


**GESTIÓN EMPRESARIAL**
**PROGRAMA ONLINE:**

# LIDERAZGO EN VENTAS

## OBJETIVOS DEL PROGRAMA

El área de ventas es una de las áreas más importantes de la empresa, no solo por ser la que representa la fuente de ingresos, sino también por ser el canal de comunicación directo con los clientes y todo el mercado. Para enfrentar los distintos desafíos del área se requiere un líder estratega, que tome decisiones adecuadas, que sepa influir, comprometer e impulsar a su equipo de ventas hacia el logro de resultados óptimos.

Los participantes experimentarán un proceso completo de entrenamiento en el que se compartirán metodologías, nuevas prácticas, experiencias de éxito y herramientas (estratégicas y tácticas) que permitirán potenciar el rol de un líder en el área de ventas.

## A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Está dirigido para gerentes, jefes y mandos medios que quieran aprender herramientas prácticas y comprobadas para lograr maximizar los resultados de su equipo comercial.

## CARGA HORARIA

48 horas de trabajo

## METODOLOGÍA

El desarrollo de competencias se llevará adelante a través de módulos de capacitación con metodologías 100% prácticas. Cada módulo se realizará mensualmente según el siguiente esquema:

### **-Actividades previas al taller**

Envío de material de estudio por correo electrónico, incluyendo lecturas y actividades que serán empleadas en las sesiones en línea.

### **-Sesiones online en vivo**

Enseñanzas 100% prácticas y adaptadas a la realidad actual.



## GESTIÓN EMPRESARIAL

PROGRAMA ONLINE:

# LIDERAZGO EN VENTAS

### -Actividades posterior a las Sesiones online

Evaluaciones. Lecturas de apoyo. Trabajos prácticos individuales y en equipo. Análisis de casos. Auto-diagnósticos. Revisión de trabajos prácticos y respuesta a consultas por parte del instructor.

### ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

El programa está dividido en 4 módulos, cada uno con 12 horas de trabajo (8 horas de sesiones on-line y 4 horas trabajos individuales).

**Módulo I:** Liderazgo y Motivación de Equipos Comerciales

**Módulo II:** Herramientas para Liderar Equipos Comerciales

**Módulo III:** Entrenamiento de Equipos Comerciales

**Módulo IV:** Gestionando la Experiencia del Cliente

### MÓDULO 1: LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES

#### OBJETIVOS DEL MÓDULO

El participante desarrollará habilidades que le permitan enfrentar de la mejor manera posible los constantes retos del liderazgo, entre ellos; energizar un equipo comercial, integrar al equipo hacia un propósito común, incrementar la productividad, lograr compromiso, influencia, pro actividad, empoderamiento y motivación con el fin de alcanzar resultados exitosos.

#### CONTENIDO

- ¿Qué significa realmente liderar?
- Enfoques de liderazgo:
  - Transaccional (del pasado).
  - Transformacional (del presente y del futuro).
- Reenfocando mi liderazgo. Test para conocer cuál es tu estilo de liderazgo.
- Características principales de un liderazgo transformacional ¿Por qué es tan importante en equipos comerciales?
- Millennials y Centennials, el 70% de la fuerza laboral actual.



## GESTIÓN EMPRESARIAL

PROGRAMA ONLINE:

