



PROGRAMA DE:

# VENTAS CON GRANDES RESULTADOS

LOGRANDO QUE NUESTROS CLIENTES  
NOS COMPREN Y NOS RECOMIENDEN

## OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Brindar herramientas prácticas con el objetivo de que los participantes puedan potenciar sus habilidades de ventas y de servicio; garantizando un alto enfoque en el cliente y una experiencia personalizada, que se traduzca en mejorar la efectividad por cliente atendido haciendo el negocio más rentable.

Los participantes se sumergirán en un proceso completo de entrenamiento, donde se compartirán distintas experiencias en un entorno vivencial, dinámico, de aprendizaje reflexivo y con muchos ejercicios de aplicación inmediata

## ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

- TALLER ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS PARA UNA NEGOCIACIÓN COMERCIAL
- VENTAS CON PNL
- MANEJO DE OBJECIONES TÉCNICAS DE CIERRE DE VENTAS
- EXPERIENCIAS POSITIVAS PARA LA RETENCIÓN DE CLIENTES

## CARGA HORARIA

40 horas reloj de trabajo, distribuidas en 32 horas de clases online y 8 horas de trabajo individual.

## CONTENIDO POR MÓDULO

### MÓDULO I: TALLER ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS PARA UNA NEGOCIACIÓN COMERCIAL

#### OBJETIVOS DEL MÓDULO

El Taller “Estrategias y Técnicas para una Negociación Comercial” ha sido diseñado, con el objetivo de que los participantes aprendan a dominar el arte de la negociación y a aplicarlo en su entorno profesional. Mediante la combinación de sesiones teóricas y ejercicios


**GESTIÓN EMPRESARIAL**
**PROGRAMA DE:**

# **VENTAS CON GRANDES RESULTADOS**

LOGRANDO QUE NUESTROS CLIENTES NOS COMPREN Y NOS RECOMIENDEN

prácticos, el programa ofrece a los participantes los conocimientos y las herramientas necesarios para ejercitar y desarrollar sus habilidades de negociación comercial.

## **A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO**

Todas aquellas personas interesadas en profundizar en la dinámica del proceso de negociación comercial con el fin de potenciar sus habilidades y ponerlas en práctica en situaciones colaborativas y competitivas.

## **CONTENIDO**

- Autodiagnóstico, conocer nuestro tipo de negociador para detectar debilidades y fortalezas que poseemos.
- Detecta qué tipo de negociador es tu contraparte y usa la estrategia adecuada.
- Creatividad en la negociación. Búsqueda de alternativas
- Lenguaje verbal y no verbal en la negociación. Cada palabra cuenta; cada gesto también.
- Negociaciones de alto contenido emocional
- Tensión Colaborativa-Competitiva. Como gestionar los roles que debemos jugar a lo largo del proceso.
- Negociación en parejas y negociación en equipos
- Feedback como herramienta de mejora.
- Guía de preparación para negociar: el secreto del éxito. Hoja de ruta para preparar y llevar a cabo una negociación ganadora.

## **MÓDULO II: VENTAS CON PNL**

### **OBJETIVOS DEL MÓDULO**

El taller busca trabajar, a través de la PNL (Programación Neuro-lingüística), en cómo generar confianza en nuestros clientes, causar una buena impresión desde el primer contacto y



PROGRAMA DE:

# VENTAS CON GRANDES RESULTADOS

LOGRANDO QUE NUESTROS CLIENTES  
NOS COMPREN Y NOS RECOMIENDEN

hacerlos sentir cómodos. Aprender a realizar el rapport para que se sientan conectados a nosotros y podamos interactuar con nuestros clientes en un ambiente que les proporcione seguridad.

También brindar herramientas para realizar ventas consultivas analizando acertadamente necesidades, aprendiendo a preguntar, a escuchar a nivel empático reconociendo las motivaciones de los clientes y a responder/argumentar satisfaciendo las necesidades que hemos detectado.

## A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Todas aquellas personas que buscan potenciar sus habilidades ventas con el objetivo de generar mayores resultados.

## CONTENIDO

### GENERACIÓN DE SINTONÍA Y CONFIANZA (APLICANDO PNL)

- Cómo convertirse en un vendedor excepcional
- ¿Tengo claro donde quiero llegar?
- Descripción de los tipos de lenguaje y su importancia
- El rapport: cuando se da y cómo crearlo
- Clasificación de clientes según su sistema representacional dominante; como 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
- Primer contacto; cómo hacer que los clientes se sientan cómodos desde el “hola” y causar una buena primera imagen

### LA ESENCIA DE LA VENTA CONSULTIVA: ANÁLISIS DE NECESIDADES Y PRESENTACIÓN DE PRODUCTO


**GESTIÓN EMPRESARIAL**

PROGRAMA DE:

# VENTAS CON GRANDES RESULTADOS

LOGRANDO QUE NUESTROS CLIENTES NOS COMPREN Y NOS RECOMIENDEN

- Errores comunes en la atención de clientes
- ¿Atendemos o despachamos 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 los clientes?
- Preguntas cerradas y abiertas
- La Escucha Activa, como lograrla
- La Escucha Empática, el último nivel de Escucha
- ¿Cómo demostramos empatía?
- Diferencias entre empatizar y estar de acuerdo
- Modelo de Neuroventas.

