hacer moños. Compré cintas. Muchas cintas. Llegué al apartamento temprano y puse una mesa en uno de los

dormitorios. La llené con cestas de cintas de todos los tamaños y colores. Patty podría hacer moños para todos los niños amantes de las princesas de Estados Unidos y le sobraría suficiente para hacer premios para ponis y gimnastas rusas.

Me sentí esperanzado cuando Patty entró al apartamento y no dijo que odiaba nada. Pensó que la sala de estar era de un buen tamaño y sintió que el edificio de al lado estaba lo suficientemente lejos para que nadie pudiera espiarla. Cuando abrí la puerta de la habitación secreta de las cintas, los ojos de Patty se abrieron como platos y supe que lo iba a comprar. Ni siquiera se inmutó cuando me puse un moño en la cabeza y le dije que el precio era definitivo y que no habría Negociación alguna.

Patty había encontrado su moño-topía y yo estaba ganando un doble encargo. Fue un día de cintas de raso en todos los sentidos.

¿QUÉ ES LA GRIPE DEL PASTEL?

Montar una fábrica de cintas en miniatura para Patty fue creativo y funcionó.

No había forma de que pudiera haberlo sabido en ese momento, pero curiosamente el primer destello de que la creatividad podía usarse para aumentar mis ventas ocurrió en ese club de striptease con Sarah. Ver la admiración y el aprecio de Sarah por las bailarinas me mostró algo interesante sobre quién era ella como persona y dónde estaba en su vida, y prestar atención a esto fue casi como recibir un mapa que me guió al apartamento perfecto para Sarah. Si bien no pude encontrarle a Patty un apartamento encima de una tienda de cintas (sí, busqué), pude hacer uso de estas observaciones cuidadosas para ayudarla a ver que este apartamento era perfecto para ella en todos los sentidos.

Patty no tenía una "cueva de cintas" en su lista de deseos para su hogar perfecto. Pero pude ver que valoraba su tiempo haciendo manualidades, era significativo para ella. Los lazos fueron la cereza del pastel: un apartamento de tres habitaciones del tamaño adecuado con una luz perfecta en un vecindario fantástico. Fueron los lazos los que hicieron que el pastel fuera irresistible para Patty. Desde que cerré acuerdos para Sarah y Patty, siempre estoy buscando cosas creativas que pueda hacer para que las personas se sientan cómodas con la compra que están a punto de hacer.

Si tu cliente está atrapado en una de las etapas más complicadas de la venta y necesitas animarlo a que siga adelante, investiga a fondo. ¿Hay algo que pueda querer que vaya más allá de lo habitual? Por ejemplo, si tengo un cliente al que le encanta cocinar y tiene miedo de comprometerse con un apartamento, podría llevarle productos frescos del mercado local de agricultores para mostrarle un beneficio adicional al comprar la casa. Piensa siempre en incentivos adicionales que puedes ofrecer, sin importar lo pequeños que sean.

Es probable que tu joyería no te permita hacer descuentos en un diamante, pero tal vez puedas ofrecer limpiezas gratuitas de por vida. ¡Puedes garantizar a tus clientes que sus diamantes nunca dejarán de brillar! Si vendes casas de muñecas, ¡regala un gatito en miniatura! A veces, un incentivo adicional no tiene que ver solo con el objeto o el servicio en sí, sino con cómo hace sentir a tu cliente con su compra.

A continuación, se muestra un ejemplo: es una tarde gris, fría y lluviosa de sábado en la ciudad de Nueva York. Para la mayoría de las personas, un día como hoy es ideal para ver Netflix y tomar siestas, pero me pongo un abrigo y me dirijo a una jornada de puertas abiertas en Chelsea. Hay un nuevo apartamento en venta que podría gustar a algunos de mis clientes, pero esa no es la única razón por la que elijo aventurarme bajo la lluvia en lugar de acurrucarme con Emilia en casa. Sé que canalizar mi creatividad y mantenerme abierto a probar cosas nuevas son partes fundamentales de mi éxito. Lo bueno de la creatividad es que no tiene límites. Es imposible tocar el fondo de tu creatividad y es imposible pensar en todo. Siempre hay otro ángulo, otra forma, un enfoque nuevo. Siempre hay algo más que proporciona nueva inspiración. Y es por eso que estoy a punto de entrar en un apartamento de dos habitaciones en Chelsea empapado. Quiero ver cómo venden otras personas. Quiero saber cómo lo hacen otros corredores. Entro en un amplio vestíbulo y al instante huelo café recién hecho... y espera, ¿son galletas calientes? No es raro encontrar bocadillos en una jornada de puertas abiertas, pero la combinación de un buen café y galletas con chispas de chocolate con música suave de fondo en uno de los días más desagradables de la historia inmediatamente emite una sensación acogedora que grita que estás en casa. De repente, puedo verme llegando a casa a un lugar como este: puedo imaginar dónde dejaría mi paraguas y dónde me sentaría para revisar mis correos electrónicos y cenar con mi

esposa. ¡Y ni siquiera necesito un apartamento! ¡Ya tengo uno! La sensación hogareña que ha creado el agente está distrayendo a todos del hecho de que, si bien el apartamento tiene ventanas gigantes en la sala de estar, no hay nada que ver afuera de ellas excepto gris y un poco más de gris. Dejo mi información de contacto en la hoja de registro y aproximadamente una hora después recibo el correo electrónico de seguimiento más completo en la historia de los correos electrónicos de seguimiento. El agente no solo envió un mensaje de texto o correo electrónico con un simple "Hola, gracias por pasar". Había pensado cuidadosamente en cualquier pregunta que uno de mis clientes pudiera tener sobre el edificio, el apartamento y el vecindario. Había enlaces para todo. Me había facilitado mucho el trabajo y eso lo agradecí. Le respondí y le dije que no tenía un cliente para el apartamento, pero que tenía un lugar para ella en mi equipo.

Esa noche, en casa, comencé a pensar en cómo uso la creatividad en mi carrera. Siempre utilizo la creatividad para mostrar un producto y desarrollar presentaciones y campañas de marketing. Pero, ¿cómo puedo ampliar mi creatividad para crecer como vendedor?

¿Qué puedo hacer que sea nuevo e inusual? ¿Cómo puedo usar la creatividad para expandir mi audiencia y mi red? Tengo la suerte de estar frente a dos cámaras de televisión, pero tal vez sea hora de hacer otra cosa. Echo un vistazo a mi página de Facebook y, mientras me desplazo por ella, veo actualizaciones y enlaces, y un video ocasional. Saco mi cuaderno y lo abro en mi lista de tareas pendientes para la semana. Agrego a mi lista: "Comenzar un vlog". Luego, agrego otra línea: "Escribir un libro de ventas".

EL ESTILO REED

No tengas miedo de inyectar creatividad y diversión en tus presentaciones. Usar la creatividad y las historias para vender tu producto es una excelente herramienta que te dará una ventaja única sobre tu competencia.

Elaborar un discurso creativo: tres sencillos pasos

1. Identificar el desafío.
2. Profundizar: ¿cuál es la historia de tu producto? O, ¿cómo se produce tu producto?

3. Planta la semilla: haz crecer la pepita de información hasta convertirla en un discurso.

Sé el que: todo vendedor necesita un gancho

1. Establece tu campamento base: crea un gancho y prepárate para escalar
2. Sigue el viento: sé flexible
3. Grítalo desde la cima de la montaña
4. Escala más alto: no busques el negocio que ya tienes
5. Acepta la longevidad: disfruta de la vista desde la cima

Usa tu lado creativo para cerrar un trato

1. Escucha atentamente y observa.
2. ¿Cuál es la cereza del pastel?

CAPÍTULO 9 - Cómo fracasar de forma más inteligente

Corfú, Grecia, 7 de julio de 2016

Tenía puesto el esmoquin y me pareció que se veía genial. ¡El azul brillante era la elección correcta! Me aseguré rápidamente de que no tuviera nada entre los dientes y me sequé el sudor de la frente. En julio, Grecia es sinónimo de calor. Todo estaba en orden y, en unos minutos, abordaría el barco pirata (sí, dije barco pirata) que me llevaría a una antigua iglesia en una pequeña isla donde me casaría con Emilia frente a todos nuestros amigos y familiares (y, eventualmente, al mundo entero, ya que Bravo lo estaba filmando). Planear una boda para 150 personas en una isla griega no estuvo exento de desafíos, así que cuando mi teléfono comenzó a sonar sin cesar, me preparé para un desastre relacionado con la boda. Podría haber sido cualquier cosa: el cura había sido secuestrado, la iglesia había explotado, el calor extremo había hecho que los invitados se pelearan, o habíamos ofendido al dios Poseidón y él había arrojado nuestra tarta nupcial al mar Jónico. Yo hubiera preferido que hubiera sucedido cualquiera de las cosas anteriores (al menos habría sido una historia muy buena), en lugar de lo que estaba a punto de enfrentar.

Rebobinemos un poco la historia, a mi historia con Gemma Markelson.

Nueva York, 15 de junio de 2016

Había estado trabajando con Gemma durante cuatro años. Había estado usando todas las tres F del seguimiento. Le mostraba un apartamento, se enamoraba, estaba a punto de comprarlo, cambiaba de opinión y decidía seguir alquilando.

Era una cliente muy fiel, así que nunca pensé en renunciar a ella, pero era muy exigente y cambiaba de opinión muchas veces. Un mes, solo quería ver departamentos con ventanas de piso a techo y vistas al río Hudson. Al mes siguiente, quería lo mismo, pero cambiar la vista del río Hudson por la del Empire State Building. Luego vino la fascinación por las cocinas abiertas, seguida de un coqueteo con un loft estilo Flatiron. También estuvo la breve fase de “solo unidades en la planta baja porque será más fácil para mi banda ensayar”. ¿Qué? No tenía idea de que ella estaba en una banda. Este intercambio con Gemma había estado ocurriendo durante mucho tiempo.

