



### Pilar Suberviola

socia-directora  
de Decomgrupo

pilar@decomgrupo.com

# El reto del cliente conductor (V)

**Las emociones que sentimos en nuestro día a día, tanto las positivas como las negativas, las transmitimos también a nuestros clientes. Por eso, es especialmente importante entender cómo se generan y aprender a controlarlas.**

**En este capítulo ahondaremos** en cómo las emociones pueden ayudarnos en nuestra relación con los clientes. ¿Has pensado alguna vez por qué después de haberte levantado con apatía, pensando en el largo día que te queda por delante, sorprendentemente cuando llegas a casa por la tarde te encuentras especialmente contento y entusiasmado? No te han dado ninguna noticia especial pero, ¿qué ha ocurrido? ¿Cómo has cambiado del sentimiento de tristeza y apatía al de alegría y entusiasmo? ¿Cómo has sido capaz de pasar de emociones negativas por la mañana, a otras positivas por la tarde?



Según los expertos, la clave está en que las emociones que sentimos son contagiosas, y no tienen por qué ser especialmente intensas u obvias para producir un impacto. Según Goleman, "tanto las buenas como las malas vibraciones se contagian e influyen como el peor de los virus". Se transmiten de una persona a otra, muchas veces sin que seamos conscientes.

Se han realizado diferentes estudios al respecto. En uno de ellos, a un grupo de personas se le mostró una fotografía con expresión de angustia y tristeza. Segundos después, las personas identificaron la angustia como la emoción que sentían. Goleman señala otro estudio en el que varios actores interpretaron ser empleados de diferentes equipos



*Nuestra emotividad y la del cliente se condicionan mutuamente.*

de una empresa. Unos tenían el rol de negativos y otros de positivos. Tras varios días de interacción, se encontró un ambiente negativo en los grupos en los que estaban los actores con rol negativo.

Ya en capítulos anteriores comentamos de qué forma nuestra emotividad y la del cliente se condicionan mutuamente: un profesional que se muestra entusiasta con el cliente tiene una mayor probabilidad de tener clientes entusiasmados y, a la inversa, cuando un cliente se muestra amable, es más probable que encuentre personas amables que le ayuden.

**TRES SENTIMIENTOS.** Barsade y Gibson consideran tres tipos diferentes de sentimientos:

- **Emociones puntuales de corto plazo:** alegría, ira, miedo e indignación.
- **Estados de humor:** sentimientos que perduran algo más y no están necesariamente relacionados con una causa particular. Por ejemplo, una persona puede estar de buen o de mal humor.

**Las emociones que sentimos son contagiosas y se transmiten de una persona a otra, muchas veces sin que seamos conscientes**

- **Rasgos de la personalidad:** definen el enfoque general de una persona ante la vida. Como cuando se dice: "Siempre es tan alegre", o "Siempre mira el lado negativo".

Para estos autores, los tres tipos de sentimientos, tanto las emociones, como los estados de humor y los rasgos de la personalidad, pueden ser contagiosos. Si somos conscientes de cómo las emociones se contagian, de la fuerza que tienen en las relaciones entre personas, podemos decidir cuándo queremos impregnar de emoción positiva una interacción y cuándo queremos quitarla.

Por ejemplo, si queremos que nuestro cliente se sienta entusiasmado con su experiencia debemos transmitir esa energía positiva que le ayude a conseguirlo, y para ello nosotros mismos nos tenemos que sentir motivados.

## Nos hemos acostumbrado más a ver el lado negativo de las cosas que el positivo, y esto ha pasado a formar parte de nuestras costumbres y de nuestra cultura

Si somos conscientes de que aportamos energía o la quitamos, podemos dar un giro a muchos aspectos de nuestra vida y de nuestra relación con los clientes. Sin embargo, habitualmente experimentamos las emociones de manera reactiva, en función de las situaciones y de nuestra relación con los demás. Somos muy vulnerables a todo ello: si me felicitan por algo, siento inmediatamente alegría y gratitud; si me tratan con desprecio, rápidamente me siento triste; si me insultan, respondo con agresividad.

