¡Ellos ladran y tú vendes!

Convierte a los envidiosos en tu mejor argumento de ventas.

¡Te vendieron la idea equivocada! ¡Bienvenidos los haters!

No sé quién te vendió la idea de que las críticas son algo que hay que evitar, esquivar o ignorar. Pero te la han colado como si fuera una oferta de Black Friday que luego no vale ni para calzar la mesa.

Las críticas —las buenas, las feas y las muy hijas de puta— son oro en bruto. Son como ese entrenador borde que te gritaba en las prácticas pero que al final te hacía correr más rápido que el viento. Te duelen, pero te empujan.

El problema es que muchos no saben leerlas. Se las toman como un ataque personal, se bloquean, se acomplejan o —peor aún— se ponen a justificarse con la esperanza de que el hater cambie de opinión.

Te aviso algo: **no va a cambiar**. Hagas lo que hagas.

Pero tú sí puedes.

Aquí te explico cómo convertir las críticas en gasolina para tus ideas, tus proyectos y tu crecimiento. Sin dramas. Sin victimismo. Y sin tener que ponerte una camiseta de “yo también tengo sentimientos”.

¡A por ellos!

La verdad que nadie te cuenta sobre los haters

Los haters existen. Están ahí fuera. En Instagram, en Facebook, en Tiktok, X, en los comentarios de tu último vídeo, en la reunión con tu jefe, o en la cena familiar donde tu tía Paqui se cree experta en negocios porque vendió dos loterías de Navidad en 1989.

Y te van a criticar.

No importa lo que tú hagas. Si tienes razón o no. Lo hagas genial o no hagas absolutamente nada.

Entonces, si la crítica va a llegar sí o sí... ¿no será mejor usarla a tu favor?

Es que es de cajón.

Te cuento algo: el que critica siempre revela más de sí mismo que de ti. A veces te están diciendo “esto

no sirve”, pero en realidad están diciendo “me da miedo que tú te atrevas y yo no”.

Y otras veces, te dicen cosas que sí tienen sentido. Que duelen, pero son ciertas. Y ahí es donde tú tienes una ventaja competitiva que la mayoría no sabe aprovechar: puedes usar esa crítica como una radiografía gratuita. Para mejorar. Para ajustar. Para ganar.

¿Cómo convertir esas críticas malintencionadas en combustible de avión?

Te daré tres.

La primera técnica es *“gracias por la información”*...

Esto es simple. Cuando te critican con mala leche, no te pongas a discutir. Sabes que es un cabrón, pero igual dale las gracias. Así de fácil. El otro se queda descolocado, tú te mantienes en control y tu marca queda como una señora. O como un caballero. O como alguien que no necesita entrar en el barro.

La segunda es *“¿Y si tiene razón?”*

Haz este ejercicio solo si tienes el estómago fuerte. Pregúntate: *“¿Y si lo que me están diciendo tiene parte de razón?”* Si la respuesta es sí, dale una vuelta. Ajusta. Corrige. Y vuelve más fuerte. Sin drama. Con

estrategia. Aunque quien te lo diga sea un mala leche.

La tercera es *la técnica del archivo útil*

Ten un archivo. digital o una libreta donde guardes todas las críticas potentes. Las que pinchan. Las que molestan. Y una vez al mes, léelas. Léelas y publícalas para reírte de quienes las hayan hecho.

Suele no gustarles que te tomes a la risa sus críticas malintencionadas.

Algunas igualmente seguirán sin servir. Otras serán pepitas de oro que no viste en su momento. Releer con distancia da claridad.

¿Cómo responder y cerrar la boca del envidioso?

Te pongo en situación:

Subes un vídeo hablando de cómo vendiste tu curso online. Y aparece el típico iluminado:

“Esto es mentira. Nadie gana dinero con eso. Seguro que vives en casa de tu madre.”

¿Qué haces?

Opción 1:

Te cabreas, escribes una biblia y terminas con un *“no vuelvas por aquí”*. Mala idea.

Opción 2:

Le contestas con educación, le das la razón como a los locos y pasas página. Algo mejor.

Pero hay una tercera opción: **la estratégica**.

“Gracias por tu comentario, Jorge. Siempre es interesante ver cuántas formas distintas hay de ver las cosas. Mientras tanto, el curso sigue ayudando a cientos de personas. Un abrazo.”

¿Ves lo que ha pasado?

No te has rebajado, has mostrado autoridad, has reafirmado tu éxito sin presumir y encima has quedado bien.

Esa es la respuesta que te posiciona. Que te diferencia. Y que hace que el resto de tu audiencia diga: *“¡hostia, este sabe lo que hace!”*.

¿Cómo usar las críticas para vender más?

Ahora vamos con lo bueno.

Cada vez que te critiquen, pregúntate:

“¿Cómo puedo transformar esto en un mensaje de ventas?”

¿Te critican por cobrar caro?

“Sí, no soy barato. Porque no vendo humo. Cobre lo que cobre parece que todos quieren pagarlo. Y los que trabajan conmigo están felices, les va espectacular.”

¿Te critican por exponerte mucho?

“Claro, me expongo. Porque el que se esconde no vende. Y yo vine aquí a ayudar, no a esconderme.”

