

LADISLAO MOLLÁ AYUSO

28 DE SEPTIEMBRE DE 2015

INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EL VENDEDOR

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor
y Know Square S.L.

En un equipo comercial que dirigí en una correduría de seguros hace ya años, recuerdo que sobre el papel Álvaro era el **agente que todo responsable comercial quisiera tener**; doble titulación académica (una de ellas Económicas; preparación muy útil para la venta entonces de muchos planes de ahorro), muy buena presencia, buena situación económica sustentada por sus padres con lo que, por ejemplo y también muy importante, tenía coche, vestimenta siempre elegante y hasta hablaba un inglés casi bilingüe que, sin ser imprescindible en nuestro trabajo de entonces, siempre sumaba.

Y por el contrario, en el equipo también teníamos a **Luismi, que se situaba justo en las antípodas de Álvaro**; estudios primarios, sin coche y sin recursos económicos hasta el punto de que en la primera oportunidad que tuvimos le regalamos una corbata. Pues bien, Álvaro duró poco entre nosotros y, aunque han pasado ya muchos años, sé que siempre ha tenido mucha inestabilidad laboral. Y también me consta que Luismi sigue trabajando bien, disfrutando y triunfando en el área comercial, aunque sea ahora en otro sector.

¿Qué pasó? ¿Qué explica sus trayectorias tan distintas? Yo la respuesta creo que la tengo clara y es que, a pesar de la diferencia de circunstancias personales y de cociente intelectual, aspectos en los que como digo ganaba Álvaro por *goleada*, Luismi le superaba, y por mucho, en **un aspecto tan importante en la venta como es la gestión de sus emociones y las de los demás**; concepto que hoy conocemos y con muchísima más profundidad como *Inteligencia Emocional* y que, sin duda, justifica totalmente el devenir de los dos a lo largo de todos estos años.

Sí, Luismi era ese tipo de persona que **enamora emocionalmente**; sabía sus **fortalezas y debilidades** y sin esconderlas las explotaba magistralmente, siempre estaba **dispuesto** para todo, tenía una capacidad de **superación** admirable, **escuchaba, empatizaba** y trabajar con él en **equipo** era para todos un lujo. Mientras, Álvaro siendo pronto un gran técnico en materia de seguros, tenía un **carácter difícil**, era **poco claro**, y siempre tenía alguna **excusa** que justificara su poca actividad comercial y, en consecuencia, sus malos resultados. Él siempre **lo sabía todo** y, a diferencia de Luismi, no necesitaba disculparse nunca porque, simplemente, él **nunca se equivocaba** o eran los demás los que le hacían equivocarse. Desesperante.

En este artículo me gustaría entonces incidir en este concepto de la *Inteligencia Emocional centrado en la figura del vendedor* porque, como vemos, ser en lo emocional un Álvaro o un Luismi tiene una relevancia clave en nuestros resultados comerciales. Y no lo digo yo; fue *The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations*, consorcio creado en 1996 para analizar la incidencia de la inteligencia emocional en el ámbito laboral, quien tras una investigación a nivel mundial, concluyó que nuestro éxito se debe **sólo en un 23% a nuestras capacidades intelectuales y en un 77% a nuestras aptitudes emocionales**. Creo entonces que es un dato que todo vendedor debe tener muy en cuenta.

Pero como soy consciente que querer tratar la *Inteligencia Emocional*, un tema tan profundo como interesante, en un artículo de apenas dos páginas es cuando menos atrevido, prefiero compartir en este espacio mi propio decálogo en el que recojo las **diez claves emocionales** que yo entiendo necesita todo buen vendedor para triunfar. Espero que te ayude.

DECÁLOGO EMOCIONAL DEL VENDEDOR

1. Ten confianza en ti mismo como vendedor

Lo que nos ocurre en la vida y, en nuestro caso conseguir ventas, depende mucho más de uno mismo de lo que nos imaginamos. Por encima de aspectos como el mercado, los productos, mi empresa o los clientes, vender es mucho más una cuestión de gestionar bien las emociones.

2. Sé proactivo

Hazte responsable de lo que te ocurre en la vida. Somos libres para decidir cuánto nos afectan las personas y las circunstancias con las que *lidiamos* a diario y conseguir esa *libertad interior* desde la que uno controla su vida, es fundamental para alcanzar tus objetivos de venta.

3. Persevera

El entusiasmo es nuestro mejor motor de arranque en la carrera de las ventas y los hábitos el combustible para permanecer en pista sin desfallecer. Desde la auto-disciplina, incorpora hábitos productivos en términos de actividad comercial y seguro que llegarán las ventas.

4. Mantén autocontrol

La actividad comercial, como bien sabes, tiene unos picos emocionales que no tienen otras actividades. Practica técnicas de autocontrol para en lo emocional levantarte pronto cuando *vengan mal dadas* y no caer en una euforia desmedida cuando llegue la venta.

5. Sé optimista

Demostrado está que generar una expectativa de que *va a ir bien*, hace que adoptemos un comportamiento emocional que favorece la venta. Por el contrario, puedes elegir la expectativa de que *irá mal...* Tú mismo.

6. Escucha empáticamente

Los clientes están deseando ser atendidos por personas que les escuchen y comprendan sus necesidades y preocupaciones y no por máquinas de vender. ¿Por qué no hacerlo?

7. Practica la *Generosidad Emocional*

Haz cosas buenas y te ocurrirán cosas buenas. Regala emociones positivas, empezando por una sonrisa, a toda persona con la que te relaciones en tu jornada comercial. Son regalos gratuitos que te facilitarán mucho la venta.

8. Sé tú mismo

Respétate defendiendo tu posición como vendedor, pero hazlo siempre respetando también al otro, tu cliente, sobre todo cuando mantenga otra posición. Esto, que se conoce como *comportamiento asertivo*, es un concepto vital para conseguir acuerdos comerciales constructivos y duraderos.

9. Innova

En estos tiempos de tanta competitividad o le damos valor añadido al cliente o estamos fuera de mercado. ¿Cómo hacerlo? Diferenciándonos con emociones creativas que hay que implementar en nuestro proceso comercial. O sea, innovando. Es lo que hay...

10. Vende emociones

Vender es influir. Influir es convencer con argumentos y, más importante aún, persuadir con emociones. Nadie se compra un reloj de lujo para ver la hora... piénsalo.

