
Acerca de la empatía

Un vendedor debe poseer la habilidad de sentir lo que sienten sus clientes. Esta habilidad se llama empatía.

Un vendedor sencillamente no puede vender si carece de la habilidad de obtener información acerca de lo que sienten sus clientes.

Podemos hacer un paralelo con las antiguas armas antiaéreas. Quien operaba esas armas debía apuntar al objetivo, corregir lo mejor posible las desviaciones ocasionadas por las corrientes de aire y disparar después. Si el proyectil no daba en el blanco por un error de centímetros en la apreciación de quien disparaba, o si el blanco hacía un movimiento para esquivarlo, los resultados eran los mismos que si el error hubiera sido por cientos o miles de metros.

Así son los vendedores con pobre empatía. Le apuntan a un objetivo con intenciones de acertar, y hasta utilizan las técnicas recomendadas, pero si el objetivo no se comporta como lo supuso, fracasan en su intento.

La siguiente generación de armas antiaéreas funcionaba de otra manera. Cuando los misiles estaban cerca al objetivo, eran atraídos por el calor del motor y daban en el blanco, sin que importara los movimientos que hiciera éste para eludirlos.

Así son los vendedores con abundante empatía. Captan las reacciones de su cliente y al punto se ajustan a ellas. No están limitados por las técnicas de aproximación y culminación sino que actúan siguiendo la interacción natural y espontánea entre ellos y el cliente que tienen al frente.

Pueden variar el ritmo. Insistir o retirarse. Hablar o callar. Dar un salto atrás o lanzarse al abordaje final. Dicen lo que tienen que decir en el momento que corresponde. Hacen intuitivamente el movimiento que se precise para dar en el blanco. Igual que los misiles de segunda generación. Igual que los seductores.

Empatía no es lo mismo que simpatía. Empatía es la habilidad de sentir intuitivamente lo que siente la otra persona, mientras que simpatía es la habilidad de provocar en los demás un concepto

Los vendedores con abundante empatía captan las reacciones de su cliente y al punto se ajustan a ellas

Un vendedor debe poseer la habilidad de sentir lo que sienten sus clientes

favorable. Un vendedor con abundante simpatía nunca alcanzará los resultados esperados si carece de empatía.

Empatía tampoco es lo mismo que bondad. De hecho, los grandes timadores se caracterizan por tener una empatía muy desarrollada. Así pues, la empatía, igual que cualquier habilidad, se puede poner al servicio del bien o del mal.

Los vendedores con abundante empatía están dispuestos a escuchar activamente. Saben cuándo hablar y cuándo callar. Saben preguntar y escuchar. Al final de cuentas, el arte de escuchar activamente es el arte de preguntar con inteligencia y con un genuino interés por las respuestas. Estos vendedores preguntan y escuchan. Escuchan activamente y vuelven a preguntar. No preguntan tanto por encontrar alguna verdad oculta sino para entender al otro.

Preguntar y escuchar exige enfocar la atención en el otro. Darle importancia. Exige olvidarse de aportar experiencias propias o de contar anécdotas o chistes. Los vendedores empáticos no empalagan a sus clientes con anécdotas e historias personales sin importancia. Los vendedores empáticos hablan poco y preguntan mucho.

La empatía se fundamenta en la mayéutica, que es el viejo arte de saber preguntar, propuesto por Sócrates hace 2.300 años. Las preguntas son el núcleo de cualquier conversación de ventas.

Ahora bien, no hay una guía para preguntar. Cada nueva pregunta es un intento por entender lo que acaba de ser dicho y no dicho. Las preguntas correctas son las que surgen cuando uno se sumerge en el mundo del otro.

Cuando alguien escucha activamente lo hace con todo su cuerpo. Más que comunicarse con el otro, se conecta emocionalmente con él. Las emociones de uno se conectan con las del otro, sin necesidad de palabras. Lo que producimos en el otro depende mucho más de cómo lo decimos que de lo que le decimos.

La comunicación no-verbal es tan importante como la verbal. Las personas empáticas son capaces de sincronizar su lenguaje no-verbal con el de su interlocutor. Los cambios en los tonos de voz, los gestos, los movimientos de su cuerpo le proporcionan a una persona empática gran cantidad de información.

Para entender la importancia de la comunicación no-verbal, basta con que nos sentemos en un lugar público a observar a las personas que nos rodean.

Es muy fácil notar quienes son amigos y quienes no. Quiénes están enamorados y quiénes son simples conocidos. Las personas que están conectados afectivamente, que están empatados, lo demuestran físicamente. Con frecuencia adoptan la misma postura, se mueven a la vez, o hacen los mismos gestos.

El lenguaje no-verbal expresa, tan certeramente como lo hace el lenguaje verbal, nuestra manera de entender el mundo, nuestra manera de pensar, de sentir y de actuar. Expresa lo que somos.