Luego, en 2016, aproximadamente un mes antes de que me fuera a Grecia para casarme con el amor de mi vida, conseguí una excelente propiedad en venta en 12th Street. Sabía que tenía la compradora perfecta para ella: Gemma.

La llamé en el momento en que supe que tenía la propiedad en venta. Estaba emocionada de escuchar sobre los ladrillos a la vista, los techos altos, el gran dormitorio principal con baño en suite y el diseño abierto. No tenía vistas a un río ni a un edificio emblemático, pero tenía un buen precio y una enorme oficina en casa que podía convertir en una sala de proyección (o un estudio de grabación). Cuando entró por la puerta, noté que se sonrojó y sonrió; esto nunca había sucedido antes. ¡Era perfecto! Gemma había encontrado su hogar. Había planeado poner el apartamento en venta por \$5 millones, pero ni siquiera lo había puesto a la venta todavía, así que tuve que llegar a un acuerdo entre Gemma y el vendedor. Entra la madre de Gemma: “¿Gemma encontró un apartamento? ¡Genial! ¡Ofrezcamos \$4 millones, en efectivo! Cerramos en cualquier momento.

¡Maravilloso!”. En realidad, no maravilloso. En este punto del trato (la parte en la que el apartamento aún no está a la venta), todos los vendedores dicen La Misma Cosa.

Cosa: “¿Quieren ofrecer qué?!? El apartamento ni siquiera está a la venta todavía, y realmente, esa oferta es tan baja que es insultante. Ni siquiera has hecho ningún trabajo en absoluto. ¡Pongámoslo en el mercado y esperemos a que lleguen innumerables ofertas por encima del precio solicitado! ¡Encuéntrenme un multimillonario ruso!” A lo que el comprador siempre responde:

“¿Por qué aumentaría mi oferta? Ni siquiera está en el mercado todavía. ¿Por qué negociaré contra mí mismo? ¡AL DIABLO CON ESE TIPO! ¡Dígale que lo acepte o lo deje!

¡Buena suerte para encontrar un multimillonario ruso al que pagar de más!” Y yo estoy en el medio, como un niño pequeño atrapado entre mamá y papá, tratando de decidir la mejor manera de lograr que se pongan de acuerdo.

Secreto de Reed n.º 19

Los vendedores a menudo se encuentran en medio de situaciones que parecen imposibles, pero siempre hay una solución. Cada trato es un trato si puede descubrir cómo cerrar la brecha.

Mi vendedor y mi comprador estaban a un millón de dólares de distancia, lo que puede parecer mucho, pero para mí era solo una brecha que necesitaba cerrar. Aprendí que este es un momento crucial en cada venta. Estás en el medio desordenado, la tercera etapa completa: el miedo. Aquí es donde generalmente se cierran o se pierden la mayoría de los tratos. La verdad era que, en función de las condiciones del apartamento y de las ventas comparables más recientes, 5 millones de dólares era demasiado y 4 millones demasiado poco, pero, de todos modos, ¿a quién le importan los hechos cuando eres un comprador o vendedor demasiado sensible? Esto significaba que tenía que encontrar una cifra aceptable para ambos clientes.

Tuve que “cerrar la brecha” o arriesgarme a que todos cayéramos en el pozo de los acuerdos fallidos.

Me puse a trabajar para convencer a cada parte de que debía hacer un esfuerzo para ver si podíamos llegar a un acuerdo. Mi regla número uno al comienzo de cualquier negociación es siempre contraatacar. Los clientes a menudo sienten que no tiene sentido hacerlo; dirán: “Estamos demasiado lejos, ¡no tiene sentido!”. Pero he visto una y otra vez cómo persuadir a dos partes para que hagan contraataques puede dar como resultado una transacción mutuamente beneficiosa donde ambas partes sienten que obtuvieron un buen trato (y el corredor está feliz porque hizo la venta). Pero cerrar la brecha no es tan simple como bajar o subir el precio. Tienes que jugar con los miedos. ¿Recuerdas cómo hablamos de tener Muros? ¿Y el Muro como nuestra motivación para tener éxito?

Los compradores y los vendedores tienen lo mismo. El mayor muro del vendedor es un futuro en el que no ha vendido. El mayor muro del comprador es un futuro en el que no ha comprado. Parece simple, ¿verdad? Juego con esos miedos en cada negociación.

Con mi vendedor en la calle 12, le recordé que el riesgo de no hacer una contraoferta era salir al mercado y no vender en absoluto. ¿Valía la pena no vender en absoluto ni siquiera interactuar con este comprador entusiasmado y temprano?

El vendedor escuchó mi argumento y aceptó reducir el precio en \$250,000 para “una venta rápida”. ¡Sí! Le recordé a mi comprador que se trataba de un trato fuera del mercado. Ella estaba entrando temprano y, PD: ¡su hija había estado buscando

un apartamento durante cuatro años! ¿No le gustaría verla felizmente instalada? Aceptó ofrecer \$250,000 para "una venta rápida". Así de simple, la distancia de un millón de millas se redujo a la mitad. Sé que estoy hablando de grandes números aquí, pero lo que debes entender es que estoy haciendo que la brecha sea relativa. Ya sea que estés tratando de cerrar una brecha de un millón de dólares o de \$10, desglosa la diferencia. Básicamente, le pedí a cada parte que ofreciera, en términos relativos, \$2.50. Eso no suena tan mal como cerrar una brecha de un millón de dólares, ¿no?

¡Estábamos llegando a alguna parte! Excepto que todavía no habíamos llegado allí, nadie quería ceder ni un centímetro más y nadie estaba dispuesto a aceptar el trato tampoco. El vendedor estaba pensando, acabo de bajar un cuarto de millón de dólares por una propiedad que ni siquiera está en el mercado todavía. Mientras que el comprador estaba pensando, lo adivinaste, acabo de subir un cuarto de millón de dólares por una propiedad que ni siquiera está en el mercado todavía. Sé que esto parece una cantidad de dinero escandalosa, pero cuando el precio es tan alto, otros \$100,000 o más son como masilla en una bañera con fugas. Están ahí para arreglar las cosas. Habíamos llegado tan lejos y sabía que podíamos llegar a la meta. Fue entonces cuando le pedí al comprador y al vendedor que dividieran la diferencia.

"Llegar a un acuerdo" es probablemente la forma más agradable de cerrar un trato en la historia del mundo de la negociación. Ambas partes se sienten bien y sienten que la otra parte dio una parte igual. Ambas acordaron subir y bajar para que el precio de venta fuera de \$4.5 millones. ¡Trato Hecho! Los vendedores podrían mudarse a la casa que compraron en Connecticut y Gemma tendría su sala de proyección/banda/hámster. Y lo mejor de todo, Emilia y yo podríamos ir a Grecia para casarnos sin preocuparnos por nada de esto. ¡Ja!

TÁCTICAS DE NEGOCIACIÓN QUE PUEDEN MANTENER TU BOLA EN JUEGO

Si parece que estás a kilómetros de un acuerdo, no tengas miedo. Hay muchas formas de cerrar la brecha y encontrar una situación mutuamente aceptable.

Siempre haz una contraoferta. No puedes llegar a ninguna parte sin una contraoferta.

Recuérdales a los clientes que siempre hay un costo por el tiempo. El tiempo es caro.

No puedes predecir el mercado. No puedes asumir que siempre hay una mejor oferta.

¿Pueden las partes involucradas dividir la diferencia?

¿Puedes, como vendedor, ofrecer un incentivo adicional? ¿Puedes reducir tu comisión? ¿Pagar tú mismo un costo asociado con el trato? Recuerda, \$10 es mejor que \$0.

Juega con los miedos.

Habla sobre el muro: no comprar y no vender.

Recuérdale al comprador los riesgos. No comprar podría significar perder la oportunidad de comprar algo que le encanta, obtener un buen precio o comprar algo que ha estado buscando durante mucho tiempo.

Si tratas con vendedores, recuérdales que ir al mercado siempre es riesgoso.

Enfatiza a ambas partes que el trato se puede hacer ahora mismo.

Mantén la conversación en movimiento.

Para hacer que la conversación se vuelva más fluida, mantén el diálogo en movimiento, incluso si tu cliente se muestra reacio a seguir hablando.

Escucha atentamente y elabora una respuesta adecuada a las inquietudes de tu cliente.

Distribuye la victoria: ¿Qué más se puede agregar al trato para que todos se sientan en una situación ganadora? Ejemplo: una vez logré que dos partes que estaban en desacuerdo aceptaran un trato cuando el vendedor les regaló el juego de comedor.

Los vendedores estaban entusiasmados por su nueva aventura en Connecticut, y Gemma estaba trabajando en su paquete de la junta cooperativa. El apartamento en la calle 12 era parte de una cooperativa, lo que significaba que tenía que ser aprobada por un grupo de propietarios, llamado la junta, antes de que el trato pudiera ser oficial y ella pudiera cerrar.

El paquete de la junta cooperativa es un rito de iniciación súper invasivo para la mayoría de las personas que compran un apartamento en la ciudad de Nueva York.

Los compradores deben compartir su historial financiero completo (salario, declaraciones de impuestos, etc.) con los otros propietarios del edificio. Si no pagaste un pago en tu tarjeta de crédito de Victoria's Secret cuando tenías 23 años, lo sabrán, y si tienes la suerte de que te aprueben, compartirás esa vergüenza con ellos cada vez que toques el ascensor. ¿Hay evidencia de que eres malo o loco? ¿Tienes un perro que ladra o tocas la tuba como pasatiempo?

¿No les gusta tu cara? ¿Es jueves? Todas estas son razones por las que una junta cooperativa de Nueva York puede rechazarte. Pero ¡bienvenidos a Nueva York! La junta de la cooperativa es todopoderosa; pueden negarte la entrada por cualquier razón que quieran. Me subí a un avión a Grecia sabiendo que Gemma estaba preparando cuidadosamente su paquete de alojamiento. Todo estaba bien en el mundo. Después de cuatro años de trabajo con Gemma, me iba a casar como un feliz vendedor.

