

A man with short brown hair, wearing a dark grey ribbed turtleneck sweater and blue jeans, is sitting and smiling. He is holding a small, square mask with a tiger's face over his eyes. The background is a solid dark red color. In the top left corner, there is a small red square.

Son eficientes,  
discretos,  
tenaces...

...son los letales

Vendedores

**Nacido del análisis de las técnicas de un agente que asombraba por sus ventas y su estilo, el curso Ninja Selling se ha hecho famoso: todo el que lo hace experimenta un aumento inmediato en sus ventas... y en la satisfacción de sus clientes.**

**Su creador, Larry Kendall, impartirá este curso traducido al español por primera vez para los asistentes al Sell-a-bration, la convención anual de formación de CRS.**

Larry Kendall nunca lo tuvo muy fácil. Huérfano de padre y madre, recurrió al ejército para pagarse la universidad. Desplazado a Europa, al licenciarse no tenía ningún sitio donde quedasen amigos o conocidos, y decidió instalarse en el norte del estado de Colorado. Con una mujer y un hijo pequeño, no se le ocurrió nada mejor para salir adelante que hacer el examen y sacarse la licencia como agente inmobiliario. “Fueron tiempos duros”, dice Larry, “quien más quien menos, todo el mundo tiene conocidos o amigos, que son muy útiles para empezar”. Los comerciales en Estados Unidos sólo ganan un porcentaje de los honorarios de las operaciones que realizan, y eso te mantiene en un estado de inseguridad hasta que empiezas a hacerte un hueco en el mercado.

Cuatro años más tarde Larry ya se había ganado ese hueco, y sacó la licencia de broker que le permitiría abrir su propia agencia inmobiliaria. La forma de hacerlo fue original: se puso de acuerdo con otros diez brokers de la zona que estaban en las mismas condiciones, y juntos crearon una sociedad a la que llamaron The Group, en la que los accionistas eran los brokers o gerentes de las distintas agencias que formaban parte de esa compañía. De esta manera Larry se convirtió en uno de los socios fundadores, y hoy es el presidente honorario de esta empresa

que, con 270 oficinas en el norte del Estado de Colorado, se ha convertido en líder en su mercado.

Pero lo que realmente cambió las cosas para Larry fue la asistencia a su primera Convención Inmobiliaria en la que tuvo la oportunidad de asistir a la conferencia de Lou Tice. “De pronto te das cuenta de que estás dando tumbos en la vida, y que tienes que coger las riendas y marcarte un rumbo”. Los seminarios del inversor multimillonario Marshall Thurner, que le mostraron la importancia de compartir generosamente tus experiencias con otros profesionales, le pusieron en marcha en el camino de la formación.

Unos años más tarde ya tenía en marcha un curso llamado “Real Estate Masters”, en el que los mejores comerciales contaban su forma de hacer las cosas y de entender la profesión. A partir de este curso, y sobre todo a partir de la aportación de Jim Dunlap, al que todos conocían como “El Ninja”, se desarrolló el primer curso Ninja Selling, hoy conocido como Ninja Selling I. “El Ninja” era un vendedor de una eficiencia asombrosa, que mantenía un elevado nivel ▶▶

**No empujes... atrae.  
No hables... escucha.  
No vendas... ayuda a comprar.**

es Ninja 和

de satisfacción en sus clientes y aún tenía tiempo libre para competir en bicicleta de montaña a un nivel semi-profesional.

Las normas básicas del Ninja son muy sencillas: “Di siempre la verdad” es una de ellas. Otra norma muy querida “Pierde menos tiempo hablando, y escucha más”. El cliente sabe lo que quiere; si sabes escucharle te dirá exactamente lo que necesita. “No se trata de vender más” nos dice Larry, “sino de ayudar a la gente a comprar lo que necesitan”. El Ninja no empuja a sus clientes, sino que los atrae. El Ninja no necesita ser agresivo; la eficiencia y el servicio son como un imán para el cliente. El Ninja no busca la confrontación, sino la empatía y la sinergia con los que le rodean.

Las técnicas desarrolladas por Kendall tuvieron una difusión extraordinaria. Como las películas de éxito, el curso original tuvo su continuación en el Ninja Selling II, los cursos Ninja para ejecutivos, las conferencias nacionales, los programas de coaching y los planes de “Empresas Ninja”. En 2004 CRS concedió a Larry Kendall un premio muy poco frecuente, el Special Achievement Award, en reconocimiento de sus esfuerzos por ayudar a los profesionales inmobiliarios a mejorar su profesión.

En todos estos años, Kendall y sus Ninjas han pasado por muchas etapas del mercado. “Cuando los mercados se endurecen, el agente no debe recurrir a rebajar y rebajar sus honorarios” nos dice Kendall, “sino a mejorar sus servicios y a trabajar más y más”.

