



**vender o morir**

profesionales del venketing

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

## **CARTA A LOS REYES MAGOS 2011**

Queridos Reyes Magos:

Os escribo con todo cariño, y a pesar de la crisis que nos asola, me atrevo a solicitar de sus Majestades los siguientes dones, para este 2011:

1. Que el cliente sea de verdad el activo más importante de toda empresa. Que se cuide a los clientes, y que se les aporte crecimiento y valor para su negocio. Que las empresas “amen” a sus clientes, o ¡desaparezcan! Cuando las empresas malas desaparecen, ¡no pasa nada! Dejan espacio a las buenas.
2. Que a los clientes no se nos engañe más, ni por las empresas privadas, ni por las públicas, que se nos trate con cariño, y con respeto. ¡Somos los jefes!
3. Que se acaben las prácticas cuasi-mafiosas, próximas a la extorsión que, digamos “empresas de la gran distribución” están practicando con sus proveedores. Me refiero a condiciones, descuentos, aportaciones, plazos de pago, etc.
4. Que la profesión de Ventas sea una profesión o trabajo amada, respetada, y admirada por la sociedad en general.
5. Que la enseñanza de Ventas se extienda en cantidad y profundidad, en los planes de estudios Universitarios, en los estudios de Marketing y de ADE. ¡Cuatro meses en toda la carrera no es nada! Así nos “luce el pelo”.
6. Que los estudiantes (Universitarios) descubran en Ventas una forma de hacer carrera en las compañías, un manera de tener una apasionante vida profesional, y de, en le futuro, llegar a montar sus propias empresas.
7. Que el departamento de Ventas de todas las empresas adquiera la importancia que se merece, es el único que aporta ingresos. Que se cuide a los vendedores, y que se les escuche, pues ellos son los más próximos a los clientes.
8. Que todas las personas de la empresa, estén en el departamento que estén, sean vendedores. Que reconozcan, de una “¡maldita vez por todas!”, que trabajan por y para los clientes.
9. Que las empresas inviertan en la formación de sus vendedores, para mantenerlos siempre en “plena forma”, actualizados, motivados, y dando lo mejor a sus clientes.
10. Y, finalmente, si fuera posible, con todo el respeto, que en la próxima edición de la Biblia 2.0, se modifique el texto en el que nuestro Señor Jesucristo “expulsa y azota a los vendedores, echándolos del templo”, ya que en estos tiempos, creo que sería más apropiado “expulsar a los políticos y sacerdotes”, y por el contrario, “llamar a los vendedores a la Casa del Padre”.

Sin más me despido, queridos Reyes Magos, haciendo una declaración formal de que en 2010, de verdad, “he sido realmente bueno”.

Quedo a la espera de vuestra “gracia”.

¡Se me olvidaba!, un deseo más..., que el 2011 sea el “año del Venketing”, que este concepto llegue y cale en las empresas, y les ayude a crecer, y a afrontar mejor el futuro.

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