1 de julio de 2016. Llegada a Corfú, Grecia

Y ahora volvemos a mi gran boda griega. Habíamos alquilado la villa más grande de Corfú durante dos semanas y estábamos planeando volvernos locos divirtiéndonos y celebrando nuestro amor. ¡Es Grecia! Tuvimos una gran fiesta de bienvenida y toda nuestra familia y amigos estaban allí. ¡La vida era genial! Pero entonces mi vendedor del loft de la calle 12 dejó un mensaje diciendo que había un problema. Normalmente, uno de los increíbles miembros de mi equipo se habría encargado del paquete de alojamiento y de cualquier problema que surgiera, pero este cliente insistió en que yo me encargara de todo personalmente. Le había prometido a Emilia que no trabajaría durante nuestra boda (aunque ya estaba trabajando porque había traído un equipo de filmación), pero no había llegado tan lejos en mi carrera por no devolver las llamadas telefónicas. ¡Todos los días se rompen tratos y yo los arreglo! Llamé a mi vendedor. ¿El problema? Como los padres de Gemma iban a regalar los fondos para la compra, y como ella era joven y técnicamente estaba desempleada, la cooperativa también quería toda la información financiera de sus padres, y sus padres no querían proporcionársela. Para la junta de la cooperativa, la negativa a proporcionar esta información era como una señal de alerta del tamaño de un rascacielos de Midtown. Pasé los siguientes días haciendo llamadas encubiertas (Emilia me mataría) e intercambiando opiniones con el comprador y el vendedor, tratando de guiarlos a

través de este proceso. Mientras tanto, ¡el drama de la boda abunda! ¡La iglesia tiene doble reserva! ¡Las flores están atrapadas en Holanda! Estoy tratando de asegurarme de que tengamos la mejor boda de la historia, pero en el fondo de mi mente hay una charla incesante sobre información financiera y entrevistas con la junta de la cooperativa. Trato de sentirme mejor recordándome que soy atento y empático, y que éste es solo un camino accidentado hacia el cierre... con una comisión de \$270,000 en juego. Respira.

Secreto de Reed n. ° 20

Una de las razones por las que no puedes vivir o morir por una venta es porque tienes una vida. Haré absolutamente todo lo que esté a mi alcance para cerrar un trato, pero aprendí en mi boda que no quería estar resolviendo tratos mientras mis hijos nacían o en mi lecho de muerte.

7 de julio de 2016, 4:48 p. m. Doce minutos hasta mi boda.

Resulta que no estaba recibiendo una llamada sobre un desastre relacionado con la boda. Era solo un desastre inmobiliario. Maldita sea. "Hola, Tony? Soy Gemma. Entonces, la junta me admitió, pero simplemente no nos sentimos cómodos con un edificio que pide tanta información financiera. Por lo tanto, ya no queremos comprarlo. Estamos pidiendo que nos devuelvan nuestro dinero, ¡gracias! Y lo siento". En esa fracción de segundo, mi gran comisión se desvaneció. También temía que mi vendedor me matara. En lugar de salir al mercado un mes antes de mi boda, había animado a mi vendedor a realizar esta transacción fuera del mercado "sin problemas". Volver al mercado en pleno verano sería un desastre. Esto significa que necesitaba hacer un control de daños rápidamente. El vendedor necesita saber sobre esto lo antes posible, ya que está listo para mudarse, y este horrible desarrollo arruinará sus planes. Llamo a mi vendedor para comunicarle la noticia de que su comprador se retira. "Estoy a punto de casarme en unos minutos, pero estaré de regreso en la ciudad la semana que viene y tienes mi palabra de que te encontraré un nuevo comprador". Eso no fue suficiente. Hubo gritos. Muchos. Traté de explicarles que la junta de la cooperativa había asustado a los compradores y que, aunque hice todo lo posible para mantener viva la operación, no podía controlar los sentimientos de los compradores. Pero eso no fue suficiente. En una operación que está a punto de terminar, el vendedor siempre asume la culpa. Ya no querían trabajar conmigo. Clic. Ugh.

Aunque es frustrante que el negocio se haya roto, y que se haya roto durante mi boda, aprendí una lección increíblemente importante. Me sentí terrible durante una de las mejores semanas de mi vida. ¡Se suponía que debía sentirme increíble! Dejé que mis clientes controlaran mis emociones porque me sentía en deuda con ellos. Cuando alguien me contrata para vender su casa o representarlo en una compra, para mí es como una cuestión de vida o muerte. Me importa la confianza que estas personas han depositado en mí. Sentí que les había fallado. Me preocupaba que nadie quisiera volver a vender conmigo. Empecé a dudar de mis propias habilidades. Creo que todos los vendedores han recorrido este camino muy oscuro en algún momento.

Y desde ese momento, decidí que los negocios que se rompían no me iban a matar. También me recordé a mí mismo que el loft de la calle 12 no era mi única pelota. Cuando regresé de mi boda todavía había muchas otras pelotas en juego. En ese momento me prometí aprender algo de cada una de las pelotas que no salieran bien. En lugar de fallar con fuerza, necesitaba fallar de manera inteligente. Esto me ayudaría a crecer como vendedor y a evitar que otras bolas se caigan en el futuro.

Si estás pensando: “Dios mío, ¿qué te pasa? ¡Estabas a punto de casarte con una hermosa mujer en una isla griega!”, debes saber que cuando me subí a mi barco pirata dejé atrás todos mis problemas. Fue una boda increíble y un día que nunca olvidaré por todas las razones correctas.

SEIS RAZONES POR LAS QUE LAS BOLAS CAEN Y ARRUINAN TU TRATO

Todos dejamos caer una bola o se nos cae un trato y es una lástima. Y si no te ha pasado, eres la primera persona en el universo conocido. El trato con Gemma fue uno de los cientos que perdí durante una carrera de diez años. Y ni siquiera fue el más grande. Una vez perdí un trato con una comisión de \$1.2 millones. Sí. Ay. Lo que he aprendido es que las bolas caen por muchas razones diferentes, pero si entiendes los factores que acaban con los tratos más comunes, es más probable que puedas mantener tus bolas en el aire.

No me malinterpreten: perder una venta no es divertido, especialmente cuando has hecho todo lo posible para que siga adelante. A veces me siento como un médico de urgencias que le hace reanimación cardiopulmonar a un muerto: solo quiero poder decirle a la familia que hice absolutamente todo lo que pude para salvarlo. Sin embargo, las ventas fallidas tienen un lado positivo: del fracaso surge

el éxito. Sé que suena a tontería, pero juro que es verdad. Incluso cuando has perdido dinero, has ganado experiencia.

¿Recuerdas 99 John? Mi primer gran edificio, donde aprendí tanto. Me despidieron de ese proyecto. En ese momento, pensé que era el peor día de mi vida. Pero si no me hubieran despedido, no estaría donde estoy hoy. Sé que eso no ayuda cuando estás tratando de pagar tu hipoteca o tu préstamo estudiantil, pero llegará un momento en una venta en que pienses: "Espera un minuto, ¡esto me resulta familiar! ¡Vaya! ¡Sé exactamente qué hacer!". Cualquier venta que no funcione te está preparando para cerrar futuras ventas que aún no se han realizado.

Permíteme compartir contigo lo que he aprendido: las seis razones por las que las pelotas se estrellan y mueren, para que puedas adquirir conocimientos sin experimentar mi dolor y sufrimiento y mantener todas tus pelotas en el aire. ¡De nada!

#1: Falta de comunicación

La falta de comunicación es la principal causa de muerte en las ventas (y en cualquier relación, en realidad). Mantengo a los vendedores informados de lo que estoy haciendo para vender su apartamento: realizar jornadas de puertas abiertas, esfuerzos de publicidad y marketing, ofertas entrantes, etc. Cuando intento vender algo a alguien, me comunico todas las semanas con ellos sobre los apartamentos que acaban de salir al mercado y los que podrían ser adecuados para ellos. Mantén a tus clientes informados sobre las ofertas, promociones y cambios de productos. Comunícate con ellos regularmente para que sepan que estás cuidando de ellos. Si te despiden de un trato, es probable que se deba a una falla en tu comunicación. Si no hablas con tu cónyuge durante una semana, no importa cuánto la ames en silencio, ¡vas a tener problemas en casa! Y, por cierto, la comunicación es gratis.

#2: Te estás defendiendo, no respondiendo

Mantén la comunicación fluida para que puedas tener una idea de en qué etapa de la venta se encuentra tu cliente (emoción, frustración, miedo, decepción, aceptación, felicidad o alivio). Escucha a tu cliente y aborda cualquier problema con cuidado, claridad y rapidez, pero hazlo con cuidado. La mayoría de los vendedores responden a sus clientes con frases estándar que usan con todo el

mundo, pero los mejores vendedores escuchan a sus clientes y responden con atención. Recuerda, ¡casi cualquier cosa se puede comprar en línea hoy en día! Pero la ventaja que tienes como vendedor es la empatía. Internet no es empático. Internet no puede invitar a un cliente a tomar una copa y decirle: "Escucha, sé que este proceso es estresante, pero hablemos de ello. Solo quiero que sepas que te escucho y te apoyo". No olvides ponerte en el lugar de tu cliente de vez en cuando.

#3: Has establecido expectativas poco realistas

Una vez me despidieron de una operación en los Hamptons porque estaba completamente equivocado sobre mi disponibilidad para estar físicamente presente en una propiedad. Fue mi culpa por establecer expectativas poco realistas, y nunca más he cometido ese error. También soy cuidadoso con establecer expectativas realistas sobre los precios. Es muy fácil decir que sí a la gente, pero causa grandes problemas más adelante. Me he acostumbrado a la idea de tener conversaciones incómodas. No estaré de acuerdo con un cliente en que su apartamento debería tener un precio de \$12 millones cuando creo que es más bien \$8 millones, solo para conseguir un trabajo. Si lo hiciera, no vendería el apartamento y el cliente se enojaría, y te prometo que no recordaría que el precio de \$12 millones fue idea suya. Ese escenario terminaría conmigo siendo despedido para que él pudiera contratar a un agente más realista (y más honesto). Establece como política tuya ser franco y honesto sobre todo. Eso incluye los posibles desafíos que tú y tu cliente podrían encontrar en el camino.