“Durante todos estos años he podido comprobar una y otra vez que la ma-

yoría los buenos agentes saben lo que tienen que hacer, y quieren hacerlo, pero es el miedo el que les retiene” dice Larry. El miedo es nuestro adversario, no el cliente, ni la competencia, ni la situación del mercado. Lo que tenemos que superar no está fuera, sino dentro de nosotros.



Las técnicas Ninja no se basan en dar golpes espectaculares al enemigo; eso está para las películas. Kendall se centra en la idea de la abundancia. En el trabajo esto significa que no tienes por que luchar contra tus clientes ni contra tus colegas, sino utilizar sus propios impulsos vitales, su energía y su interés en conseguir sus objetivos, en tu favor

y en el de ellos. “Hay suficiente riqueza para salir adelante” dice Kendall “y vas a obtenerla más eficientemente si la dejas fluir que si la bloqueas con tácticas agresivas”.

“Hay una energía que conecta todas las cosas vivas, y tu debes armonizar con ella” continúa. “Si aprendes a hacerlo te darás cuenta de que de forma automática empiezas a centrarte en las cosas importantes de la vida”.

Uno tendría la tentación de considerar todo esto como cuentos chinos, si no viniera de gente con una experiencia probada. La aplicación de estos principios han colocado a The Group en los primeros puestos de productividad entre las inmobiliarias en USA. Pero no es sólo ellos: la extensión del Ninja Selling libremente a la competencia ha mostrado que se trata de un curso que da resultados directos. The Group comparte hoy estas enseñanzas con cualquier empresa, y a todas ellas les está dando resultados medibles. ►►



## THE GROUP INC

[www.thegroupinc.com](http://www.thegroupinc.com)

### Fundada en 1976

- **Filosofía:** Cuanto mayor es la relación entre los objetivos de la empresa y los de las personas que la forman, mayor es el éxito.

- **Rasgo Singular:** Los empleados son dueños de la empresa

1976 - 11 propietarios >> \$ 8,000,000 en ventas

2005 - 270 propietarios >> \$1,579,170,125 en ventas.

- Participan en el 40% de todas las ventas que se realizan en el norte del estado de Colorado .

- Nominada por Realtor Magazine, la revista de la NAR, como la inmobiliaria en USA que en 2001 obtuvo los ratios más elevados de número de ventas y de volumen.

siete de cada diez compradores ya buscan casa por internet



¿dónde estás tú?



## El Ninja no busca la confrontación, sino la empatía y la sinergia con los que le rodean



Son muchos los testimonios de los resultados de los cursos Ninja. “Los Programas Ninja han transformado totalmente nuestra organización” nos dice Frank Norton, Jr., el dueño de The Norton Agency en Gainesville, Georgia, que añade: “ahora vendemos más con menos comerciales”.

Staige Davis, Presidente de Lang Associates no duda en calificar el curso Ninja Selling sin lugar a dudas como el mejor que haya hecho en su vida. “No hay otro sistema como este, que se pueda adaptar al estilo personal de cada agente, y que se base en relaciones de éxito en vez de en publicidad, la prospección y el autobombo tradicionales”.

En un sistema tan maduro, y con unos métodos de marketing tan depurados como los del mercado americano donde, como suele decirse, “se inventaron las técnicas de venta”, los sistemas Ninja son un “nuevo estilo comercial”, un soplo de aire fresco frente a técnicas manidas de agentes empalagosos o agresivos.



Larry Kendall en la Revista LORE de Enero/Febrero de 2007, que reserva su portada a las figuras más influyentes de la profesión inmobiliaria.

Parte del contenido del presente artículo está extractado de la revista, con la autorización de sus editores.

Para más información, consultar [www.loremagazine.com](http://www.loremagazine.com)

En [www.ninjaselling.com](http://www.ninjaselling.com) se puede acceder al blog, cursos y eventos

Pero no se trata sólo de cambiar la imagen o el estilo. Los resultados cantan. Frank Norton lleva una exacta contabilidad de los resultados de toda su gente. Según sus cálculos, los agentes que habían hecho el curso Ninja habían aumentado sus ventas en un 51% de media, mientras que el Mercado y sus propios agentes que lo habían hecho, solo habían aumentado el 5%.

Ninja Selling ha cambiado la forma de entender la comercialización inmobiliaria. Reenfocando los esfuerzos de los agentes, ha incrementado su eficiencia: más ventas con más tiempo libre... y más clientes satisfechos. Ninja Selling puede cambiarte a ti también.

*El curso Ninja Selling por primera vez traducido al castellano, en Sell-a-bration 2008 en Hawai.* ■