# LIDERAZGO EN VENTAS

- ¿Cómo funciona el cerebro de estas generaciones?
- ¿Qué aspectos claves necesitas saber para liderar a estas generaciones, estimulándolos a lograr el máximo de su potencial?
- Las 4 prácticas para LIDERAR EQUIPOS COMERCIALES
- Modelar el Camino.
  - Poniendo en claro los valores (comportamientos esperados del líder) y alineando las acciones del equipo con los valores compartidos.
  - Auto-diagnóstico de competencias: La rueda del liderazgo.
  - Liderando con el ejemplo.
- Inspirar a un entorno de 360° hacia un PROPÓSITO COMÚN ¿Cómo hacerlo en la era del individualismo?
  - Potenciando la visión de futuro e integrando a los demás, apelando a las aspiraciones compartidas.
  - Entendiendo el poder de trabajar con un propósito “realmente compartido”.
  - Equipos de alto rendimiento ¿Cómo se consolidan?
  - Determinando patrones de funcionamiento de los miembros del equipo y como mi estilo de liderazgo influye en ellos.
  - ¿Cómo potenciar la interrelación del equipo entendiendo sus estructuras de personalidad?
- Habilitar a los colaboradores para que actúen
  - Fomentar la colaboración desarrollando confianza y facilitando las relaciones.
  - Fortalecer a los colaboradores aumentando su capacidad para tomar decisiones y desarrollando sus capacidades a través del EMPODERAMIENTO.
  - ¿Cómo evoluciona una “CULTURA ÁGIL” basada en el EMPODERAMIENTO?
  - El triángulo del EMPODERAMIENTO.
  - Barreras que impiden construir una “cultura ágil”.
  - Los “rituales” como principal componente para potenciar la cultura.
  - Fundamento científico de la importancia de los rituales dentro de una organización.
  - ¿Cómo activar rituales de EMPODERAMIENTO para generar “agilidad”?



## GESTIÓN EMPRESARIAL

PROGRAMA ONLINE:

# LIDERAZGO EN VENTAS

- Alentar el corazón ¿Cómo generar una auténtica motivación en el equipo para que se comprometa con los resultados deseados?

## MÓDULO 2: HERRAMIENTAS PARA LIDERAR UN EQUIPO COMERCIAL

### OBJETIVOS DEL MÓDULO

Brindar herramientas para gestionar equipos comerciales de alto rendimiento.

Proporcionar pautas para la implementación de indicadores que permitan medir el desempeño individual y del equipo adecuadamente.

Aprender las diferentes maneras de recompensar a la fuerza de ventas, estimulando de la mejor manera el logro de resultados, a través de la correcta elaboración de sistemas de comisiones.

### CONTENIDO:

- COMPETENCIAS QUE DEFINEN A UN EQUIPO COMERCIAL EXITOSO
  - ¿Qué hace a un BUEN vendedor?
  - Fortalezas y debilidades, ¿Cuál es el perfil de un BUEN vendedor?
  - ¿Cómo seleccionar a un BUEN VENDEDOR a través de una entrevista?
  - Actitud del vendedor
- DESARROLLANDO LA ESTRATEGIA PARA EL EQUIPO COMERCIAL
  - Sentando las bases para lograr la consolidación de una estrategia sólida en el área
  - Planificación ¿Qué hacer y qué no?
  - Definiendo objetivos “alcanzables” - buscando un norte claro
  - La importancia de definir objetivos individuales y de equipo
  - Indicadores, ¿Cuáles son los más importantes a tomar en cuenta?
- LA GESTIÓN
  - Poniendo las cosas claras - Herramientas de seguimiento al cumplimiento de objetivos ¿Cómo definir las y manejarlas?
  - La importancia de la retroalimentación sobre el desempeño a los vendedores, pasos “clave” a seguir



## GESTIÓN EMPRESARIAL

PROGRAMA ONLINE:

# LIDERAZGO EN VENTAS

- La generación de utilidad ¿Cómo cuidarla?
- Cierres de venta, venta cruzada y re-compra
- RECOMPENSAS: ELABORANDO ESQUEMAS PARA PREMIAR EL ESFUERZO
  - ¿Cómo mantener motivada a la fuerza de ventas?
  - Herramientas de P.N.L. para la comunicación y el liderazgo positivo
  - ¿Cómo recompensar un buen “performance”?
  - Elaboración de sistemas de comisiones, algunos secretos.
  - Salario y comisión emocional.

## MÓDULO 3: ENTRENAMIENTO DE EQUIPOS COMERCIALES

### OBJETIVOS DEL MÓDULO

El participante aprenderá a entrenar a la fuerza comercial para lograr extraer la mejor versión del equipo con el fin de maximizar sus resultados.

El taller busca brindar herramientas para identificar, desarrollar y fortalecer las competencias de los integrantes del equipo de ventas para analizar adecuadamente las necesidades del cliente, lograr un cierre efectivo y entrenar al equipo para perder el miedo del RECHAZO y del NO.