## MÓDULO III: MANEJO DE OBJECIONES Y TÉCNICAS DE CIERRE DE VENTAS

### OBJETIVOS DEL MÓDULO

El Manejo de Objeciones busca exactamente crear una objeción en el cliente respecto al producto; ese primer NO que será el hilo conductor que nos llevará al cierre de venta. El programa detalla las principales objeciones de los clientes y la manera de tratarlas, de manera que, en vez de obstáculos para realizar una venta, se traduzcan en puntos a favor para concretarla.

Adicionalmente, generaremos un enfoque que permita distinguir a los vendedores las objeciones que merecen ser tratadas y las que son excusas para comprar.

Enseñar a utilizar el cierre de prueba, preguntas y lenguajes enfocados en el cierre de venta procurando perder el miedo a pasar al cierre de venta. Conocer diferentes técnicas de cierre de ventas para aplicar la que más se adecue a nuestro cliente y al propio vendedor. Instruir a los participantes acerca de los pilares de los Cerradores Estrella, que son aquellos que están muy por encima de la media.


**GESTIÓN EMPRESARIAL**

PROGRAMA DE:

# VENTAS CON GRANDES RESULTADOS

LOGRANDO QUE NUESTROS CLIENTES NOS COMPREN Y NOS RECOMIENDEN

## A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Todas aquellas personas que buscan potenciar sus habilidades ventas con el objetivo de generar mayores resultados.

## CONTENIDO

### MANEJO DE OBJECIONES Y CONSOLIDACIÓN DE LA VENTA

- ¿Qué es una objeción? Entendiendo su naturaleza
- Las Objeciones Ocultas y las Objeciones Reales
- La dirección de las Objeciones
- La venta comienza con el primer NO
- El paso fundamental de la venta: encontrar las objeciones
- Errores a evitar al enfrentarse a objeciones
- El modelo “o” objeciones y su aplicación
- Admisión de la objeción
- Profundización de la objeción
- La respuesta positiva a la objeción
- Retroalimentación a la respuesta positiva
- Principales objeciones de los clientes 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, la herramienta para saber en qué etapa de la venta estamos
- Preguntas y lenguaje enfocado al cierre
- El lenguaje no verbal apropiado para concretar ventas.
- La historia del primer beso y su analogía con las ventas
- Cierres de ventas poderosos
- El momento para hablar de Ventas Cruzadas



PROGRAMA DE:

# VENTAS CON GRANDES RESULTADOS

LOGRANDO QUE NUESTROS CLIENTES NOS COMPREN Y NOS RECOMIENDEN

- El timing para tocar las Ventas incrementales
- Principios de persuasión: Reciprocidad, escasez, autoridad, consistencia, simpatía y consenso
- Errores comunes al momento de cerrar ventas.
- Los valores de un Cerrador Estrella
- La ética inquebrantable de un Cerrador Estrella

## MÓDULO IV: EXPERIENCIAS POSITIVAS PARA LA RETENCIÓN DE CLIENTES

### OBJETIVOS DEL MÓDULO

El taller busca interiorizar en los participantes la importancia de su rol en la “**experiencia del cliente**”, potenciar las habilidades para brindar un servicio excepcional y garantizar un valor agregado; incrementando el nivel de desempeño y compromiso, desarrollando una mejor comunicación, consolidando el espíritu de equipo e implementando pasos fáciles que garanticen experiencias positivas que se traduzcan en la recomendación del cliente.

Reconocer aquellas situaciones donde se generan los abismos entre la experiencia que proveen los colaboradores y lo que los clientes esperan. Compartir estándares claros para generar experiencias positivas.

A su vez, se compartirán conocimientos y herramientas de aplicación práctica que potencien sus habilidades de **interacción, escucha, asertividad y retroalimentación** (basados en la PNL y la INTELIGENCIA EMOCIONAL) para propiciar mensajes claros y argumentados, buscar acuerdos e influir positivamente en las experiencias de los clientes.

### CONTENDIO

#### EL ROL QUE DESEMPEÑAMOS EN LA EXPERIENCIA DE CLIENTE

- ¿Cómo se comportan actualmente los clientes? ¿Por qué es necesario GENERAR EXPERIENCIAS POSITIVAS EN EL SERVICIO?
- Análisis de la experiencia de un cliente en el servicio, caso práctico para entender el contexto en el cual nos desenvolvemos actualmente.


**GESTIÓN EMPRESARIAL**
**PROGRAMA DE:**

# **VENTAS CON GRANDES RESULTADOS**

LOGRANDO QUE NUESTROS CLIENTES NOS COMPREN Y NOS RECOMIENDEN

- La “experiencia del cliente” y el rol que juega en la organización.
- Analizando clientes que viven “buenas experiencias” y sus potenciales beneficios.
- Analizando clientes que viven “malas experiencias” y sus devastadoras consecuencias.
- 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?
- Atendemos en función a nuestra forma de ser: Análisis y auto-diagnóstico de estilos de personalidad y cómo estos influyen en la experiencia que brindamos.
- Las 4 leyes que nos permiten generar experiencias positivas en el servicio: Tips para aplicarlas correctamente con el objetivo de generar la recomendación de los clientes.

