



**vender o morir**  
profesionales del venketing

(Luis M<sup>a</sup> García Bobadilla – Enero 2011. [www.venderomir.com](http://www.venderomir.com))

## LA MIOPIA DE LAS VENTAS

Hace ya varias décadas que Theodore Levitt escribió su famoso artículo “La miopía del marketing”, en el que acusaba a la función y a los responsables de marketing de miopía, a la hora de analizar y comprender los mercados en los que operaban sus empresas. Esta miopía llevó a muchas empresas a su desaparición.

La lectura de este artículo, con los “ojos de hoy” nos sorprende, al comprobar que gran parte de las miopías definidas por Levitt en su día, hoy siguen existiendo y son totalmente vigentes en muchas, grandes y reputadas compañías.

Pero ¿hay otras miopías que afectan, o pueden afectar a las empresas?

Definitivamente sí, y la más importante de ellas es la “Miopía de las Ventas”.

Precisamente, en “Vender o Morir” esta Miopía de Ventas, es una de las miopías con la que más nos encontramos, y en consecuencia, más nos preocupa.

Así pues, la cuestión es: ¿cómo podemos saber en qué consiste la Miopía de las Ventas?, y ¿cómo saber si nuestra empresa está miope, y en qué grado, para poder afrontar con éxito los retos del futuro?

Para ayudar a responder a estas preguntas clave, proponemos a la Dirección de toda empresa, una profunda reflexión sobre los 10 siguientes puntos:

- 1.- Consideración del trabajo de Ventas como un trabajo más, o ¿es especial?
- 2.- Cortoplazismo en Ventas.
- 3.- La función de Ventas sólo ejecuta pero no piensa.
- 4.- Nivel de inversión en Ventas.
- 5.- El cliente como el principal activo de la empresa.
- 6.- Relación de los sistemas de remuneración del vendedor con los objetivos de la empresa.
- 7.- Nivel de adaptación de forma permanente de la estructura de Ventas a los cambios en el mercado.
- 8.- Nivel de conocimiento de los verdaderos “inductores” que generan los “resultados” de Ventas.
- 9.- Identificación y gestión del “conocimiento de Ventas”.
- 10.- “La Venta y el vendedor, ¿han muerto?”

Defina sus criterios sobre cada uno de los 10 temas anteriores. Por favor, no se engañe, sea valiente, y ponga en un papel, negro sobre blanco, cómo se actúa y se opera en su empresa, en la realidad, y en relación cada uno de los anteriores puntos. ¡Ponga ejemplos! Es la mejor forma de visualizar las actuaciones, y por lo tanto las ideas y la cultura que hay detrás de ellas.

... O si lo prefiere rellene nuestro cuestionario de “Índice de Miopía”, y así sabrá con más precisión el grado de Miopía de Ventas existente en su empresa.

Una buena noticia, para acabar: la miopía hoy se cura con una breve y sencilla operación.

Por favor, si su empresa es miope, ¡operése ya! No espere más, con miopía se ve mal el mercado, los clientes, las oportunidades, etc.

Luis M<sup>a</sup> García Bobadilla

“Vender o Morir” ([www.venderomorir.com](http://www.venderomorir.com))

Profesor de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid)

(Enero 2011)

El Marketing ha muerto, *Venketing* en **Facebook**: <http://www.facebook.com/group.php?gid=105297376191802&ref=ts>

Usted elige, *Vender o Morir*, **web**: [www.venderomorir.com](http://www.venderomorir.com)



**vender o morir**

profesionales del venketing