

BIZKAIACTIVA

Para tu reflexión



POR Vicente Gutiérrez

Entre líneas

HAY libros sujetos a muchos tipos de lectura. Desde el más simple en el que, con brillantez, el autor hace coincidir lo que ha escrito con lo que se debe leer e interpretar y, existen también aquellos que te introducen en un mundo de realidades donde cada lector parece que haya leído un libro distinto.

Este es el caso del libro que nos ocupa: *Vender con B de Beneficios* (edit. ESIC), escrito por Ana Blanco.

Después de muchos años de profesión, desde la puerta fría hasta la dirección comercial, Ana ha desarrollado un modelo comercial de éxito que como consultora/formadora ha implantado en no pocas empresas. Este modelo está basado en dos ideas innovadoras. La primera la podríamos enunciar así: “la venta ya no es un acto; es un proceso” y lo justifica de la siguiente manera: “en una organización quien esté fuera del proceso comercial, el proceso le dejará fuera de la organización”. La segunda idea es definitiva y se pronuncia en voz alta tal que así: “vendedor es una profesión y comercial una actitud”.

En su libro, Ana esconde estas dos ideas para que el lector las descubra a través de las anécdotas que ilustran el proceso comercial, y donde cada cual impregne con sus propios matices la estampa de las relaciones entre proveedor y cliente. Sugiero una lectura donde cada punto sirva para dibujar los matices del párrafo que lo precede. Estoy seguro de que en estos matices, el lector encontrará los valores que subyacen en el modelo propuesto por Ana Blanco. ●

El autor es socio director de Grupo Bentas.

Ana Blanco ha llevado su afición literaria al terreno profesional y en su libro ‘Vender con B de Beneficio’ acerca al lector su experiencia como formadora a través de las anécdotas recogidas en el aula

Itziar Acereda

BILBAO — Ana Blanco, socia directora de Grupo Bentas Especialistas Formadores, irrumpe en el panorama literario con el libro *Vender con B de Beneficio*, dirigido a profesionales de la venta, con objeto de “inspirarles y hacerles pensar” para alcanzar mejores resultados en sus procesos comerciales. Publicado por la editorial ESIC, tras presentarlo en la Feria del Libro de Madrid y en la de Bilbao, el próximo día 30 lo mostrará a sus clientes en el hotel Abando de la capital vizcaina a las siete y media de la tarde.

Nacida en Santander y afincada en Gorliz, con su experiencia de 36 años en el mundo de las ventas, primero como vendedora y después como formadora de sus propios equipos y desde 1999 de sus clientes en Grupo Bentas, traslada ahora al lector las anécdotas que cuenta en el aula. Su primer libro de empresa es un proyecto anhelado que ha tardado varios años en gestar. “Del dicho al hecho ha habido un trecho”, confiesa satisfecha.

¿Cómo ha sido la acogida?

—De momento, a la vista de los ejemplares que he estado firmando, y sin tener aún datos de la editorial, es sorprendente. La propia editorial no esperaba tan buena acogida. Creo que al estar en un entramado empresarial muy cercano y con mucho contacto, la gente responde a las invitaciones que les hacemos. La mayor riqueza que me ha dado el libro es darme cuenta de la gente que me rodea, que no nos falla.

¿Supone este libro su debut literario fuera de la lírica, donde ha hecho sus pinitos?

—Yo había publicado de forma compartida algún libro de poemas pero es mi debut con libro de empresa y espero que haya más.

¿Cuál es el objetivo a la hora de escribir este libro?

—El objetivo es inspirar. No quiero dar una clase de ventas a nadie. Mi misión con este libro es servir de inspiración y hacer pensar. Esa es la clave para que cada empresa, cada sector, cada profesional encuentre sus propias respuestas.

¿A quién va dirigido?

—A todo aquel que tenga que vender algo, que tenga una relación con un producto o servicio y tenga que defender sus bondades o incluso el precio.

¿En su desarrollo ha utilizado un recurso pedagógico clave, el de la anécdota?

—Sí. En Grupo Bentas hemos incluido en el aula una metodología que hemos desarrollado mezclando programación neurolingüística, aprendizaje integral y las artes escénicas.

