



## Curso Online de **Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas:** El cronómetro del vendedor de alto rendimiento

*Para conocer y practicar conceptos de venta y negociación que aumenten su eficacia y le permitan obtener el máximo rendimiento.*

**ARGENTINA**  
(54) 1159839543

**BOLÍVIA**  
(591) 22427186

**COLOMBIA**  
(57) 15085369

**CHILE**  
(56) 225708571

**COSTA RICA**  
(34) 932721366

**EL SALVADOR**  
(503) 21366505

**MÉXICO**  
(52) 5546319899

  
Iniciativas Empresariales  
*| estrategias de formación*



[attcliente@iniciativasempresariales.edu.es](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.edu.es)  
[america.iniciativasempresariales.com](http://america.iniciativasempresariales.com)  
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp  
(34) 601615098

**PERÚ**  
(51) 17007907

**PANAMÁ**  
(507) 8338513

**PUERTO RICO**  
(1) 7879457491

**REP. DOMINICANA**  
(1) 8299566921

**URUGUAY**  
(34) 932721366

**VENEZUELA**  
(34) 932721366

**ESPAÑA**  
(34) 932721366

# Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas: El cronómetro del vendedor de alto rendimiento

## Presentación

*La venta es la única función empresarial que genera ingresos...* Esta afirmación es una verdad simple y evidente, pero también fundamental porque justifica la extraordinaria importancia del trabajo del vendedor.

El profesional de la venta debe gestionar el tiempo que dedica a cada cliente en función de su importancia. Sabe que a cuantos más clientes visite más posibilidades de obtener pedidos tendrá, pero también sabe que la atención y el servicio al cliente son un factor determinante para su fidelización.

Para el vendedor el tiempo es oro y la probabilidad de convertir en ventas el tiempo que pasa con el cliente depende de su grado de competencia. Para entrenar y mejorar esta competencia, respetando al máximo el tiempo del vendedor, se ha diseñado este curso que ofrece múltiples técnicas y habilidades encuadradas en el contexto de una estrategia empresarial y de marketing basada en la creación de relaciones duraderas y rentables.

El objetivo es diseñar de forma eficaz, útil y rápida una lista de comprobación de los principales aspectos en los que un vendedor de alto rendimiento debe entrenarse para aplicarlos en la relación con sus clientes en términos de confianza, compromiso y rentabilidad. Queremos respetar al máximo el tiempo del vendedor. Por eso este curso es un cronómetro.

## La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación.

Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1

La posibilidad de **escoger** el momento y lugar más adecuado para su formación.

2

**Interactuar** con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3

**Aumentar sus capacidades** y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4

**Trabajar** con los recursos que ofrece el entorno on-line.

# Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas: El cronómetro del vendedor de alto rendimiento

## Objetivos del curso:

---

- Conocer cuáles son las principales técnicas que son vitales para cerrar una venta.
- Definir las habilidades que pueden mejorar su potencial vendedor, identificando sus puntos fuertes y sus áreas de mejora en la venta.
- Conocer cuáles son los aspectos clave de un proceso de ventas.
- Aprender a mejorar nuestra comunicación interpersonal.
- Aplicar la PNL (Programación Neurolingüística) al proceso de venta.
- Actualizar los estilos de venta, evitando las costumbres rutinarias y aumentando así las posibilidades de éxito.
- Argumentar los beneficios de una oferta para animar al cliente a efectuar la compra.
- Identificar nuestra posición de venta con respecto a la competencia.
- Conocer cuáles son las claves de una escucha activa.
- Describir los tipos de objeciones con los que nos podemos encontrar y cómo argumentarlas.
- Conocer los aspectos que generan valor delante del cliente.
- Aprender a gestionar el precio en el proceso de negociación.
- Conocer los elementos que son vitales en un proceso de negociación bajo la óptica del vendedor, pero también del comprador.
- Aprender a relacionarse con un cliente cada vez más preparado y exigente.
- Adquirir una visión global del proceso de ventas: detectar necesidades y razones de compra del cliente, informar, convencer, argumentar correctamente, tratar adecuadamente las objeciones y cerrar la venta en el momento preciso.