#4: No sabes lo que haces

Cuando era nuevo en la venta de bienes raíces, no tenía confianza ni experiencia. Eso es verdad. Pero sabía lo que hacía. No podía apoyarme en la confianza y la experiencia para salir adelante en una visita o una venta, así que memoricé absolutamente todo lo que necesitaba saber sobre mi producto. Podía recitar los metros cuadrados, el año en que se construyó un edificio de apartamentos, de qué estaba hecha la encimera, la marca de los electrodomésticos de la cocina, si se permitían perros, a qué distancia estaba el apartamento del metro, el nombre del portero y cuántos minutos se tardaba en caminar para conseguir una taza de café. Una vez más, recuerda por qué un cliente te compra a ti (y, ejem, no a través de Internet). Es porque eres una fuente de conocimiento. No puedes estar en medio

de la venta de un anillo de compromiso a alguien cuando te das cuenta de que, "Oh, lo siento. ¿Querías platino? Maldita sea. Esto solo viene en oro. Mi error.

¿A tu prometida le encantará el oro?". Hay que saber de lo que estás hablando. Demuestra tu valor como vendedor. Y es fácil. Simplemente haz el trabajo. Memoriza la información.

¡Preparados, listos, YA!

#5: Tu enfoque es obsoleto

La complacencia es la verdadera muerte de un vendedor. Mírate a ti mismo detenidamente. ¿Estás repitiendo el mismo discurso de forma mecánica y sin pensar? ¿Estás conectando con cada cliente que entra con la misma frase trillada sobre lo horrible que es el clima frío? ¿No te sientes entusiasmado por ir a trabajar y potencialmente vender un montón de cosas? Si algo de eso te suena familiar, es posible que debas cambiar tu enfoque. Entiendo cómo te sientes. No hace mucho tiempo me sentí como Bill Murray en la película El día de la marmota. Mi vida parecía ser la misma todos los días: despertar, hacer ejercicio, ir a un departamento, reunión, reunión, llamada telefónica, otro departamento, y me sentía estancado. A Emilia se le ocurrió la solución perfecta para mi problema, y resultó ser simple (¡y además, divertida!). Cuando llegó un anuncio grande, decidí cambiarlo con otro miembro del equipo por un anuncio más pequeño. Me obligó a enfrentarme a una situación en la que me enfrenté a diferentes desafíos y estaba ejercitando un conjunto diferente de habilidades. Terminé pasándolo muy bien y era justo lo que necesitaba para volver a entusiasmarme con las ventas. Si te sientes estancado, considera trabajar con un tipo diferente de pelota por un tiempo; esto te ayudará a cambiar tu enfoque. Te sorprenderá la diferencia que esto puede generar.

#6: Estás demasiado concentrado en el dinero

El día en que rechazaron mi tarjeta de crédito en el supermercado fue el peor. Si alguien me hubiera dicho: "Tony, la razón por la que no estás vendiendo nada es porque estás demasiado concentrado en el dinero", le habría dado un puñetazo. Este es el último consejo que alguien con problemas de dinero quiere escuchar, especialmente de alguien que tiene dinero. Sé que si vas a una venta sin nada más en mente que el dinero, puede afectar el trato. Por ejemplo, en lugar de salvar un

trato reduciendo la comisión para cubrir la diferencia, tu ego se interpone porque estás concentrado en la comisión completa, y luego el trato fracasa y de todos modos no ganaste nada. O bien, presionas demasiado para cerrar un trato porque solo quieres cerrarlo y cobrar, y luego eres un vendedor de autos y tu cliente te despide y compra el mismo producto con otra persona.

Preocuparse por las facturas, el alquiler, la hipoteca y la comida es increíblemente estresante, y nunca quiero volver a sentirme así. Es difícil, pero haz todo lo posible por desviar tu atención de los problemas financieros y volver al trato.

Concentrarte en el trato y no en el dinero puede hacerte volver al buen camino. En los Juegos Olímpicos de Invierno de 2010, Shaun White tenía la medalla de oro en snowboard en el bolsillo antes incluso de hacer su última carrera por el halfpipe. Podría haberlo hecho sin problemas, pero en cambio lo hizo a lo grande.

¿Por qué? Porque pedaleó como si ya hubiera ganado. Técnicamente ya había ganado, pero la psicología de entrar en un terreno de juego con la confianza de que ya has ganado puede producir resultados asombrosos.

En definitiva, todos hemos pasado por eso. Hemos dejado caer pelotas, hemos perdido ventas y hemos tenido acuerdos que se han desmoronado. ¡Es lo peor! Pero siempre trato de recordarme a mí mismo que esto es normal. Si Derek Jeter se ponchara durante un juego, no arrojaría el bate a un lado y gritaría: "¡Obviamente soy un inútil! Me voy", y se iría a vivir una vida tranquila como granjero de maní. Eso sería una locura. Concentrarse en ese único acuerdo que salió mal (o, bueno, unas cuantas pelotas que se han caído) puede infectar toda tu carrera y toda tu vida, ¡como un cáncer! No lo permitas. Los acuerdos siempre fracasarán, y eso está bien, especialmente si tienes varias pelotas en el aire. La semana pasada fracasó un gran acuerdo. Fue horrible, pero no pasé el día en el sofá comiendo Lucky Charms directamente de la caja y viendo repeticiones de Salvados por la campana. ¿Cómo es eso útil? Ayer hice una gran venta. No colgué el teléfono después de cerrar el trato y le dije a mi equipo: "Bueno, eso es genial. ¡Nos vemos luego, chicos! Voy a tomarme la tarde libre para ver Narcos en Netflix y comer nachos". Sigo así, me ocupo de mis otras bolas y me concentro en el panorama general (aquel en el que tengo el mejor mes de ventas de mi vida).

Secreto de Reed n.º 21

Cuando no consigo un negocio, quiero saber por qué. ¿Por qué yo no? ¡Soy increíble! La verdad es que hay algunos factores que simplemente no puedes controlar y no deberías desperdiciar energía obsesionándote con ellos. Sigue adelante y ve por otras bolas.

SI ALGUNA VEZ SIENTES DESEO DE RENUNCIAR, ¡POR FAVOR LEE ESTO PRIMERO!

Las ventas son el trabajo más difícil que existe. En algunos trabajos, no hay una red de seguridad como un sueldo fijo o un jefe que te dirija. No hay garantía de que realmente se concrete una gran venta. Los vendedores tienen los mejores momentos, pero los bajos son dolorosos. Las ventas pueden ser agotadoras, frustrantes y decepcionantes a veces. Pero si te encuentras al borde del abismo, considera lo siguiente:

¿Has puesto el listón demasiado alto?

Mucha gente fracasa en las ventas porque tiene expectativas descabelladas. Estoy a favor de fomentar grandes objetivos, pero asegúrate de que sean razonables. No pienses que estás fracasando porque has puesto el listón demasiado alto.

Recalibra tus objetivos, si es necesario. Si estás aprendiendo a esquiar, no bajes primero por la montaña más alta, porque probablemente morirás. Comienza con la colina para principiantes, luego avanza por la colina mediana y, cuando hayas dominado esas, puedes pensar en alcanzar la montaña de diamante negro, una vez que hayas adquirido las habilidades y la experiencia para esquiar por ella sin romperte el cuello. Y recuerda, si estás en la parte inferior, ¡bien! ¡Hacia arriba es la única dirección disponible! (Recuerda, soy el tipo que ganó poco más de \$9,000 en mi primer año en ventas hace solo diez años).

¿La inacción te está estresando? Recuerda tu POR QUÉ.

No tomar medidas puede hacerte sentir terrible. Si estás en una mala racha de ventas, no puedes despertarte pensando: “Oh, puedo sentirlo. Hoy es el día en que todo cambiará”. Eso es una ilusión: lo único que puede cambiar tu situación eres tú. ¿Te encanta el producto que estás vendiendo? Tu “por qué” es como una poderosa píldora de vitaminas: te proporciona ese impulso adicional de energía que necesitas para tomar el control y seguir adelante.

¿Cuándo fue la última vez que te diste una recompensa?

¿Has tenido un montón de tratos fallidos? ¿Estás en una mala racha? Puede sonar contradictorio, pero creo que lo mejor que puedes hacer ahora es recompensarte a ti mismo.

No estoy diciendo que necesariamente debas comprar un auto de lujo, pero recompénsate con algo que te levante el ánimo y la confianza. Compra un traje nuevo o un bolso para sentirte genial en tu próxima reunión de presentación. No tiene que ser algo grande: ¿una corbata violeta llama tu atención? Cómprala y sabrás que te verás fantástico la próxima vez que te reúnas con un cliente potencial. En 2014, tuve un mes muy lento. Entonces, compré mi primer apartamento. Mi presupuesto era de aproximadamente \$1.5 millones, pero gasté casi \$4 millones en un penthouse en West SoHo. Fue lo más aterrador que había hecho en mi vida. Pero catapultó mis ventas para el resto del año porque me puso un nuevo muro. Lo había comprado. Ahora tenía que pagarlo, o estaba muerto.

Secreto de Reed #22

Recuerda que siempre hay una acción que puedes tomar. Siempre hay algo que puedes hacer, ahora mismo, para cambiar el resultado de tu carrera.

Siempre hay algo que puedes hacer. Tal vez sea concentrarte en diferentes pelotas, cambiar tu discurso o cambiar tu energía del dinero al acuerdo.

Llama a alguien que no te contrató y pídele educadamente su opinión. Usa esa información para mejorar y refinar sus habilidades. Prueba algo, ¡lo que sea! Y al final, ¿a dónde te llevará mañana si renuncias hoy? A ninguna parte. Afronta tus desafíos directamente y es probable que termines en un lugar realmente increíble.

