



## Curso Online de El método de la **Venta Maestra**

*Los principios de la Neuroventa, la persuasión y el coaching que ayudan a vender más en menos tiempo y con menos esfuerzo.*

**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*

  
**MANAGER  
BUSINESS  
SCHOOL**

[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

# El método de la Venta Maestra

## Presentación

El acto de la compra se realiza de una forma emocional y se justifica de manera racional, pilares sobre los que se sustenta la venta persuasiva. Puesto que la motivación de compra surge del interior del comprador, es mucho más eficaz y efectivo permitir al cliente descubrir los beneficios que la propuesta vendedora tiene para él. Si Aristóteles opinara sobre esto diría: *“Un necio intentará convencerme con sus motivos, mientras que un sabio me persuadirá con los míos”*.

Venta persuasiva es el curso que:

**Primero:** descubre y enseña cómo hacer que la venta suceda de la forma más natural, desde las necesidades, los deseos y las razones del comprador.

**Segundo:** enseña a navegar por el universo de las emociones, valores y motivaciones que activan la decisión de compra.

**Tercero:** nos guía por las nueve personalidades y por los tres “estados del yo” de su cliente para saber qué piensa, qué siente y por qué actúa; para ayudarlo a descubrir qué necesita, qué desea y qué quiere, para que sea el propio cliente quien afirme los beneficios de la propuesta vendedora.

Resultado: ventas de ganar + ganar y clientes más satisfechos.

Porque a nadie le gusta que le vendan y a todos les gusta comprar.

## La Formación E-learning

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.

## El método de la Venta Maestra

### Objetivos del curso:

---

- Qué necesidades, valores, estados psicológicos, emociones y motivaciones impulsan a los clientes a comprar.
- Cómo descubrir cuáles son las necesidades e intereses de nuestros clientes e incorporarlos a nuestra planificación estratégica.
- Cómo reconocer a tu cliente ideal y dominar la comunicación más efectiva que nos permita crear relaciones de ganar + ganar.
- Cómo controlar la entrevista de venta para que fluya hacia la mejor solución para el cliente.
- Cómo alcanzar el corazón del cliente y hacerle sentir bien durante el proceso de la entrevista de venta.
- Cómo utilizar el poder de la persuasión y permitir que el cliente compre por sus propios motivos y razones.
- Cómo disfrutar del proceso de la venta y conseguir que el cliente se sienta feliz por comprar.
- Cómo conquistar cotas más elevadas de ventas, con menos esfuerzo y presión comercial.
- Cómo lograr ventas de manera más natural, eficaz y efectiva.
- Cómo transformar las relaciones con los clientes y generar la confianza para que se consoliden y fidelicen.
- Cómo hablar en público con seguridad, confianza y persuasión.

“ La persuasión en la venta consiste en la utilización de la comunicación para cambiar, formar o reforzar lo que el cliente opina de cosas, personas o productos, y esta persuasión se sustenta en dos pilares fundamentales que deben quedar reflejados en nuestros argumentos de venta: la credibilidad y la confianza”

### Dirigido a:

---

Directores Comerciales, Jefes de Ventas, Delegados de Zona, y en general a cualquier profesional de la venta que quiera conocer o afianzar sus conocimientos sobre las diferentes herramientas que ofrece la venta persuasiva.

# El método de la Venta Maestra

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 50 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

5 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.

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. La persona como comprador

16 horas

Este primer módulo del curso pretende descubrir la esencia de la persona detrás de su identidad como cliente, como comprador de productos y servicios. Como vendedores nos servirá para conocer todo aquello que impulsa a nuestros clientes a tomar la decisión de comprar.

#### 1.1. La decisión de compra:

- 1.1.1. Qué es la decisión de compra.
- 1.1.2. Por qué compra la gente.

#### 1.2. Qué dice la neuro-ciencia.

#### 1.3. El universo emocional y la compra:

- 1.3.1. Felicidad.
- 1.3.2. Alegría.
- 1.3.3. Amor.
- 1.3.4. Miedo.
- 1.3.5. Tristeza.
- 1.3.6. Ira.

#### 1.4. Las necesidades y los deseos:

- 1.4.1. A nivel físico.
- 1.4.2. A nivel emocional.
- 1.4.3. A nivel mental.
- 1.4.4. A nivel espiritual.