“ Disponga de los conocimientos y herramientas más precisas para desarrollar competencias comerciales que le permitan ser más eficiente y poder dar respuesta comercial a los problemas que plantea la situación económica actual”

## Dirigido a:

---

Directores Comerciales, Jefes de Ventas, Delegados de Zona, Jefes de Equipo y, en general, a cualquier profesional de la venta que quiera conocer o afianzar sus conocimientos sobre las diferentes herramientas que las modernas técnicas de venta y negociación le ofrecen a fin de aumentar sus beneficios.

# Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas: El cronómetro del vendedor de alto rendimiento

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 60 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

### Manual de Estudio

12 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

### Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

**Bibliografía y enlaces** de lectura recomendados para completar la formación.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

# Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas: El cronómetro del vendedor de alto rendimiento

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. El cronómetro del vendedor

2 horas

El profesional de la venta debe gestionar el tiempo que dedica a cada cliente en función de su importancia. Para el vendedor el tiempo es oro, y la probabilidad de convertir en ventas el tiempo que pasa con el cliente depende de su grado de competencia. Para entrenar y mejorar esta competencia, respetando al máximo el tiempo del vendedor se ha diseñado este curso.

#### 1.1. Lo primero: somos vendedores y el tiempo apremia

- 1.1.1. El vendedor, activo clave de la empresa.
- 1.1.2. La gestión del tiempo del vendedor.

#### 1.2. Bases del modelo: técnicas, habilidades y estrategia

- 1.2.1. Tu participación es la clave del cronómetro.
- 1.2.2. Entrena la comunicación eficaz.
- 1.2.3. Entrena tus habilidades directivas y negociadoras.
- 1.2.4. Entrena los procesos de la venta.
- 1.2.5. Entrena otros aspectos comerciales clave.
- 1.2.6. El cronómetro del vendedor de alto rendimiento empieza a funcionar.

### MÓDULO 2. La venta emocional. La Inteligencia Emocional en la función comercial

8 horas

La Inteligencia Emocional puede guiar y determinar la actitud diaria del vendedor ante su trabajo para lograr mejores resultados y una mayor satisfacción. Es importante conocer técnicas que permitan al vendedor ser consciente de sus emociones para transformarlas en habilidades emocionales que aplique en su actividad y le permita ser más eficaz.

#### 2.1. Bases de la Inteligencia Emocional:

- 2.1.1. Fundamentos de la Inteligencia Emocional.
- 2.1.2. Una persona, dos mentes.
- 2.1.3. El dominio de las emociones.

#### 2.2. Coeficiente emocional como factor crítico del éxito en la venta:

- 2.2.1. El plan general emocional.
- 2.2.2. Las competencias emocionales.

#### 2.3. Gestión de las emociones y de la interacción con el cliente:

- 2.3.1. Las cinco áreas clave del vendedor consciente.

# Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas: El cronómetro del vendedor de alto rendimiento

2.3.2. La orientación al cliente emocional.

## 2.4. El vendedor emocionalmente competente, una cuestión de hábitos:

2.4.1. Hábitos para un coeficiente emocional excelente.

2.4.2. No decir a los demás cómo se sienten.

2.4.3. Responsabilizarse de los propios sentimientos.

## MÓDULO 3. La neurona vendedora. Las técnicas de la PNL aplicadas a la venta

8 horas

### 3.1. Lo primero: ¿qué es la Programación Neurolingüística (PNL)?

3.1.1. La PNL definida con precisión.

3.1.2. Hipótesis de trabajo de la PNL.

### 3.2. Los sistemas de representación:

3.2.1. El mapa no es el territorio.

3.2.2. La percepción sensorial como herramienta de trabajo.

3.2.3. Personas visuales.

3.2.4. Personas auditivas.

3.2.5. Personas kinestésicas.

### 3.3. La PNL y el proceso de venta:

3.3.1. La importancia de hacer soñar.

3.3.2. La importancia de observar.

3.3.3. Vendiendo con PNL: las reglas.

3.3.4. El diseño del proceso de venta y la importancia de la relación.

3.3.5. Del sistema de representación a la venta.

### 3.4. Crear acción mediante la palabra:

3.4.1. Antes que las palabras, la sintonía.

3.4.2. Obstáculos en el lenguaje.

3.4.3. Herramientas de la PNL. Más allá de las palabras.

# Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas: El cronómetro del vendedor de alto rendimiento