### CONTENIDO

- ENTRENANDO A LA FUERZA DE VENTAS EN COMO EXPLORAR EL ENTORNO
  - Saber identificar mercado y clientes, exploración de necesidades
  - No perder de vista a la competencia
  - Fortalecer debilidades
  - Planificar el ataque
  - Los primeros segundos en las ventas
- CONSEJOS PARA REPLICAR EN TU EQUIPO COMERCIAL: GENERACIÓN DE SINTONÍA (APLICANDO P.N.L.)
  - Descripción de los tipos de lenguaje y su importancia
  - El modelo Iceberg en ventas
  - El rapport: cuando se da y cómo crearlo



## GESTIÓN EMPRESARIAL

PROGRAMA ONLINE:

# LIDERAZGO EN VENTAS

- Clasificación de clientes según su sistema representacional dominante; detectar este sistema a través de la PNL
- Como venderle a los diferentes tipos de clientes
- Las palabras que generan acción y las que no
- Como influir de manera positiva en los demás, reglas de oro
- Primer contacto; cómo hacer que los clientes se sientan cómodos desde el “hola” y causar una buena primera imagen
- ¿CÓMO DIRECCIONAR EL CORRECTO ANÁLISIS DE NECESIDADES Y PRESENTACIÓN DE PRODUCTO/SERVICIO?
  - ¿Qué odian los clientes?
  - Cualidades a entrenar para lograr el análisis de necesidades: Escuchar, Identificar, Enseñar/Argumentar.
  - Clasificación de productos: buenos y malos
  - ¿Qué preguntas debemos hacer a nuestros clientes?
  - Preguntas cerradas y abiertas
  - La Escucha Activa, como lograrla
  - Requisitos para conseguir la Escucha Activa
  - La Escucha Empática, el último nivel de Escucha
  - ¿Cómo demostramos empatía?
  - Diferencias entre empatizar y estar de acuerdo
  - Reconociendo los sentimientos de los demás
- PREPARANDO AL EQUIPO PARA LO MÁS IMPORTANTE: MANEJO DE OBJECIONES Y CONSOLIDACIÓN DE LA VENTA
  - ¿Qué es una objeción?
  - La venta comienza con el primer NO
  - Pasos para vencer las objeciones
  - Admisión de la objeción
  - Profundización de la objeción
  - La respuesta positiva a la objeción
  - Retroalimentación a la respuesta positiva



## GESTIÓN EMPRESARIAL

PROGRAMA ONLINE:

# LIDERAZGO EN VENTAS

- Principales objeciones y como tratarlas
- La objeción precio y su tratamiento
- Argumentos racionales y emocionales
- TÉCNICAS DE CIERRE
  - Reconocer cuando el cliente está listo para comprar
  - El cierre de prueba
  - Preguntas y lenguaje enfocado al cierre
  - Diferentes técnicas de cierre

## MÓDULO 4: GESTIONANDO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

### OBJETIVOS DEL MÓDULO

Proporcionar a los participantes herramientas y metodologías para re-enfocar/potenciar la “experiencia del cliente” que proporciona su equipo comercial

Reconocer aquellas áreas/situaciones donde se generan los abismos entre la experiencia que provee actualmente su equipo comercial y lo que los clientes verdaderamente esperan.

Definir un ROADMAP para el equipo comercial orientado a consolidar una estrategia y cultura enfocada en la experiencia del cliente.

Apoyar en la construcción de una cultura que permita desarrollar en el equipo comercial un fuerte compromiso con las necesidades de los clientes.

### CONTENIDO

- ¿En qué consiste la “experiencia del Cliente”?
- El “lazo de la experiencia”.
- Cadena de valor de la experiencia del cliente.
- Análisis de la experiencia de un cliente, caso práctico para entender lo que implica una estrategia y cultura enfocada en la “Experiencia del Cliente”.
- Los elementos que crean la experiencia.
- Experiencia del cliente como estrategia de diferenciación.



