

## **Mamá, de mayor quiero ser....COMERCIAL!**

¿Os imagináis que vuestro hijo/a os mira fijamente y con su risueña mirada y una gran firmeza os afirma: “mamá, de mayor quiero ser vendedor!!! ¿???

Te invade un gran sentimiento, mezcla de sorpresa y compasión, e intentas convencerle de las ventajas de ser futbolista, bombero, cantante... incluso astronauta! Y no! Quiere ser comercial!

Menudo dilema... ¿te gustaría para él una vida llena de estrés y tensión por llegar a los objetivos económicos impuestos por la empresa? ¿Que esté por la calle cuando llueve, haga frío o calor...intentando convencer a los demás de la necesidad de compra de su producto? Y además todo esto por un bajo salario fijo...(me remito a la realidad actual) y un variable solo asegurado por las ventas....??

Algo debe haber para que haya tantos vendedores, y muchos felices con su trabajo. Que es un trabajo duro, ya se sabe...pero...¿hasta qué punto es vocacional o fruto del azar?

Y es que el comercial vocacional percibe cada cliente potencial como un reto al que debe enfrentarse para conseguir su objetivo: la venta. Sólo los que han vendido saben la sensación placentera que se siente detrás de cada SÍ. Pero también la frustración y tristeza que sigue a cada NO, siendo éstos mucho más frecuentes.

¿Qué pasa en nuestro cerebro después de cada SÍ?

Cuando pasan cosas buenas (es decir, cuando se dan estímulos reforzantes), los mecanismos cerebrales del refuerzo se activan y se facilita el establecimiento de cambios sinápticos. Situándonos en el contexto comercial, cuando cerramos una venta se activan diferentes regiones del cerebro, siendo la más relevante la del haz prosencefálico medial (HPM); el cierre de la operación comercial estimula los receptores de la dopamina del HPM generando un efecto reforzante sobre las conductas, es decir, si una cierta actuación nos ha llevado a éxito, el mismo efecto reforzante nos hará volver a repetir dicho comportamiento.



A esta estimulación neuronal le sigue una sensación placentera, que puede ser más o menos intensa en función del importe que se haya negociado en la venta, el esfuerzo necesitado para el cierre de la misma, el valor que tenga dicha operación para el comercial...etc.

Casi todos los investigadores consideran que la estimulación eléctrica de algunas partes del cerebro es reforzante porque activa los mismos sistemas que son estimulados por los reforzadores naturales, como la comida (cuando se tiene hambre), el agua (cuando se tiene sed), o las relaciones sexuales. La detección de un estímulo reforzante no es tarea sencilla; un estímulo que resulta reforzante en una ocasión determinada, puede no serlo en otra circunstancia diferente.

Por ejemplo, la presencia de comida reforzará la conducta de un organismo hambriento, pero no la de uno que acaba de comer. Lo que sí es verdad es que la estimulación eléctrica de estas zonas produce una sensación de bienestar en la persona en concreto.

¿Qué pasa en nuestro cerebro después de cada NO?

Pero hay muchos más NO's que SI's detrás de las ventas. Los estados emocionales que pueden seguir a un NO suelen ser los de tristeza, frustración (por la impotencia), y desesperanza. Además, dichos estados anímicos, pueden persistir incluso una vez ha desaparecido el estímulo que los acompaña.



Comerciales con mucha experiencia en la misma empresa suelen asimilar mejor los cambios emocionales que siguen a los ciclos de venta de su producto y la presión continua que ejerce la empresa para llegar a las ventas necesarias. Y es que la plasticidad de nuestro cerebro hace que nos “acostumbremos” a estos altibajos y con el tiempo podamos llegar a tener una cierta estabilidad emocional que nos permita vivir nuestro día a día sin que afecten los NO's reiterados (NO's que no siempre se comunican con total educación).



Formadora: **Mónica Mendoza Castillo**

Consultora de Mkt y Ventas. Profesora de Mkt de la Universidad Autónoma de Barcelona y de EADA, formadora de empresas tales como CISCO, ONO, VODAFONE, y varias instituciones públicas (Bcna Activa, Ayuntamientos...etc.). Profesora del Colegio de Agentes Comerciales de Barcelona. Asesora de Ventas de la patronal CECOT.

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