## **CAPÍTULO 2: HABILIDADES Y TÉCNICAS PARA GENERAR EXPERIENCIAS POSITIVAS**

- Calidad en la “experiencia de cliente” ¿Qué aspectos engloba este concepto?
- ¿Qué rol desempeñas y cuál es tu impacto en una experiencia de calidad?
- MOMENTOS DE VERDAD, ¿Qué son y como impactan en la experiencia que generamos?
- ¿Cómo se debe trabajar en los MOMENTOS DE VERDAD?
- Generando EXPERIENCIAS POSITIVAS EN EL SERVICIO para lograr la RECOMENDACIÓN de los clientes.
- El “paso a paso” para GENERAR EXPERIENCIAS POSITIVAS EN EL SERVICIO:
  - Sintonizar la frecuencia del cliente: PNL (PROGRAMACIÓN NEURO- LINGÜÍSTICA) para entender como la comunicación (verbal y no verbal) impacta en la primera impresión y al momento de generar sintonía con el cliente. Herramientas prácticas que permitan potenciar habilidades y aplicaciones de una comunicación centrada en las personas a través de la escucha, empatía y asertividad.
  - Tips para hacer preguntas y escuchar, entiendo las necesidades del cliente.
  - Consejos para orientar una solución al cliente, entendiendo el problema y asumiendo responsabilidad.
  - WOW: En la experiencia no es qué haces, sino cómo lo haces, lo que marca la diferencia.
- Actitud, la verdadera diferencia para lograr EXPERIENCIAS POSITIVAS.


**GESTIÓN EMPRESARIAL**
**PROGRAMA DE:**

# **VENTAS CON GRANDES RESULTADOS**

LOGRANDO QUE NUESTROS CLIENTES  
NOS COMPREN Y NOS RECOMIENDEN

## **INSTRUCTORES**

### **Pablo Andrés Hurtado**

Licenciado en Comunicación para el Desarrollo, cuenta con una Maestría en Administración de Empresas de la Escuela Europea de Negocios y una Especialidad en Dirección de Negocios de Retail de la Universidad Austral de Argentina.

Con más de 15 años en ventas en diferentes cargos, fue Gerente Nacional de Audi para Bolivia 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 y Análisis de Mercado para toma de decisiones. 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. Es COACH certificado bajo la metodología LAMBENT por la ICC (International Coaching Community) - Inglaterra. Certificado en la metodología BELBIN® TEAM ROLES – Inglaterra.

Ha liderado diferentes equipos comerciales enfocándose siempre en la capacitación de los mismos para lograr un Alto Rendimiento y es un Formador Certificado por el CENACE-UPSA. Conferencista y facilitador en ventas y gerencia de ventas. Ha trabajado con clientes como: ALICORP, COTAS AUTOSTAR, DISMAC, BANCO FASSIL, CENACE - UPSA, GENERAL AUTOMOTORS, MINOIL, CAINCO, RAINBOW BOLIVIA, entre otros.

### **Miguel Alberto Flores**

Es COACH certificado bajo la metodología LAMBENT por la ICC (International Coaching Community) - Inglaterra. Ha sido certificado como Customer Experience Expert CXM 360 por IZO (España). Experto en Gestión de Servicio al Cliente y Auditor Interno de Sistemas de Calidad según norma ISO 9001:2008. Facilitador Certificado con la norma internacional “COPC” (Customer Operation Performance Center) en la empresa de Telecomunicaciones TIGO. Certificado en Gestión de Cultura Organizacional y



TALENTUM

CENACE  
Unidad de Educación Continua  
UPSA



GESTIÓN EMPRESARIAL

PROGRAMA DE:

# VENTAS CON GRANDES RESULTADOS

LOGRANDO QUE NUESTROS CLIENTES  
NOS COMPREN Y NOS RECOMIENDEN

Engagement - OCC SOLUTIONS, Colombia. Licenciado en Administración de Empresas con un Diplomado en Educación Superior, cuenta con una especialidad en Coaching de Ventas, Neuroventas y PNL. Certificado en la metodología BELBIN® TEAM ROLES – Inglaterra Trabajó en TIGO como entrenador del CUSTOMER PERFORMANCE CENTER; formando a operadores de atención al cliente y ventas a nivel nacional, se desempeñó como Director Nacional de la Universidad REMAX-BOLIVIA y actualmente es socio consultor en TALENTUM.

Conferencista y facilitador con más de 10 años de experiencia en temas relacionados en ventas, experiencia del cliente y desarrollo personal, trabajando con clientes como: BANCO BISA, TIGO (MILLICOM), BANCO GANADERO, REMAX, OPTICENTRO, ALICORP, IMCRUZ, MATSERVICE, CENACE - UPSA, TERBOL, AFP FUTURO DE BOLIVIA, CHEVROLET, BANCO NACIONAL DE BOLIVIA, CBN y otras.