

INSTRUCCIONES PARA LA PRESENTACIÓN Y VENTA DE NUESTRAS OBRAS EDITORIALES

INTRODUCCIÓN

Los consejos que daremos a continuación son muy generalizados y deben servir a nuestros colportores como guía para hacer un mejor trabajo en la presentación de nuestros libros.

No importa que obra estemos ofreciendo en la actualidad, nuestro programa de trabajo no debe variar. Para tener éxito hay que prepararse cada día. No debemos confiar en que ya sabemos lo que tenemos que hacer.

De forma muy resumida recordamos a los colportores lo que deben tener en cuenta para que su ministerio sea más eficaz.

I. PROGRAMA Y OBJETIVOS

Ningún colportor debe salir a trabajar sin un programa. Antes de comenzar la jornada el colportor debe saber cuántas visitas se propone realizar, cuántas horas trabajará y a quiénes visitará en ese día.

Sugiero además que os propongáis blancos anuales, que después los dividáis por meses, semanas y días. Nadie que corre sin saber cuál es la meta puede llegar a ella.

Los objetivos a conseguir deben ser: VENTAS GLOBALES, VENTAS DE PUBLICACIONES RELIGIOSAS, ESTUDIOS BIBLICOS Y BAUTISMOS. Jesucristo dijo: “**Pedid y se os dará**”. Debemos orar y trabajar para conseguir, con la ayuda de Dios, los blancos que nos hayamos propuesto.

II. PREPARACIÓN

El éxito nunca viene solo, hay que procurarlo, si deseamos hacer las cosas bien hay que prepararse convenientemente:

1.-DOMINA LA PRESENTACIÓN ESCRITA

Lec detalladamente los argumentos que se ofrecen en el relato o presentación y apréndelos de memoria, no las palabras, pero sí las ideas. Trata de encontrar nuevos argumentos de venta cada día. Adapta la presentación a cada persona y háblales de los beneficios que les reportará su adquisición.

2.-LEE SIN FALTA LOS LIBROS

Esto te dará fuerza moral e intelectual para hacer frente a las objeciones. El conocimiento de los libros que has de vender te proporcionará argumentación para cada necesidad que nuestros visitados tengan, así podrás demostrar mejor la utilidad de nuestras publicaciones, creando el deseo de compra.

3.-APRENDE LA PRESENTACIÓN DE MEMORIA

¡Ponte en marcha ahora mismo! Aprende la presentación de memoria y haz ensayos en voz alta; prepara tu presentador (prospecto) con el material que se te proporciona y aprende su manejo. No te conformes con algo superficial, cava hondo y pon buen fundamento. Trabaja duro y sé perseverante, así tendrás, con la bendición de Dios, el éxito asegurado.

III. DECÁLOGO PARA TENER EXITO

1. Conságrate cada mañana y en cada momento del día al Señor y ora por el éxito. Ten fe y amor por las almas, sé animoso y perseverante.
2. Vistete de forma elegante y limpia.
3. Organízate bien. Haz un plan de trabajo para el día, la semana y el mes.
4. Estudia cada mañana por lo menos media hora, buscando nuevos puntos de venta, ya sea en el presentador, en los libros, en periódicos u otras fuentes.
5. Trabaja desde temprano por la mañana. Las primeras horas del día y las últimas de la tarde, son frecuentemente las más fructíferas.
6. Trabaja regularmente de 7 a 9 horas diarias y lucha por alcanzar tu blanco sin distraerte.
7. Ofrece el total de libros como un conjunto inseparable y no fracciones la colección más que en caso extremo.
8. Imprime vida y entusiasmo a tu presentación.
9. Comienza en cada lugar visitando al alcalde y a las autoridades. Su firma y sello elogiando tu labor, te ayudará mucho en el trabajo. Recoge cuantas firmas puedas de tus clientes y personas influyentes de la localidad.
10. Recuerda que «el éxito es el resultado de la unión del esfuerzo humano con el poder divino» (C.E. pág. 148).

IV. ESQUEMA DE UNA PRESENTACIÓN PERSONAL EN PISOS Y COMERCIOS

La presentación de nuestras publicaciones de forma personal, es sin duda mucho más fácil y violenta menos nuestra personalidad, que la presentación colectiva.

Es también menos productiva en ventas, pero proporciona más posibilidades para el contacto y el testimonio personal. Todo esto hace que debamos ser bien equilibrados en nuestro trabajo de colportaje.

La presentación ideal es como un buen sermón o conferencia y tiene tres partes vitales.

1.-INTRODUCCIÓN

Tiene por objetivo conseguir la atención del cliente, suscitar el interés y lograr su confianza. Es una parte muy importante. La gente está tan ocupada y atareada que resulta difícil lograr que nos dediquen un poco de su tiempo, una buena introducción es media venta.

Debe haber lugar en la introducción para:

- Un saludo cordial.
- Un contacto amistoso que genere simpatía.
- Una breve y amigable conversación en torno al cliente o algo que él tenga o esté haciendo en ese momento, ayuda a ganar su simpatía y confianza. Ejemplos:

a) *En talleres y comercio.*

Al llegar al pequeño taller o comercio, pregunta por el dueño y si no está, pide ver al encargado. Saluda con una amplia sonrisa.