**CONTROL DE LAS EMOCIONES.** Este proceso de acción-reacción se puede modificar y controlar. ¿Qué te parecería poder inducir tus emociones según lo que te conviene en cada momento? Muchas veces, sin ser conscientes, somos capaces de provocar en nosotros mismos emociones negativas. Por ejemplo, de pronto, sin saber por qué, me pongo a pensar en un cliente que ha sido muy arrogante conmigo, llegando incluso a la falta de educación, y esto es suficiente para que me sienta indignado, casi hasta furioso.

Por otro lado, si quiero que el cliente se sienta mal, no tengo más que decirle que su criterio no es el adecuado de forma despectiva. Resulta más sencillo de lo que parece generarnos a nosotros mismos

### ¿QUÉ ME APORTA UNA EMOCIÓN/ ESTADO EMOCIONAL POSITIVO?

- 1** **Facilita** la conexión y el contacto entre personas  
"El cliente es una persona"
- 2** **Crea** un ambiente positivo y agradable  
"El cliente desea una experiencia agradable"
- 3** **Genera** una retroalimentación positiva  
"Si trato bien al cliente, existe una mayor probabilidad de que él me trate igual"
- 4** **Ayuda** a mejorar la salud  
"Contribuyo a la buena salud del cliente y la mía"
- 5** **Presta** color o "sesga" lo que la persona piensa y la manera en que esa información se organiza en la memoria  
"Predispongo al cliente a recibir positivamente mis sugerencias y consejos"

emociones negativas y provocarlas en los demás. Se podría llegar a pensar que nos han enseñado específicamente para ello.

Esto, que funciona muy bien con las emociones negativas, resulta igualmente efectivo con las positivas. Sin embargo, no lo practicamos con la misma frecuencia, entre otras cosas porque nos hemos acostumbrado más a ver e identificar el lado negativo de las cosas que el positivo, y esto ha pasado a formar parte de nuestras costumbres y de nuestra cultura.

Hay un ejercicio que puedes realizar de forma individual y que corrobora lo anteriormente expuesto. Coge un folio y divídelo en dos columnas, una titulada "emociones negativas", y otra "emociones

## Si somos conscientes de que aportamos energía o la quitamos, podemos dar un giro a muchos aspectos de nuestra relación con los clientes

*Si queremos que nuestro cliente se sienta bien debemos transmitirle esa energía positiva.*

positivas". Dedicar tres minutos a escribir todo lo que se te ocurra en ambas columnas. Salvo que seas la excepción, a la mayor parte de las personas le cuesta menos identificar y enumerar las emociones negativas que las positivas. Te ayudamos a recordar algunas de las positivas: optimismo, amor, sorpresa, alegría, orgullo, confianza, esperanza, gratitud, amabilidad, gentileza, diversión, dedicación, pertenencia, ilusión, recompensa, etc.

**CÓMO CREAR EMOCIONES POSITIVAS.** Reflexiona un momento: si te cuesta identificar y enumerar las emociones que consideramos positivas, ¿cómo vas a ser capaz de crearlas en los demás? Para generar en los demás emociones positivas, te proponemos aquí algunas estrategias:

- Saber cuáles son esas emociones.
- Sentirlas y reconocer sus características.



- Asociarlas a momentos y situaciones que nos recuerden cada una de ellas.
- Traerlas a nuestra memoria cuando las necesitamos.
- Sintonizar nuestro recuerdo con nuestras conductas.

¿Y qué hacemos con las emociones negativas? Decenas de estudios demuestran que tener malas vibraciones durante períodos prolongados de tiempo baja nuestras defensas y nos hace vulnerables a todo tipo de enfermedades.

Lógicamente, no sería realista considerar que podemos vivir sin emociones negativas. Pero lo que sí podemos hacer es controlar el tiempo que estas emociones conviven con nosotros. Los expertos dicen que debemos rescatar el mensaje que nos da la emoción negativa y apartarla de nosotros lo antes posible. ◀