## MÓDULO 4. Habilidades directivas, vendedores efectivos

6 horas

### 4.1. El vendedor como líder y emprendedor:

4.1.1. Las peculiaridades del trabajo del vendedor.

### 4.2. Los siete hábitos de Covey y el vendedor efectivo:

4.2.1. Ser proactivo.

4.2.2. Empezar con un fin en la mente.

4.2.3. Primero lo primero.

4.2.4. Pensar en ganar/ganar.

4.2.5. Primero comprender y luego ser comprendido.

4.2.6. Buscar sinergias.

4.2.7. Afilar la sierra.

## MÓDULO 5. La negociación: clave para vender... y para comprar

6 horas

Las habilidades negociadoras deben formar parte del bagaje de competencias de un buen vendedor que debe conocer las técnicas y el proceso de la negociación no solo para aplicarlas en su actuación, sino también para comprender mejor las actuaciones que realiza su cliente, el comprador.

### 5.1. El papel del comprador y del vendedor en la empresa:

5.1.1. El homo negociador.

5.1.2. La negociación, un concepto múltiple.

5.1.3. Algunas tácticas de negociación.

### 5.2. Preparar la transacción: el punto de vista del comprador

5.2.1. Algunas claves del comprador.

5.2.2. El centro de compra.

### 5.3. Preparar la transacción: el punto de vista del vendedor

5.3.1. Algunos consejos operativos.

5.3.2. Negociación colaborativa y competitiva.

### 5.4. El proceso negociador y la negociación comercial:

5.4.1. Fase de preparación.

5.4.2. Fase de ejecución.

5.4.3. Fase de post-acuerdo.

# Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas: El cronómetro del vendedor de alto rendimiento

## MÓDULO 6. Herramientas para la entrevista de venta

6 horas

### 6.1. El buen vendedor:

- 6.1.1. Tipologías de vendedores.
- 6.1.2. Características del buen vendedor.

### 6.2. La fase previa a la entrevista:

- 6.2.1. La preparación de la venta.
- 6.2.2. La toma de contacto inicial.

### 6.3. La entrevista de ventas según el modelo DAPA:

- 6.3.1. Definir las necesidades.
- 6.3.2. Aceptar la situación.
- 6.3.3. Presentar la propuesta.
- 6.3.4. Aceptar la propuesta.

## MÓDULO 7. La venta como proceso

6 horas

Este módulo propone dar un esquema global del proceso de la venta apostando por una alternativa que dará valor a los participantes al curso. Es un esquema de trabajo poco conocido en España basado en el modelo recogido en un importante libro francés de ventas, *Le gran libre de la vente*, que pasa por las fases de prospectar, conducción de la entrevista, convencer, cerrar la venta y negociar, fidelizar a los clientes y desarrollar la salud mental.

### 7.1. Una introducción necesaria: el proceso de venta en el cronómetro del vendedor.

### 7.2. La prospección:

- 7.2.1. La importancia de captar clientes.
- 7.2.2. El contacto y la cualificación de los prospectos.

### 7.3. La conducción de la entrevista.

### 7.4. Convencer:

- 7.4.1. Comprender la situación y las necesidades.
- 7.4.2. Argumentar eficazmente.
- 7.4.3. Tratar las objeciones adecuadamente.
- 7.4.4. Vender el precio con serenidad.

### 7.5. Cerrar la venta y negociar:

- 7.5.1. Cierre sin negociación.
- 7.5.2. Cierre con negociación.

### 7.6. Fidelizar al cliente:

- 7.6.1. Gestionar el bono de buena voluntad del cliente.



## Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas: El cronómetro del vendedor de alto rendimiento

7.6.2. Profundizar en la estrategia de aliado.

### 7.7. Entrenar la mente:

7.7.1. Aislarse de las ondas negativas.

7.7.2. Entrenar la espiral positiva.

## MÓDULO 8. Las nuevas dimensiones de la formación en ventas

4 horas

La formación y el reciclaje permanente son herramientas clave para el futuro de cualquier departamento de ventas. El principal objetivo debe ser la especialización y profesionalización de todo el personal del departamento que se conseguirá dotándoles de una buena base comercial y de marketing para después poder iniciar una formación de reciclaje constante mucho más especializada.