¿Te critican por repetir lo mismo?

“Sí, repito. Porque los que lo escuchan una vez y lo aplican, ganan. Y los que critican, siguen sin resultados.”

¿Ves la jugada?

Cada crítica se convierte en un argumento de autoridad. En una declaración de principios. En una excusa perfecta para reafirmarse y cerrar ventas.

No naciste para complacer a todos. Naciste para dejar huella. Para crear algo tuyo. Para vivir como quieres.

Y eso, amigo o amiga, **incomoda**.

Por eso te critican.

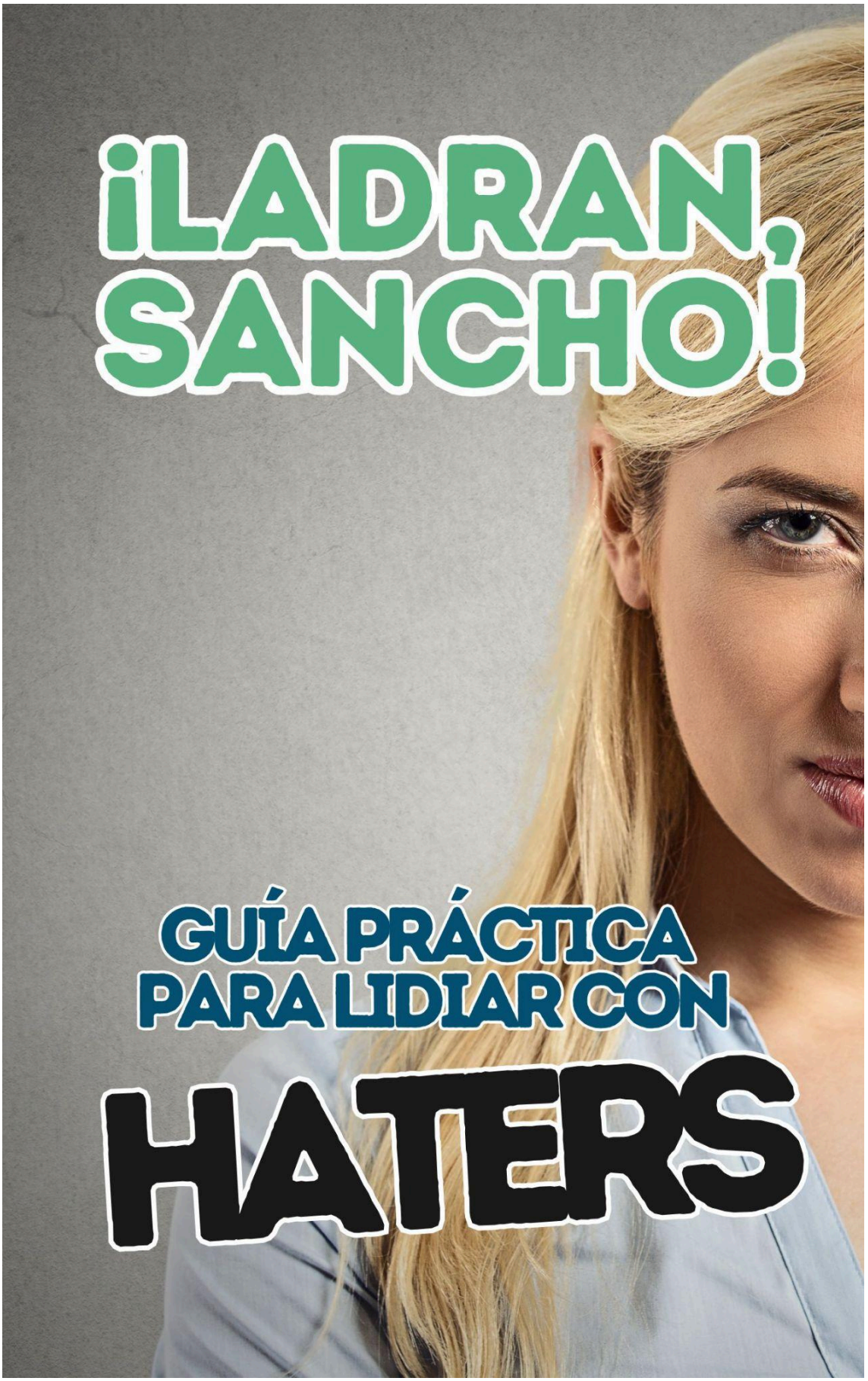
Y por eso vas bien.

Cada vez que alguien te diga que no vales, sonríe. Acabas de recibir una señal clara de que estás saliéndote del molde. Y ese, es el primer paso del éxito.

¿Quieres aprender más estrategias como estas para gestionar críticas, reforzar tu marca y vender más sin pedir perdón?

Descarga el libro completo aquí

👉 **¡Quiero el libro!**


¡LADRAN, SANCHO!
GUÍA PRÁCTICA PARA LIDIAR CON
HATERS

P.D.: Lo que hagas con este contenido depende de ti. Pero si lo aplicas, la próxima vez que te critiquen, vas a sonreír... y facturar.

No permitas que nadie te frene.