## GESTIÓN EMPRESARIAL

PROGRAMA ONLINE:

# LIDERAZGO EN VENTAS

- ¿Cómo construir una estrategia y cultura enfocada en la “experiencia del cliente” en 3 pasos?
- Comprender la Experiencia del Cliente
  - o Barreras para la comprensión del cliente.
  - o Visión inside out/outside in
  - o ¿Qué hacemos para entender mejor y potenciar la experiencia de nuestros clientes?
  - o Diagnóstico: Identificando y aniquilando “reglas estúpidas” que actualmente destruyen la experiencia del cliente en Su organización.
- Transformar la Experiencia del Cliente
  - o ¿Cómo generar CONFORT para el cliente?
  - o Reconocer donde se generan los abismos entre lo que se provee y lo que los clientes esperan. ¿Qué hacer para evitar su recurrencia y hacer la diferencia?
  - o ¿Cómo potenciar la “auto-gestión” de la experiencia?
  - o Momentos de verdad ¿Cómo trabajar con ellos?
  - o Puntos predecibles en la “experiencia”, donde la ejecución debe ser impecable y no puede fallar ¿Cómo identificarlos?
- Potenciar nuestra Cultura de Trabajo
  - o ¿Cómo lograr que su organización se enfoque en los clientes?
  - o La “experiencia del colaborador”.
  - o Pasos para desarrollar un ambiente de trabajo en equipo, empoderamiento y colaboración para mejorar el desempeño y potenciar la “experiencia del cliente”.

## INSTRUCTORES

### Pablo A. Velasquez Servia

Consultor certificado en **Neurociencias aplicadas al Liderazgo** en México D.F. Es **COACH certificado** bajo la metodología LAMBENT por la ICC (International Coaching Community) - Inglaterra. Certificado en **Gestión de Cultura Organizacional y Engagement** - OCC SOLUTIONS, Colombia. **Practitioner en PNL** (Programación Neuro-lingüística) certificado


**GESTIÓN EMPRESARIAL**
**PROGRAMA ONLINE:**

# LIDERAZGO EN VENTAS

por la Universidad de California - EEUU. Certificado en la **metodología BELBIN® TEAM ROLES** - Inglaterra. Ha sido certificado como **Customer Experience Management Expert** por IZO (España) y por el Service Quality Institute (Estados Unidos) como **entrenador para el desarrollo de una cultura enfocada en la experiencia del cliente. Entrenador certificado en la metodología LEGO SERIOUS PLAY®** por Rasmussen Consulting en Buenos Aires, Argentina. Licenciado en Administración de Empresas, cuenta con una Maestría en Dirección de Marketing y diplomados en Marketing Estratégico, Gestión de Marketing y Aplicaciones de Marketing de la Unidad de Postgrado de la UAGRM.

Consultor senior especialista en transformación cultural. Actualmente se encuentra vinculado a distintos programas de transformación cultural en empresas como SAGUAPAC, NESTLÉ, AZZORTI, BANCO BISA, DISMATEC, SERVISUR AGRÍCOLA y otras. Ha estado involucrado en procesos de transformación en distintas organizaciones, como: TIGO, IMCRUZ, KIMBERLY-CLARK, MADISA, BANCO GANADERO, GLADYMAR, BANCO FASSIL, GRUPO GEO, BANCO NACIONAL DE BOLIVIA, COTAS, BANCO ECONÓMICO INDUSTRIAS FERROTOD, UTEPSA, MAINTER, YFB REFINACIÓN, SOBOCE, RANSA BOLIVIA, YPFB ANDINA, OXY, UDI y HOTEL CORTEZ.

Ha sido encargado de desarrollar distintos programas orientados a generar cambios culturales, donde principalmente destacan: la Escuela de Líderes®, que ha sido premiada como MEJOR PRÁCTICA DE GESTIÓN HUMANA EN BOLIVIA por la ASOBOGH (Asociación Boliviana de Gestión Humana) y el PROGRAMA INTERNACIONAL PARA LA TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL, que año a año cuenta con la participación de personas de distintos países de Latinoamérica.