«Muy buenos días señor Sánchez, celebro saludarle, soy José García y represento el Servicio de Educación y Salud. ¿Me permite unos minutos? Seré muy breve».

b) *Por pisos.*

Por la placa de la puerta o el buzón podemos enterarnos del nombre de los señores de la casa. Al llamar retirémonos unos pasos para no asustar al cliente, jamás debe darse la impresión de que queremos meternos en su casa. Sonriamos y mirémosle a los ojos al tiempo que decimos:

«Buenos días, señora González. Mucho gusto en saludarle, disculpe la molestia. Mi nombre es José García y represento al Servicio de Educación y Salud y (puede presentarse una tarjeta de visita) deseo hablar con usted unos minutos ¿me permite?» En ambos casos unas palabras de elogio a su fábrica, tienda o casa, romperá el hielo y ganaremos la simpatía de nuestros visitados.

2.-DESARROLLO O EXPOSICIÓN

En el momento en que el cliente consiente en escucharnos hemos de captar su atención e interés a fin de llevarle a la decisión. Hemos de conseguir en la exposición:

Una presentación viva y eficaz en la que ganemos la razón del cliente.

Dar una información breve pero interesante, concisa pero clara, del valor de la obra que le estamos ofreciendo.

El cliente adquirirá los libros por el servicio que puedan ofrecerle.

Conseguir información que nos permita conocer sus necesidades. «¿Tiene usted niños? ¿Es usted fumador?».

Hacer preguntas hábilmente formuladas que lleven al cliente a la decisión, como por ejemplo:

«¿No le parece que la salud y la felicidad de nuestra familia es lo más importante del mundo? Vea cómo proteger la salud de su familia».

3.-CONCLUSIÓN O CIERRE DE LA VENTA

La conclusión lleva al cliente a tomar una decisión a favor o en contra. Debemos subrayar las ventajas de la obra de tal manera que comprenda que haría un mal negocio si no la adquiere. Sobre todo, en el cierre hemos de ganar el corazón del cliente, aludamos, pues, a sus sentimientos. Sus hijos, su esposa o su madre, y la importancia de protegerlos y ayudarlos, son los temas propios de un buen cierre.

V. LA PRESENTACIÓN COLECTIVA EN TALLERES, FABRICAS, BANCOS, ETC.

Una buena presentación de nuestros libros en forma colectiva a un grupo de personas en un taller, en una fábrica, en un hogar, en un banco o cualquier institución, requiere una mejor preparación.

1.-AUTORIZACIÓN

Lo primero que hemos de obtener de los directores o gerentes de las empresas es un permiso honesto, en el que hayamos dejado claro todo lo que vamos a hacer en su empresa.

2.-BUENA PUBLICIDAD

Una vez obtenido el permiso, hay que hacer una buena propaganda entre los trabajadores de la labor beneficiosa que deseamos realizar con ellos. Esto se puede conseguir fácilmente usando carteles y folletos, donde se anuncien los temas que vamos a tratar en nuestra charla de orientación médica, el lugar, el día y la hora que se celebrará dicha reunión.

3.-FILMS Y MUÑECO FUMADOR

Es muy aconsejable usar en la presentación el "muñeco fumador" y algunos films como: **Cuenta regresiva**, **Lo siento nena**, **El pulmón de Juan**, **El corazón de Juan** y **El estrés**. Las dos primeras películas presentan los peligros del tabaco, y por lo tanto sólo las proyectaremos donde haya mayoría de fumadores. Las otras películas abordan toda la problemática actual de la sociedad respecto a la salud y a la educación. Estos films introducen muy bien nuestra presentación porque abarca la totalidad de los temas que expondremos después con más detalle en la presentación: Salud y educación. Medicina natural preventiva, nutrición, vida familiar...

En todos los casos no debemos empezar nuestras reuniones sin antes hacer una introducción, como veréis en la presentación modelo. Si no podéis usar películas al menos utilizar el muñeco fumador, pero siempre ofrezcamos a nuestros oyentes alguna novedad ilustrativa que fije su atención en nosotros.

4.-ARGUMENTOS APROPIADOS

Las presentaciones modelo que hemos preparado son demasiado largas para poder exponerlas en el corto tiempo que nos concederán en una presentación colectiva o personal.

Si las hemos hecho así es para ayudaros a conocer mejor las obras que vendéis y os sobre argumentación. No olvidéis que un maestro no puede, ni es capaz de enseñar, todo lo que sabe, sino una pequeña porción. Por lo tanto, es necesario que aprendáis aun de memoria todos los argumentos de venta que os ofrecemos.

Debemos exponer a quienes están escuchando nuestra charla aquellos argumentos más necesarios para ellos. Por ejemplo, si las personas que tenemos delante son jóvenes y con hijos, hemos de presentarles los argumentos que inciden más sobre los problemas y las necesidades que tiene la familia moderna.

CONCLUSIÓN

Esperamos que todos los consejos y argumentos que os damos, añadidos a vuestra propia iniciativa, consigan una mejor técnica en vuestro método de presentar a las gentes el maravilloso mensaje de salud, esperanza y paz que contienen nuestras publicaciones.

Tratad de impresionar los corazones, ganad amigos y no simples clientes y que ellos puedan ver en vosotros algo más que un vendedor de libros, que vuestra vocación de servicio a Dios sea manifiesta por todos los que os conozcan.

Estamos necesitados de hombres y mujeres valientes y consagrados para este ministerio del colportaje. Iglesias se siguen levantando en los lugares más apartados gracias a la obra de nuestros colportores.

Pero los tiempos son difíciles y algunos no permanecen en el puesto al que fueron llamados. Nada debe desanimarnos porque **«surgirán dificultades que probarán vuestra fe y paciencia. Encaradlas valientemente... Los que trabajan para Cristo nunca han de pensar y mucho menos hablar acerca de fracasos en su obra. El Señor Jesús es nuestra eficiencia...»** (Colporteur evangélico, págs. 163-164).

TEXTO
EDITORIAL SAFELIZ, S.L.