En esa metodología, una de las claves son los cuentos, anécdotas o aterrizaje del concepto a la vida real para que la persona que está adquiriendo ese conocimiento o reflexionando sobre el tema lo vea aplicable. Nos obsesiona la practicidad.

¿El contenido está basado en la experiencia?

—Todas las anécdotas son reales y están extractadas con una mirada de un ojo experto en ventas. Porque la cotidianidad es excelente si se la sabe mirar. Yo llevo vendiendo desde 1980, en aquella época puerta a puerta y una década después ya como formadora de mis propios comerciales, al ser delegada de equipos. De esa formación interna pasé en 1999 a impartir formación como empresa, cuando

se fundó Grupo Bentas y Vicente Gutiérrez quiso contar conmigo como socia fundadora.

¿Cómo pretende captar el interés de la gente?

—No quiero dar clases magistrales ni generar sentencias. Casi todas las anécdotas llevan una conclusión o llevan a una pregunta para que la persona se vaya respondiendo y teniendo su propia versión de hacer bien las cosas. Hay muchas formas y para mí la grandeza está en los matices y en la genuinidad de cada empresa, de cada sector y de cada profesional.

¿A lo largo de estos años ha visto evolucionar la gestión de las ventas?

—Desde 2007/2008, cuando empezó esta revolución económica, las ventas han cambiado muchísimo y ahora

mismo estamos como entre dos aguas. Se ven modelos antiguos de venta combinados con otros nuevos. Las empresas no saben muy bien si seguir vendiendo producto y hablando del producto, con el eje del producto, o poner por fin en el ADN de la empresa al cliente, a la persona, y esto es un gran cambio, una revolución.

¿La crisis ha influido en esa evolución?

—Pienso que ayudó, que fue una oportunidad para darnos cuenta de que teníamos que vender de una forma distinta y reflexionar en torno a la idea de cambiar el ADN de las ventas.

¿Cómo ha sido el proceso de escritura?

—Ha sido muy complicado porque no era una prioridad sino que lo primordial era el trabajo en la empresa. Ya en 2013 me puse a trabajar en este proyecto con disciplina, y he tenido gran ayuda de nuestros becarios de Grupo Bentas a la hora de dar estructura y cohesión al contenido, como he señalado en los agradecimientos. También la editorial me propuso enriquecer el contenido con alguna teoría que aglutine todas las anécdotas y ello me ha forzado a dar más.

¿Ha sido satisfactorio el proceso, que empezó casi como un hobby fruto de su afición literaria?

—Sí. Ha sido como llevar la escritura a mi terreno profesional, ese ha sido el reto.

¿Obedece el libro a una necesidad detectada en el sector de las ventas?

—Detectaba una necesidad de acompañar y complementar nuestras formaciones en aula con un libro en una línea más lúdica, como un complemento de aquellas. Porque no me gustan los manuales. Echaba de menos un complemento y quiero seguir trabajando en esta línea de aportar apoyos docentes que complementen nuestra formación en aula.

Entonces este libro es solo el primer peldaño de lo que pretende ser una larga escalera...

—Se me ocurrió que estas anécdotas son más y son limitadas. Entonces, por qué no ir recopilando las anécdotas de venta de mis alumnos y reflejarlas en un segundo libro. Esta es la idea que está empezando a nutrir mi próximo libro. Es un proyecto sin fecha pero hay abierta ya una convocatoria para que quien tenga una anécdota de ventas la mande por correo electrónico a grupobentas@grupobentas.com.

¿Satisfecha con el resultado?

—Seguramente se podría haber hecho mejor pero con lo que somos, con lo que tenemos y con lo que vivimos este ha sido el primer peldaño. Estoy muy contenta de que no se haya quedado en un proyecto sino que haya visto la luz. Lo peor que le puede pasar a una persona es tener 120 años, y estar despidiéndose de sus biznietos diciéndoles “si yo hubiera hecho...”. Ese “si yo hubiera hecho...” es un pecado contra la vida.

¿Por qué ese título para el libro?

—Lo he tomado del eslogan de la empresa: *Grupo Bentas, con B de Beneficios*. ●

Ana Blanco

SOCIA DIRECTORA DE GRUPO BENTAS Y AUTORA DEL LIBRO 'VENDER CON B DE BENEFICIO'

“Mi objetivo es servir de inspiración a quien tenga que vender”