CUANDO TE ENFRENTAS A TU MAYOR FRACASO TODOS LOS DÍAS

La casa de Brooklyn en Ocean Parkway era increíble y el precio de venta era la friolera de 14 millones de dólares. En 2012, ésta fue mi mayor compra hasta la fecha. Era la primera casa que tenía en venta a este precio y pensé que cambiaría toda mi vida.

Si la vendía, daría lugar a más casas en venta gigantes. Podría contratar a más miembros del equipo, mudarme a un apartamento más grande y tal vez alquilar un coche genial. Sería un cheque de comisión enorme y un gran paso adelante en

mi carrera. La casa estaba en la comunidad sefardí siria en Sheepshead Bay, Brooklyn. Tenía 10,000 pies cuadrados con cinco habitaciones. La mesa del comedor era tan larga que podía invitar a todo Brooklyn a cenar en Shabat. Fácilmente. Los tres candelabros que brillaban sobre ella costaban 300,000 dólares cada uno. La casa tenía tragaluces en forma de cúpula con persianas motorizadas, un ascensor y aceras especiales con calefacción para derretir la nieve que se atreviera a caer allí. Invertí mucho tiempo, dinero y esfuerzo en vender esta casa. Y pasó un año sin recibir una oferta. Ni una sola.

Durante un año, dediqué la mayor parte de mi tiempo y energía a una gran bola. Estaba hiper concentrado. No miraba el panorama general ni pensaba en lo que sucedería si esa bola gigante de 14 millones de dólares se cayera (lo que sucedió). Todavía me encanta el desafío de vender algo grande, pero esa experiencia me enseñó lo importante que es jugar con bolas de diferentes formas y tamaños. Me enfrento a este fracaso todos los días. Tengo una pared de nostalgia en mi oficina. He enmarcado muchos artículos sobre mí y mi negocio de los que estoy orgulloso: grandes acuerdos y premios que hemos ganado. Pero justo en medio de todo eso hay un artículo que me recuerda mi mayor fracaso. El titular del New York Daily News dice: “¡14 millones de dólares! DENTRO de la casa más cara de Brooklyn”. El artículo trata sobre esa casa loca, y en la parte inferior está mi rostro engreído, sonriente y ajeno a todo. Lo enmarqué y lo colgué en mi oficina como recordatorio de que, sin importar cuánto éxito tenga, siempre fracasaré, pero fracasaré de manera más inteligente. No gastaré tanta energía en una sola pelota como lo hice con esa casa en 2012. Seré incansable en mis esfuerzos por levantar tantas pelotas como sea posible. Ahora sé muy bien que es probable que haya más fracasos en el futuro, porque la única forma de evitar el fracaso por completo es no hacer nada en absoluto, y eso simplemente no es una opción.

EL ESTILO REED

Las pelotas siempre caerán. Eso está bien, a veces no hay nada que puedas hacer. Pero incorpora estas técnicas simples en tu práctica de ventas para maximizar tus posibilidades de mantenerlas en el aire.

Tácticas de negociación para ayudar a mantener tu pelota en juego

Cierra la brecha.

Juega con los miedos.

Si estás dejando caer muchas pelotas, necesitas hacer una autoevaluación.
¿Alguno de los siguientes es un problema?

Razones comunes por las que se dejan caer las pelotas

1. Falta de comunicación.
2. Te estás defendiendo, no respondiendo.
3. Has establecido expectativas poco realistas.
4. No sabes lo que haces.
5. Tu enfoque es obsoleto.
6. Estás demasiado centrado en el dinero.

No abandones. Pero en caso de que estés pensando en ello (no lo hagas)...

Cuando sientas ganas de abandonar, pregúntate:

¿Estás estableciendo expectativas razonables?

¿La inacción te estresa? Recuerda tu por qué.

¿Cuándo fue la última vez que te diste una recompensa?

PRACTICA TU OFICIO

Es parte de la naturaleza humana (por lo general) querer responder de inmediato cuando alguien te habla. Pero en ventas, la forma en que respondes (¡nótese que dije responder, no defenderte!) a un cliente puede marcar la diferencia entre cerrar un trato o perder un cliente. Hacer esto requiere práctica. Requiere que luches contra tu impulso natural de hablar. Si éste es un problema con el que luchas, aquí hay dos ejercicios que pueden ayudarte.

EJERCICIOS PARA NO DECIR NADA

1. No digas nada durante 20 minutos. Mantente en silencio. ¿Tienes idea de lo difícil que es esto? Quiero decir, nunca lo he hecho, pero imagino que debe ser muy difícil. Dejando las bromas de lado, este ejercicio puede ayudarte a pensar antes de hablar para que puedas responder a los clientes de manera reflexiva.

2. Vende algo en silencio. Intenta vender cualquier cosa (tu auto, tu perro, tu laptop) a un amigo. Solo puedes usar expresiones faciales y gestos con las manos para expresar por qué deberías hacer esa compra. ¡Es difícil!

CAPÍTULO 10 - Hazlo AHORA MISMO

Las letras decían “Puerta del Cielo” en letras doradas ornamentadas. El letrero descansaba sobre la puerta de hierro forjado más imponente y elaborada. Para mis ojos de 13 años, parecía que la puerta se alzaba hasta el cielo. Ni siquiera puedo imaginar lo que estaba pensando mi hermano de 10 años. La puerta parecía sacada de una película de terror gótica: estaba completamente cubierta de enredaderas. En los cuatro años que habíamos vivido en Topsfield, Massachusetts, nunca habíamos visto la puerta abierta; nunca habíamos visto a nadie entrar o salir. A mi hermano pequeño y a mí nos encantaba pasar en bicicleta por la gran puerta, al final de John’s Lane. Siempre nos deteníamos unos minutos, inventando historias sobre lo que había allí arriba. ¿Era una vieja bruja aterradora que no había salido de la casa en décadas? ¿Un científico loco tenía un laboratorio en una gran mansión allí arriba? O tal vez, como mi hermano y yo esperábamos en secreto, era la casa de Batman.

Estábamos dando un paseo en bicicleta en un día de verano cuando la curiosidad nos venció. Queríamos saber finalmente qué había realmente allí arriba. Resulta que pudimos empujar la puerta para abrirla lo suficiente como para deslizarnos a través de ella. No podíamos creer que estábamos dentro de la puerta. Caminamos por un camino empinado y sinuoso con el follaje más exuberante y flores a ambos lados. Unos cinco minutos después vimos algo que no podíamos creer: otra puerta. Esta era más pequeña, pero igualmente ornamentada. Nos estábamos emocionando. Solo una persona realmente increíble tendría un camino de entrada y una puerta como esta. Nos estábamos haciendo ilusiones. ¿Podría Batman ser realmente nuestro vecino de al lado? Oh, Dios mío. Pasamos por la segunda puerta y continuamos caminando por el largo y sinuoso camino de entrada, y en unos cinco minutos más de caminata nos encontramos con otra puerta. ¡¿Qué?! Esta casa obviamente se vería como un castillo.

¿Habría un foso? ¿Una armadura? El follaje se hizo más profundo. Había matas de rosas silvestres que habían crecido como locas. Pasamos por una fuente que parecía sacada de un cuento de hadas, un cuento de hadas espeluznante, porque estaba llena de maleza y el agua parecía verde y olía mal. Cuando finalmente llegamos a la cima de la colina, nos detuvimos. Justo frente a nosotros, donde

esperábamos que estuviera la casa más maravillosa del mundo, no había... nada. Caminamos más cerca, sin creer realmente que ese camino de entrada de dos millas de largo con sus ondulantes campos de rosas y tres puertas pudiera llevarnos a la nada. Lo que encontramos fue un agujero enorme, lleno de cemento. La losa de hormigón más grande que puedas imaginar: era la base de una casa que nunca se había construido. Estábamos decepcionados, por decir lo menos. ¿Por qué alguien construiría una entrada tan loca y plantaría todas estas cosas, y nunca construiría la casa? Caminamos de regreso, nos subimos a nuestras bicicletas y nos fuimos a casa a jugar videojuegos.

Le conté a mi padre lo que habíamos encontrado y, después de unas horas de ser castigado por allanamiento, aceptó ayudarnos a averiguar qué había sucedido. ¿Por qué no se construyó la casa? ¿Secuestraron al dueño? ¿Murieron solo de pensar en todo ese trabajo de jardinería? ¿Era un espía que tuvo que huir antes de que la casa pudiera estar terminada? Encontramos nuestra respuesta. Resulta que quien fuera el dueño de la propiedad estaba planeando construir la mansión de sus sueños. Comenzó con la puerta y no escatimó en gastos. Gastó una fortuna en jardinería: flores, arbustos y árboles, y luego las otras puertas. Envío grava para la entrada desde Italia y olivos desde Grecia. La entrada a esta casa iba a enviar un mensaje de que la casa a la que estaba a punto de entrar era la mejor casa del mundo. Y lo que había construido era hermoso, pero desafortunadamente, había gastado tanto dinero en esos detalles que no quedó nada. Se quedó sin dinero. No podía permitirse construir la casa real y el banco finalmente embargó la propiedad. Todo ese dinero, tiempo y esfuerzo gastados en una cerca, y ninguna casa para mostrar. No pude evitar preguntarme qué habría pasado si él hubiera construido la casa primero. Para colmo de males, mi padre me dijo que Heaven's Gate también era el nombre de una película de los años 80 que fue famosa por ser el mayor fracaso de taquilla de todos los tiempos.

Recuerdo lo decepcionado que estaba Tony, de 13 años, por esa gran losa de hormigón. Yo esperaba volver a la escuela con historias sobre cómo pasé el verano bebiendo limonada con mi mejor amigo Batman y pasando el rato en su piscina. No había forma de que pudiera saberlo entonces, pero esa aventura con mi hermano me enseñó dos de las lecciones más importantes de mi vida.

