

Miguel Iribertegui: “La venta es un ejercicio de honestidad”

por navarracapital

octubre 06

<http://www.navarracapital.es/miguel-iribertegui-la-venta-es-un-ejercicio-de-honestidad/>



En un abarrotado **‘Salón de Actos’** del **Club de Marketing**, la primera persona en intervenir fue la **directora de ESIC Navarra, Ana Aracama**, quien, aparte de dar la bienvenida a los asistentes, actuó como introductora de **Miguel Iribertegui**, profesor de **‘Técnicas de Venta’** en el primer curso de grado de la citada escuela de negocios y autor del libro **‘Vender de Cine’ (ESIC Editorial)**.

Tras hacer un breve repaso a la trayectoria profesional del protagonista, **Aracama** destacó de **‘Vender de Cine’** dos aspectos que consideró *“fundamentales”*. El primero, *“que recoge ideas, propuestas y soluciones que se pueden implementar en la empresa al día siguiente de su lectura, de forma inmediata”*, indicó para añadir a continuación que, quien lo adquiera, *“tendrá entre sus manos una magnífica herramienta de formación tanto para vendedores senior como junior”*.



Asimismo, la **directora de ESIC en Navarra** definió la

obra de **Iribertegui** como un tratado **“innovador y muy didáctico”** con el que **ESIC Editorial** inicia **“Escuela de Ventas”**, una línea de trabajo específica que le permitirá ampliar su ya de por sí **extenso catálogo de libros y títulos dedicados al mundo de la empresa.**

El autor, que se definió como “un simple aficionado” al séptimo arte, explicó los pormenores de un trabajo que trata de resolver diversas cuestiones que rodean a la controvertida figura del vendedor o comercial de empresa

Por ejemplo, **“¿Quién puede ser un buen vendedor?”** Pues en opinión de este profesor de **ESIC**, **“cualquiera no vale”**. Es más, según su criterio, **un buen comercial debe saber del sector en el que trabaja pero, sobre todo, ser especialista** y, como ejemplo de esto último, expuso la escena de **'300'** en el que los espartanos se reúnen, antes de la batalla final, con sus aliados **“arcadios”**. Según **Miguel Iribertegui**, ese momento demuestra que **“necesitamos espartanos de la venta, es decir, profesionales que, además de saber de su sector, decidan coger la lanza y pelear la venta”**.

Otros ejemplos que se mencionan en el libro son los vinculados a películas como:

- **Kingsman (El Servicio Secreto)** sobre la oportunidad de realizar una buena **selección de vendedores**
- **The Joneses** o donde se demuestra que **la venta del lujo** se hace por contagio, no por publicidad.
- **Crash** en el que **se detallan las características que debe reunir un buen vendedor**, a saber: **conocimientos, actitud, suerte, contactos y una ‘habilidad’** muy especial que aparece en dicho filme y que Iribertegui desarrolla en su volumen ‘Vender de Cine’.
- **El Club de los Poetas Muertos**, sobre la necesidad del vendedor de **entrenarse y formarse** para vender.
- **Cisne Negro** en el que, según **Miguel Iribertegui**, queda reflejado que **la acción comercial, en gran medida, es una actuación** y que, dentro de la misma, **“lo beneficioso que es ser honesto”**. Es más, equiparó la estrategia comercial con una **“carrera de fondo”** donde **“la venta es un ejercicio de honestidad”** apuntó.

Finalmente, el libro incluye también experiencias personales y en su parte última la parte más didáctica en la que el autor se centra, sobre todo, en **técnicas de venta** para lo que utiliza como ejemplos escenas de películas como las de **Indiana Jones** (donde se muestra el trabajo de **prospección** que debe hacer un buen comercial) o **“En Busca de la Felicidad”** en el que se habla de **la importancia que tiene para un vendedor elegir un vestuario adecuado.**



La exposición del profesor de ESIC **Miguel**

Iribertegui concluyó con dos mensajes que, en el fondo, subyacen en su libro ***‘Vender de Cine’ (ESIC Editorial)***. El primero de ellos, **la necesidad de respeto y consideración** hacia la figura del comercial o del vendedor ya que, tal y como recordó, ***“somos los que traemos los recursos a la empresa y la hace viable”***.

Por otro lado, la importancia de la ***“venta consultiva”***, es decir, ***“el cliente debe percibir al vendedor como alguien que puede ayudarle y ésta es la clave que hace que todo funcione”***, sentenció un autor ue puso como ejemplo de esto último **las clases de dicción del rey Jorge VI** que forman parte de la trama argumental de **‘El Discurso del Rey’**.

A continuación, para todos los interesados, pueden encontrar una información más detallada sobre el libro del profesor de ESIC, Miguel Iribertegui, *‘Vender de Cine’ (ESIC Editorial)*, en el siguiente enlace.

COMPÁRTELO:

- [Click to share on WhatsApp \(Se abre en una ventana nueva\)](#)
- [Comparte en Facebook \(Se abre en una ventana nueva\)](#)
- [8Haz clic aquí para compartir en LinkedIn \(Se abre en una ventana nueva\)8](#)
- [Haz clic para compartir en Twitter \(Se abre en una ventana nueva\)](#)
- [Haz clic para compartir en Google+ \(Se abre en una ventana nueva\)](#)
- [Haz clic para imprimir \(Se abre en una ventana nueva\)](#)
-



NACAP · Comunicación y RRPP Empresarial. Calle Madres de la Plaza de Mayo, 44, Oficina 2, 31013 Artica, Navarra. 848 41 98 93 © 2016 Copyright
Navarra Capital. Todos los derechos reservados. [QUIENES SOMOS](#) | [PUBLICIDAD](#) | [AVISO LEGAL](#) | [CONTACTO](#)