### 8.1. Afilar la sierra: la importancia de la formación y la mejora continua:

8.1.1. El departamento de ventas y la formación.

8.1.2. La mejora continua: del bebé que vende al vendedor que bebe ... formación.

### 8.2. El “zen” del vendedor: coaching, empowerment y mentoring.

### 8.3. El impacto tecnológico:

8.3.1. El tic vendedor.

8.3.2. Las competencias digitales de un vendedor.

### 8.4. El vendedor en red: redes sociales para la venta

8.4.1. La web 2.0.

8.4.2. La red social LinkedIn.

## MÓDULO 9. El precio en la venta

4 horas

### 9.1. Precio, ingresos y beneficio:

9.1.1. La política ideal de precios: en busca de los beneficios ocultos.

9.1.2. Ford descubre sus beneficios ocultos.

9.1.3. La cultura del beneficio.

### 9.2. Las objeciones y el precio:

9.2.1. Informar sobre el precio.

9.2.2. Tipos de clientes ante el precio.

## Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas: El cronómetro del vendedor de alto rendimiento

### 9.3. La venta por valor:

9.3.1. Reforzar el impacto de la oferta frente a interlocutores financieros.

9.3.2. Comprender el concepto financiero de valor.

## MÓDULO 10. Innovación y creatividad

4 horas

En un mundo tan cambiante como el actual tan sólo sobreviven aquellas empresas que saben adaptarse a los cambios con rapidez. Y el saber anticiparlos, el ser capaz de tomar la iniciativa, constituye una ventaja competitiva de primer orden que permite que la empresa gane posiciones en el mercado en perjuicio de sus competidores.

La innovación vende, así que como vendedores tenemos que prestar atención a la innovación, y mejor aún, tenemos que innovar en nuestra actividad de ventas. La observación, el aprendizaje, el deseo de mejorar fomentan que nuestros procesos comerciales se vayan perfeccionando, a veces con grandes innovaciones, pero en la mayor parte de las ocasiones con pequeñas mejoras que van haciendo avanzar a la organización y a su personal hacia la excelencia.

### 10.1. La innovación en la empresa y en las ventas:

10.1.1. Todos innovamos.

10.1.2. Bebiendo de las fuentes de la innovación.

### 10.2. Técnicas de creatividad:

10.2.1. El pensamiento creativo.

10.2.2. El pensamiento lateral.

10.2.3. La tormenta de ideas o brainstorming.

10.2.4. La técnica Scamper.

10.2.5. El arte de las preguntas.

10.2.6. Los mapas mentales.

## MÓDULO 11. El reto de conocer al cliente

4 horas

### 11.1. El cliente, la clave de las ventas:

11.1.1. El posible cliente solo es si...

11.1.2. Comprender el proceso de compra del cliente.

### 11.2. Detectar y analizar las necesidades del cliente:

11.2.1. Requerimiento, retroacción y necesidad.

### 11.3. Aprovechar las motivaciones del cliente:

11.3.1. El proceso motivacional.

11.3.2. Tipos de motivaciones y sus determinantes.

# Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas: El cronómetro del vendedor de alto rendimiento

## 11.4. El cliente empresarial:

### 11.4.1. La venta solución.

## MÓDULO 12. Ventas y estrategia empresarial

2 horas

Con independencia de su ubicación en el organigrama de la empresa, es evidente que la organización y gestión de las ventas deviene en un elemento clave para el cumplimiento de los objetivos empresariales.

### 12.1. El vendedor y la estrategia empresarial:

12.1.1. La función de ventas y los nuevos modelos de gestión.

12.1.2. La dirección estratégica de la empresa.

12.1.3. Dirección estratégica del equipo de ventas.

### 12.2. Hacia la venta relacional: cultivando relaciones duraderas y rentables

12.2.1. Marketing Relacional: la estrategia de partida.

12.2.2. Venta Relacional: nuestro objetivo.

# Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas: El cronómetro del vendedor de alto rendimiento

## Autor



### Francisco Benjamin Cobo

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Diplomado Universitario Tecnológico en Marketing especialidad en Técnicas de Comercialización. Máster Executive en Marketing Relacional, CRM y Comercio Electrónico cuenta con amplia experiencia como consultor y formador en marketing y ventas.

## Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