1. No hay ningún obstáculo demasiado grande para que yo no pueda superarlo.

2. Haz las cosas más importantes primero.

Esas lecciones sencillas han influido en la forma en que he moldeado mi ética de trabajo y he hecho crecer mi negocio. He priorizado cuidadosamente lo que debe suceder para que mi negocio prospere. Un camino de entrada a ninguna parte es solo un callejón sin salida, pero una hermosa casa sin camino de entrada sigue siendo una hermosa casa. Y, como vendedores, nos enfrentamos constantemente a obstáculos: hay vallas que tenemos que saltar, trepar y luchar para abrirnos paso casi todos los días.

El último mensaje que quiero dejarles es este: sean deliberados sobre cómo crecer como marca y como empresarios. No se paralicen por el análisis ni piensen demasiado en todo: concéntrense en lo que realmente importa y luego actúen. Y además, no hay valla lo suficientemente grande como para evitar que alcancen sus objetivos. Los obstáculos son solo vallas y hay un millón de formas de esquivarlos.

No son muros: los muros son impenetrables. Huyes de los muros. ¿Estás en quiebra y tienes miedo? Eso es un muro: aléjate de él lo más que puedas. ¿Acabas de comprar algo que no puedes permitirte? Eso es un muro. Aléjate de él lo más que puedas (trabajando más duro y ganando más dinero para poder pagarlo).

Sé lo que se siente pensar que no vas a poder saltar una valla. A veces, llegar al otro lado parece casi imposible y no creo que tenga lo que se necesita.

Pero finalmente encuentro un nuevo camino y me doy cuenta de que "acabo de tener la semana de ventas más increíble de mi vida. Estoy tan feliz de haberme obligado a seguir adelante y de haber encontrado mi camino hacia el otro lado".

Filmar Reed Show y trabajar con vendedores que venden todo tipo de productos diferentes me mostró que todos enfrentamos nuestros propios obstáculos únicos; todos tenemos nuestras propias vallas que saltar. Para ser un vendedor increíblemente exitoso, uno que hace malabarismos con múltiples pelotas y cierra regularmente, siempre tienes que estar preparado para alcanzar, para hacer más, para hacer algo diferente. Hay innumerables tipos de vallas de diferentes alturas y anchos, y algunas pueden ser realmente traicioneras, como las cubiertas de alambre de púas. Es probable que haya algunos obstáculos que todos los vendedores hayan encontrado, y esos son los que voy a mencionar aquí (incluido mi mayor obstáculo).

NO HAY NINGÚN OBSTÁCULO DEMASIADO GRANDE QUE NO PUEDAS SUPERAR

¿Cómo puedo destacarme?

Después de mi entrenamiento del domingo por la mañana, generalmente me dirijo a mi oficina en SoHo. Es mi momento feliz. Es tranquilo y pacífico, y paso una o dos horas organizándome y preparándome para la semana que viene. Reviso mi calendario y limpio mi bandeja de entrada. Si no has respondido a un correo electrónico que te envié, recibirás un correo electrónico mío el domingo que dice: "Oye, ¿por qué no has respondido a mi correo electrónico?". Nada se me escapa. El domingo también es mi día de descanso, así que puedo comer Doritos mientras trabajo. Pero hoy es un poco diferente. Me reuniré con mi equipo de redes sociales para hablar sobre un nuevo emprendimiento. Hace unos meses, decidimos que debería comenzar un videoblog. Me doy cuenta de que llego un poco tarde en lo que respecta a publicar videos.

Hay niños de nueve años que tienen millones de suscriptores en sus canales de YouTube dedicados a hacer slime. Pero cada año se venden alrededor de 11.000 apartamentos en la ciudad de Nueva York y hay alrededor de 30.000 agentes inmobiliarios con licencia.

La mayoría de las personas verían esas cifras y pensarían: "Vaya, las probabilidades no son buenas para ganar dinero como agente inmobiliario en la ciudad de Nueva York. ¡Olvídalo!".

Prefiero verlo desde otro ángulo: ¡solo hice un pequeño porcentaje de esas 11.000 transacciones el año pasado! ¿Cómo hago para hacer más transacciones? ¿Por qué no me utilizan todos? ¿Cómo hago para que la gente sepa que estoy aquí y que todo lo que quiero hacer es vender su apartamento o ayudarlos a encontrar uno para comprar? Tengo mucha suerte de estar presente a escala nacional durante los tres meses del año en que se transmite Million Dollar Listing New York. Y ahora puedo estar en el rostro de Estados Unidos durante dos meses más al año gracias a Reed Show. Pero ¿qué pasa con todos los demás meses? Claro, soy muy activo en las redes sociales: ¡publico en Instagram!

¡Yo tuiteo! Pero eso no es suficiente. No voy a quedarme sentado esperando recibir una llamada de alguna persona que se ha visto MDLNY de corrido mientras se ha pasado una semana en el sofá recuperándose de una faringitis estreptocócica. Un

vlog es una forma más larga de redes sociales que me da la oportunidad de divertirme. Puedo ser muy personal y mostrar momentos locos de mi vida que pueden o no estar centrados en el sector inmobiliario. Quiero dar a la gente una idea de cómo son mis semanas y mostrarles lo duro que trabajo. Sé que tengo dos programas en Bravo, pero no es suficiente para mí. No estoy siendo esnob y, créanme, sé cuándo soy un imbécil. Solo digo que todavía no tengo participación en el mercado.

Una de las barreras más grandes a las que me tengo que enfrentar como vendedor es encontrar nuevas formas de distinguirme en un mar interminable de agentes inmobiliarios. En el momento en que creo que he dejado atrás esta barrera para siempre, surge de nuevo y tengo que encontrar una nueva forma de lanzarme al otro lado. Siempre quiero hacer más hoy de lo que hice ayer. Nunca quiero mirar atrás a mi carrera y pensar: "¡Oh, qué hubiera pasado si hubiera intentado eso!" ¿Sabes dónde encontrarás el potencial más desperdiciado? El cementerio. Mientras esté vivo, haré todo lo que esté a mi alcance para utilizar cada gramo de mi potencial y seguir saltando esa barrera.

Ofrece una promoción única

No puedes esperar a que alguien te lance un montón de pelotas, no puedes esperar a que los negocios simplemente entren por tu puerta. Tienes que darles a las personas una razón para aparecer. ¡El otoño en Nueva York es increíble! Entonces, decidí regalar calabazas desde mi oficina en Tribeca. ¡El otoño ya está aquí! ¡Alégrense! Las personas que viven en Tribeca definitivamente pueden permitirse sus propias calabazas, pero ese no era el objetivo. Esta era solo una forma divertida de que las personas supieran quiénes éramos y qué tipo de servicios ofrecemos. No todos los días recibes una calabaza gratis simplemente caminando por las calles de la ciudad de Nueva York; esta era una forma sencilla de generar un impacto. Habla con tu jefe y los miembros de tu equipo sobre lo que puedes hacer.

¿Muestras? ¿Compra una y llévate otra gratis para un amigo? Siempre hay algo que puedes ofrecer para que las personas te recuerden. No te limites a hacer ofertas: crea ofertas. Usa tu esfera de influencia para encontrar una nueva forma de distinguirse.

Amanda, que vendía jacuzzis, tenía hijos y conocía a muchas mamás. ¿Y adivina qué? Se dio cuenta de que los jacuzzis son geniales para las familias. ¡Es como una

minipiscina en la que todos pueden relajarse! Empezó a hablar con otros padres (en la escuela, en el patio de recreo, ¡en cualquier lugar!) sobre lo divertido que es para toda la familia tener un jacuzzi. Ahora, Amanda no solo es “la que vende jacuzzis lujosos”, sino que también es “la que puede encontrar el jacuzzi perfecto para su familia”.

Piensa en quién conoces. ¿Hay algo único en tu esfera de influencia? Tal vez vendas las mejores velas perfumadas del mundo y tengas muchos artistas en tu esfera de influencia. ¡Comparte con ellos que el delicado aroma a lavanda de tus velas promueve la relajación y, por lo tanto, estimula la creatividad!

Piensa en las nuevas conexiones que puedes hacer entre tu producto y quién conoces.

No tengo suficiente dinero para invertir en mi carrera

Hace diez años, cuando me puse el sombrero de Guardian, me di cuenta de que podía gastar aproximadamente \$100 por cheque de pago para invertir en mi negocio. Entonces, sé exactamente lo que se siente sentirse obstaculizado por la falta de un presupuesto de marketing.

No te concentres en lo que gastan las personas que ganan mucho dinero. Mantente dentro de su zona de confort. Digamos que solo tienes 10 dólares a la semana para invertir en ti: eso te alcanza para unos 50 sellos. Consigue papel para impresora y sobres en el trabajo o la escuela, y escribe a mano notas agradables para los clientes potenciales. Sella y envía. Si enviaras 50 cartas por semana, eso sería 2.600 cartas escritas a mano por año. ¡Tienes la garantía de recibir llamadas con ese alcance, y solo cuesta tanto como dos cafés con leche de Starbucks!

Siempre hay una manera de invertir en tu carrera, incluso si recién estás empezando. Solo tienes que hacerlo.

Las redes sociales son gratuitas

Mis plataformas de redes sociales han sido increíblemente útiles a la hora de promocionar mi marca y mis servicios, y estoy orgulloso de cómo ha crecido mi audiencia a lo largo de los años. Pero no soy un experto en redes sociales, y probablemente haya mil millones de artículos dedicados a la mejor manera de maximizar tu presencia en las redes sociales. Las redes sociales son esencialmente tu currículum público, así que piensa en la imagen que quieres proyectar. Lo mejor

de las redes sociales es que son gratuitas: no te cuesta nada empezar a publicar hermosas fotos de Instagram de los suéteres orgánicos tejidos a mano que vendes. Aprovecha las diferentes plataformas para hacer crecer tu red y llamar la atención sobre los servicios que ofreces. Por cada dos publicaciones personales, publica una foto o un video de tu negocio. La gente quiere saber qué puedes ofrecer, pero también quiere conocerte. Recuerda lo que hablamos en el capítulo 3: a la gente no le gusta que le vendan, pero le encanta comprar con amigos (de las redes sociales).