Conferencista y facilitador internacional con más de 12 años de experiencia en temas relacionados a transformación cultural, liderazgo, experiencia del cliente e innovación; habiendo capacitado hasta la fecha a más de 15.500 personas en empresas como: TIGO (MILLICOM), SOBOCE, REPSOL, YPFB CHACO, BANCO BISA, TOTAL, EMBOL (COCA COLA), UPSA, ENTEL, YPFB TRANSPORTE, KIMBERLY-CLARK, BELCORP, CAINCO, PETROBRAS, ALICORP, YPFB REFINACIÓN, IMCRUZ, BANCO UNIÓN, GLADYMAR, ADUANA NACIONAL, COFAR, UNIÓN AGRONEGOCIO, RANSA BOLIVIA (GRUPO ROMERO), BANCO GANADERO, NIBOL, SAMSUNG, LA BOLIVIANA CIACRUZ, BAGÓ,

**GESTIÓN EMPRESARIAL**

PROGRAMA ONLINE:

# LIDERAZGO EN VENTAS

NATURA, HP MEDICAL, BISA SEGUROS Y REASEGUROS S.A, BANCO FASSIL, MAINTER, BANCO NACIONAL DE BOLIVIA, MADISA, PETREX, KIEFFER Y ASOCIADOS, BANCO ECONÓMICO, VETERQUIMICA, AZZORTI, HANSA, CRECER IFD, FINI LAGER, T-STORE BONABEL, HP MEDICAL, RAINBOW BOLIVIA, CITSA, AUTOSTAR, ALIANZA, AIDISA, SEGUROS, INDUSTRIAS FERROTODD, DELTA CARGO, DIMA, PATIO SERVICE ONLINE, TECNOPOR, MI LOTE, FAMOSA, DHL, BANCO FIE, BELCORP, REMAX LATAM, MONTERREY, GRUPO GEO, RODARIA, FORTALEZA SEGUROS, SERVISUR, CHANGAN, BATEBOL, SAGUAPAC, COTAS, BANCO FIE PROMEDICAL, UDI, ITACAMBA, IGA, NESTLÉ, DISMAC, UTEPSA, TERBOL, CONSTRUCTORA SANCHES TRIPOLONI, AGRIPAC, WET CHEMICAL, TECORP, INESCO, CHEVROLET, OPTICENTRO y otras. Actualmente es Director General de TALENTUM, su propia consultora, enfocada en la transformación de organizaciones y personas.

## **Pablo A. Hurtado**

Licenciado en Comunicación para el Desarrollo, Máster en Administración de Empresas con una especialidad en Ventas y Marketing de la Universidad Austral de Argentina, es COACH certificado bajo la metodología LAMBENT por la ICC (International Coaching Community) - Inglaterra. Certificado en la metodología BELBIN® TEAM ROLES – Inglaterra

Con más de 20 años en ventas, ha gerenciado importantes marcas como Nissan y Audi a nivel nacional donde estaba a cargo de las Estrategias anuales de ventas Nacionales y Regionales, por segmento y producto; Planes con indicadores financieros, presupuestos, plan de marketing, inversiones, infraestructura y recursos humanos. Negociación con proveedores y dealers; Selección e inducción de personal, análisis de Mercado para toma de decisiones y gestión de contact center.

Como formación complementaria, ha participado del Programa de Liderazgo para la competitividad Global, FUNBOLIDER y la Universidad de Georgetown, Programa para Lograr el Éxito en Gerencia de Ventas del INCAE y Especialización en Ventas Personalizadas del Audi Training Program.



**GESTIÓN EMPRESARIAL**

PROGRAMA ONLINE:

# LIDERAZGO EN VENTAS

Conferencista, formador en ventas y gerencia de ventas, se desempeña de manera paralela como docente de Posgrado en la UPSA y NUR, dictando las materias “Sales Management”, “Coaching Comercial” y “Marketing Estratégico”. Ha trabajado con clientes como: ALICORP, COTAS AUTOSTAR, DISMAC, BANCO FASSIL, CENACE - UPSA, GENERAL AUTOMOTORS, MINOIL, CAINCO, RAINBOW BOLIVIA, PUNTOMAQ, AUTOSTAR, BANCO BISA entre otros.