Perfecciona tu F-3, el Seguimiento de Vuelta

He estado yendo al mismo dentista durante años. A menudo he pensado en cambiar de dentista, porque me resultaría mucho más cómodo ir a uno que esté más cerca de mi oficina ¡El tiempo es dinero! Pero mi dentista es tan considerado con sus respuestas de seguimiento que creo que probablemente será mi dentista de por vida. Unas seis semanas antes de que me toque una limpieza, me envía un breve mensaje de seguimiento para recordarme que programe mi cita, ¡y además incluye chistes! Recibo su correo electrónico, me río con un chiste sobre dientes y programo mi cita. Sé creativo y personal con tus respuestas de seguimiento. ¿Qué puedes hacer para mantenerte en la mente de tus clientes?

¿Vendes suministros de jardinería? Tal vez escribas el mejor boletín de noticias de la historia, compartiendo excelentes consejos para preparar tu jardín para las diferentes estaciones. O tal vez levantes el teléfono todos los días y llames a cada cliente que cumple años ese día. Esa es la forma más sencilla de responder a tus preguntas de seguimiento que existe, ¡y apuesto a que estás leyendo esto y no lo haces! Y PD: ¡las respuestas de seguimiento y los boletines también son totalmente gratis!

Práctica, práctica, práctica

Como vendedores, nuestros cuerpos y nuestras voces son nuestras herramientas. Es fácil subestimar la importancia de nuestro lenguaje corporal y el tono de nuestra voz cuando se trata de vender. Cuando estaba trabajando con Mariel, que vende servicios de depilación con cera, noté de inmediato que ella tendía a amenazar a sus clientes; no se ponía a su nivel cuando les hablaba. Esto es incómodo y hace que las personas se sientan incómodas (especialmente cuando intentas vender servicios que implican que las cubran con cera caliente). Trabajamos juntos para encontrar una manera de que ella interactuara con las

personas de manera más natural. Jen, que vendía productos para el cuidado de la piel, también necesitaba trabajar en su lenguaje corporal. Tendía a asumir una postura que la hacía parecer tímida y cerrada; no exudaba exactamente confianza. Trabajamos en usar gestos que la hicieran parecer más abierta y amigable.

Amanda, que vendía jacuzzis, tenía la misma voz monótona ya sea que estuviera feliz, triste o durmiendo. Entonces, trabajamos con un entrenador de voz para mostrarle que su voz tenía rango.

Cuando usas inflexiones, la gente te responde mejor y te escucha más. Si no puedes permitirte contratar a un entrenador de voz, párate frente a un espejo, asegúrate de que tu postura y lenguaje corporal sean firmes y seguros, y grábate hablando con tu teléfono celular hasta que no sea extraño. Luego, muéstrale los clips a alguien en quien confíes y pídele comentarios honestos. ¿Y todos los ejercicios locos que he incluido a lo largo del libro para convertirte en un ser humano más asombroso? ¡Deberías estar haciéndolos!

¿CÓMO ME INCENTIVO PARA ALCANZAR MIS METAS?

Desde mis primeros días en el negocio inmobiliario, siempre me he acorralado a propósito. Que me eligieran para Million Dollar Listing New York, cuando era un corredor muy nuevo, significó que las cosas se estaban poniendo serias. El programa tenía confianza en mi capacidad, y ese fue mi primer gran golpe en la cabeza (metafóricamente). Ya no podía quedarme sentado en mi apartamento viendo la televisión a menos que quisiera que todo el mundo me viera fracasar en la televisión. No tenía otra opción.

Tenía que descubrir cómo ser el mejor corredor. Desde entonces, el hecho de acorralarme a mí mismo me ha llevado a alcanzar mayores metas cada año. Compré un apartamento que cuadruplicaba mi presupuesto y la casa que Emilia y yo estamos comprando en Brooklyn me obligará a trabajar aún más duro (por cierto, mamá y papá, todo saldrá bien, no tienen por qué preocuparse, ¡lo juro!). Así que, fíjate una meta como la que mencionamos en el capítulo 6. Dite a ti mismo que si alcanzas tu meta mensual, puedes comprarte eso que querías. Si no alcanzas tu meta, no podrás tenerlo.

Rompe tu red de seguridad.

Eric, el tipo con la barba grande en Reed Show, trabajaba para una empresa que alquilaba apartamentos a chicos que acababan de graduarse de la universidad. Pasaba cuatro horas de su día viajando, lo cual era una locura. Ciertamente entiendo que el alquiler es caro (lo diré una vez más, mi tarjeta de crédito fue rechazada en el supermercado), pero tomar la decisión deliberada de cambiar tus circunstancias (arrinconarte) puede ser el impulso que necesitas para salir adelante. Si vives con tus padres, considera mudarte. Si enfrentas un largo viaje y quieres mudarte más cerca del trabajo, hazlo. Si eres reacio a desembolsar el dinero para el cuidado de niños a tiempo completo porque aún no ganas mucho, piensa en lo que puedes lograr si tienes todo lo que realmente necesitas para tener éxito a tu disposición. No quiero decirte cómo vivir tu vida: si amas el lugar donde vives, eso es genial. Lo que quiero decir es que reconocer lo que realmente te está impidiendo alcanzar el éxito y abordarlo directamente puede tener un gran impacto en tu carrera. Elimina esa red de seguridad.

Planifica un viaje

Planifica un viaje ¿A dónde siempre has querido ir? Para nuestro primer aniversario de bodas, Emilia y yo queríamos volver a Grecia. Pero esta vez, en lugar de alquilar una villa y llenarla con todos los que conocemos y llevar un equipo de televisión, íbamos a navegar por las islas griegas en nuestro propio yate privado. También había hecho grandes planes para comer helado durante todos los días de estas vacaciones. Nuestro aniversario es la primera semana de julio y lo marqué en mi calendario con letras rojas. He estado haciendo esto durante años y ahora los viajes que hago son simplemente más extravagantes. Cada vez que veo la fecha de mis vacaciones, (a) me emociono mucho; y (b) me siento incentivado a esforzarme más; quiero asegurarme de que me estoy ganando estas vacaciones. No te estoy sugiriendo que hagas algo escandaloso como alquilar el QE2 o alquilar un jet privado (pero algún día, sí, deberías hacerlo), pero planifica algo que te incentive. Ten algo en el calendario que te haga querer trabajar más duro y te impulse durante esos momentos en los que parece demasiado difícil llegar al otro lado de esa valla.

Haz las cosas importantes primero

Cuando estaba listo para comenzar a formar un equipo, decidí que tenía sentido observar lo que hacían los corredores inmobiliarios de gran éxito. ¿Qué tenían

todos en común? Noté algo de inmediato: tenían socios comerciales. ¡Eso es lo que yo haría! Encontré un socio y nos pusimos a trabajar. Pero lo que yo veía como el Trabajo y lo que él veía como el Trabajo eran diferentes. Para mí, el Trabajo (especialmente en las primeras etapas del crecimiento de un equipo) consistía en asegurarnos de que tuviéramos el negocio para sustentar a un equipo. Para él, el Trabajo se trataba más de sistemas: tener Internet configurado y crear un buen espacio de oficina. Yo estaba allí haciendo contactos y buscando negocios, mientras él estaba en la oficina arreglando los muebles. Esa asociación no funcionó, pero solidificó una creencia que he mantenido en lo más profundo desde el día que descubrí que Batman no vivía en la mansión de al lado. Debes hacer las cosas importantes primero. Si el tipo de Heaven's Gate hubiera comenzado con los cimientos en lugar de las grandes y elegantes puertas, su resultado habría sido completamente diferente.

No esperes a que la perfección se vuelva asombrosa

Amo la perfección. Mi trabajo implica mirar las casas más hermosas de la ciudad de Nueva York todos los días. Recientemente redediqué mi oficina de SoHo para convertirla en un lugar aún más atractivo para que la gente trabaje y se ve genial. Incluso agregué una tienda con mucha ropa y cosas con mi nombre por todas partes, ¡siempre expandiendo la marca, ya sabes! También admito que disfruto de los buenos trajes y creo que he escrito extensamente sobre mis excursiones de compra de zapatos en este libro. Pero no hace mucho, ni siquiera tenía traje: usaba pantalones caqui y botas de vaquero para las presentaciones de las empresas, y no dejé que eso me detuviera. En mi primera oficina compartí un escritorio en un restaurante de hamburguesas en la calle 49. No me malinterpretes, las apariencias importan, especialmente en las ventas.

Pero si te concentras en crear la puerta perfecta, nunca construirás la casa perfecta. No esperes a que todo sea perfecto antes de comprometerte a ser un vendedor increíble. No necesitas la tarjeta de presentación más hermosa para hacer una venta. Haz las cosas más importantes primero: construir conexiones, generar negocios, encontrar más balones y aprender a mantenerlos en el aire. Mira a las personas más exitosas del mundo: ni siquiera llevan tarjetas de presentación ni visten trajes, pero se comportan como Shaun White en las Olimpiadas. Cada día

es una vuelta de la victoria porque ya han ganado. Ahora deberías pensar de la misma manera y, eventualmente, sucederá. Te lo prometo.

Cuando estés listo para construir una casa más grande

Cuando la mayoría de las personas se proponen formar un equipo, lo hacen al revés. En mi mundo, la gente planea construir la mejor agencia inmobiliaria del mundo, y montan una oficina elegante y contratan a toneladas de personas y suponen que disfrutarán del éxito solo por su tamaño. La verdad es que hay equipos de tres y cuatro agentes inmobiliarios que hacen miles de millones de dólares en negocios cada año (espera, ese es un gran modelo de negocios). La cantidad de negocios que tengas debe dictar la necesidad de miembros del equipo. No construyas el equipo y espera que el negocio siga. Tienes que responder honestamente a la pregunta "¿Estoy vendiendo lo suficiente como para justificar un equipo?" antes de comenzar a formar uno. Si estás vendiendo millones de lápices cada año, ¡sí, necesitas un equipo! Si todavía estás vendiendo una docena de lápices al mes, sigue así y vuelve a considerar la idea de un equipo cuando tengas más pelotas en el aire.

Ahora tengo un equipo de 60 personas, y eso se debe a que he desarrollado mi negocio a un nivel en el que puede soportar un equipo grande. Cuando empecé, éramos solo Yolanda, que ahora es mi directora de operaciones, y yo. Los dos pusimos los cimientos de nuestra casa. En mi rol de Buscador hice contactos y vendí bienes raíces; como Guardián hice planes para el crecimiento de la empresa; Yolanda fue la mejor Hacedora que jamás haya existido. Se encargó de todo lo demás. ¡Gracias, Yolanda! Las cosas iban lo suficientemente bien como para que contratáramos a un asistente y, finalmente, nuestra casa estaba lista para un par de ampliaciones.

Ahora podíamos mantener a un par de corredores. Primero construimos nuestra casa, el refugio que contiene el corazón del negocio. Y, claro, a medida que todo comenzó a crecer y la gente comenzó a prestarnos atención, prestamos más atención al paisajismo, la entrada para autos y el portón. Pero hicimos las cosas importantes primero.

Encontrar a los mejores miembros del equipo: energía, entusiasmo, resistencia y "educación"

Estás vendiendo más lápices de los que puedes manejar personalmente en un día. Felicitaciones. Estás listo para ampliar tu casa para llenarla con miembros del equipo. Todavía estoy aprendiendo sobre las mejores formas de gestionar y apoyar a mi equipo (su éxito es mi éxito), pero he aprendido que obtengo a los mejores miembros de mi equipo, las personas que se adaptan bien a mis objetivos y valores, siguiendo cuatro factores clave. Lo que yo quiero en un miembro del equipo puede ser diferente de lo que es adecuado para ti.

Pero si descubres cómo es cada una de estas áreas para ti y te esfuerzas por contratar a personas que se ajusten a los requisitos, estarás creando una gran base para un equipo ganador.

Aquí están los cuatro factores clave:

ENERGÍA

Tengo mucha energía, y todos los miembros de mi equipo también. La energía es contagiosa y, o recibes un impulso de las personas que te rodean o te deprimen.

Busco a una persona que sea positiva, segura y tenga el tipo de energía con la que es fácil conectarse. ¿Podemos tener una conversación fácilmente? ¿Es alguien con quien puedo ver hablando e interactuando con frecuencia? Las personas enérgicas también toman la iniciativa y son implacables para conseguir lo que quieren. Ese es un buen miembro del equipo.

ENTUSIASMO

El entusiasmo por las ventas y el producto es algo que se da por sentado. Busco miembros del equipo que puedan inyectar emoción y pasión en todo lo que estén vendiendo, ya sea un ático de tres habitaciones con vistas a Central Park o un pequeño apartamento tipo estudio con vistas a una pared de ladrillos. El entusiasmo es la clave para vender ambos. Si me encuentro con un posible miembro del equipo, puedo ponerlo en un aprieto y decirle: “Véndeme esta silla de escritorio en la que estoy sentado, ¡adelante!”. Observaré atentamente cómo responde. Si me responden: “Um, bueno, es negra y tiene cuatro ruedas”, puede que no seamos compatibles. Si dicen: “Oh, esta silla está diseñada para maximizar su mejor postura posible, lo que resulta en mayor energía y mayor confianza. ¡Esta silla aumentará sus ventas!”, estamos en algo.

RESISTENCIA

Las ventas están llenas de rechazo. Todos lo sabemos. Como he compartido con ustedes a lo largo de este libro, he pasado meses sin vender una sola cosa, y fue terrible. Necesito miembros del equipo que no se dejen intimidar por el rechazo constante, que tengan la determinación de levantarse una y otra vez y volver a salir a la cancha. En ventas, la resistencia puede ser la fórmula mágica que te diferencie de los demás.

La resistencia es el rasgo más difícil de evaluar en un miembro del equipo, pero he creado un truco que funciona de maravillas. Lo compartiré contigo más adelante en el capítulo, ¡así que sigue leyendo!

“E” EDUCACIÓN

También conocida como la E minúscula, porque honestamente no es tan importante.

Si un potencial miembro del equipo está repleto de la energía y el entusiasmo adecuados (y sospecho que tiene la resistencia para superar los peores rechazos relativamente ileso), la educación se considera una ventaja. ¿Ya conoces los entresijos de las ventas porque tienes años de experiencia? ¡Genial! Siempre considero que la educación es una ventaja: puedes enseñar a la gente cómo funcionan tus sistemas; no es fácil enseñar a alguien a tener entusiasmo, resistencia o la energía adecuada.

EL GRAN SECRETO DE REED

De hecho, debatí si incluirlo o no en el libro. Este es el truco que uso para saber realmente si alguien es adecuado para mi equipo. Estaba reacio a compartirlo porque ahora todos conocerán mi secreto y eso hará que mi truco sea inútil. ¡Mi poder se ha ido!

Pero luego concluí que si te tomaste la molestia de comprar el libro y leerlo hasta el final (¡gracias!), mereces conocer el secreto. Pero no se lo digas a nadie.

Cuando recibo un correo electrónico de seguimiento de un potencial miembro del equipo después de nuestra reunión, lo ignoro. A propósito. Cualquiera que haya trabajado conmigo le dirá que respondo mis correos electrónicos en un plazo de 12 horas. Esa es mi manera. Pero no en el caso de los nuevos empleados: los ignoro

por completo. ¿Por qué actúo de esta manera? No es por ser un idiota, es para eliminar a las personas que realmente no tienen hambre. Quiero trabajar con personas que no se desanimen por mi falta de respuesta: me enviarán un correo electrónico nuevamente, haciéndome saber cuánto desean ser parte de mi equipo. Aquellos que hacen eso son, simplemente, los adecuados. Mi compañera de equipo Jen me entrevistó justo antes de que me fuera de vacaciones con Emilia a Grecia. Ella me había hecho un seguimiento después de nuestra reunión, como lo haría cualquier buen candidato. Luego la ignoré. Unos días después, volvió a hacer un seguimiento (ahora me estoy interesando), reiterando que realmente quiere estar en mi equipo. Le respondí rápidamente: “Ha sido una locura, bla, bla, bla, filmar, salir de la ciudad”. No me comprometí a hablar con ella sobre los próximos pasos para trabajar conmigo. ¿Volvería a contactarme? Lo hizo. Este correo electrónico decía algo así como: “Espero que estés disfrutando de tus vacaciones. Me encantaría hablar contigo el jueves o viernes después de tu regreso. ¿Qué te conviene más?”. Ahora sabía que cuando regresara iba a conocer a alguien que podría ser una buena opción para mi equipo. ¡Y la contraté!

¿CÓMO VES TU FUTURO?

He dado todo lo que tenía en ventas y me ha ido bien. Pero mientras escribo sobre este viaje loco, recuerdo que todo comenzó con un niño inseguro que no podía manejar una sola pelota para salvar su vida. Era el antivendedor. Si alguien le hubiera dicho a ese niño: “Escucha, va a mejorar. ¡Algún día serás el agente inmobiliario más exitoso de la ciudad de Nueva York!”, me habría dicho: “No, no, no”. Vas a protagonizar un tv show de éxito y serás tan bueno en ventas que tendrás tu propio programa llamado Véndelo como Reed”, Tony el Llorón no lo hubiera creído ni en un millón de años. Ese chico se habría colado en la cocina para buscar otro pudin de chocolate de contrabando, con la esperanza de que su madre estuviera dormida para que no lo atraparan. Mi carrera en ventas me ha llevado a lugares a los que nunca imaginé llegar. Cada vez que trabajo con un vendedor, me emociono por las posibilidades que se abren ante él.

Porque he estado allí y las ventas lo han cambiado todo para mí.

Hay muchas personas a las que admiro, pero no tengo un héroe. No admiro a nadie más que a mí mismo. Todo lo que hago es por Tony del futuro. E idealmente, Tony del futuro ha trabajado tan duro y ha tenido tanto éxito que puede comprar su

propia isla y pasar el resto de sus días comiendo nada más que Oreos y helado. Eso sería genial.

Sería aún más genial si hubiera cambiado la forma en que el mundo ve las ventas, especialmente las ventas de corretaje de bienes raíces. Esa sería mi victoria. Pero hasta que cambie el mundo de las ventas y cambie la isla de Manhattan por la isla de los snacks, seguiré esforzándome para hacer más cada día. No tengo ningún interés en ser el jugador que más ha mejorado desde quinto grado. Si no estoy creciendo, me estoy muriendo, y definitivamente no estoy listo para hacer eso todavía. Tengo una fotografía del viejo Tony en mi oficina que hice con una aplicación. Todo lo que hago es, en última instancia, para ese tipo, el Tony del futuro.

¿Cómo es tu Yo del Futuro? ¿Estás bebiendo vino en tu espectacular finca toscana y recordando cómo cada vez que te enfrentabas a una gran valla, recordabas tu Por qué y encontrabas la energía para saltarla? ¿Tu Yo del Futuro está haciendo tu viaje anual a Disney con todos tus nietos, tan agradecido de haber hecho el Trabajo, y de que el esfuerzo que te llevó saltar cada valla valió la pena? ¿Puede tu Yo del Futuro recordar siquiera lo que se sentía al tener la espalda contra la pared? ¿Recuerda tu Yo del Futuro todos los desafíos? Las ventas son una carrera, y es larga. Ya sea que hayas estado corriendo durante años o que hayas escuchado el disparo de salida, aún vas a tener grandes altibajos. Pero no importa en qué punto del recorrido te encuentres, sigue adelante. No te detengas. Tu mayor venta, tu mejor semana, tu año más asombroso aún está por llegar. Tu Yo del Futuro te lo agradecerá.

¡Preparados, listos, YA!__