#### 1.5. La rueda de las motivaciones y los motivos de compra:

- 1.5.1. Autonomía vs afiliación.
- 1.5.2. Contribución vs conversación.
- 1.5.3. Exploración vs seguridad.
- 1.5.4. Logro vs hedonismo.
- 1.5.5. Cooperación vs poder.

#### 1.6. Los valores personales:

- 1.6.1. Identificando los valores.
- 1.6.2. Clasificando los valores.
- 1.6.3. Eligiendo los valores.
- 1.6.4. Descubriendo el valor de los valores.

#### 1.7. Los cuadrantes de la rueda de la vida:

- 1.7.1. El personal.
- 1.7.2. El de relación (social).

1.7.3. El económico.

1.7.4. El dinámico (vital).

## 1.8. Los tres estados del yo:

1.8.1. El Yo padre.

1.8.2. El Yo adulto.

1.8.3. El Yo niño.

## 1.9. Los tres filtros sensoriales:

1.9.1. El filtro visual.

1.9.2. El filtro auditivo.

1.9.3. El filtro cinestésico.

## MÓDULO 2. Las 9 personalidades detrás del comprador

6 horas

El *eneagrama* es como un manual de instrucciones de la condición humana con el que podemos comprender las motivaciones profundas que hay detrás de nuestras conductas y actitudes. Es un mapa de nuestra personalidad que nos permite determinar lo que somos a través del sentimiento, del pensamiento y del instinto (pensar, sentir, actuar).

Desde el punto de vista de la venta se convierte en una poderosa herramienta porque nos permite crear la tipología de nuestros clientes.

### 2.1. Cuando predomina el pensamiento:

2.1.1. El investigador.

2.1.2. El leal.

2.1.3. El entusiasta.

### 2.2. Cuando predomina el sentimiento:

2.2.1. El ayudador.

2.2.2. El triunfador.

2.2.3. El individualista.

### 2.3. Cuando predomina la acción (el instinto):

2.3.1. El líder.

2.3.2. El pacificador.

2.3.3. El reformador.

## MÓDULO 3. La persuasión en acción

16 horas

La persuasión es una comunicación que influye o hace que otras personas cambien sus pensamientos, sentimientos, deseos y comportamientos. Opera de tal modo que al interlocutor se le presenta la información de una forma en la que debe volver a examinar sus valores personales y convicciones bajo una luz diferente.

### 3.1. Los principios de la persuasión:

- 3.1.1. El agrado.
- 3.1.2. La autoridad.
- 3.1.3. El compromiso y la consistencia.
- 3.1.4. El contexto y el tiempo.
- 3.1.5. La credibilidad.
- 3.1.6. La empatía.
- 3.1.7. La escasez.
- 3.1.8. El interés y la necesidad.
- 3.1.9. La reciprocidad.

### 3.2. Fórmulas persuasivas:

- 3.2.1. Atención + Interés + Deseo + Acción.
- 3.2.2. Problema + Agitación + Solución + Acción.
- 3.2.3. Situación + Problema + Implicación + Necesidad.

### 3.3. El vocabulario persuasivo:

- 3.3.1. Los 11 verbos más vendedores.
- 3.3.2. Los códigos reptilianos (el peso decisorio de la compra).
- 3.3.3. Los 3 decisores universales.
- 3.3.4. Las palabras – ideal de las 9 personalidades.
- 3.3.5. Las palabras más influyentes de la venta.

### 3.4. Las preguntas para persuadir.

### 3.5. Dialogando con persuasión.

## MÓDULO 4. El vendedor y su motivación

6 horas

### 4.1. La automotivación para el éxito:

- 4.1.1. Hoy puede ser un gran día.
- 4.1.2. Qué podría haber sido mejor.

### 4.2. La planificación de la entrevista de ventas:

- 4.2.1. Creando a tu avatar.

### **4.3. La comunicación con el cliente:**

4.3.1. Desde él y para él.

### **4.4. La relación con el cliente:**

4.4.1. Cultivando la confianza: “el pegamento de las relaciones”.

## **MÓDULO 5. Presentaciones para persuadir al grupo**

6 horas

### **5.1. Descubriendo a la audiencia:**

- 5.1.1. A quiénes va dirigida la presentación.
- 5.1.2. Para qué han ido a esa presentación.
- 5.1.3. Qué posición psico-emocional tendrán.

### **5.2. Conectando con la audiencia:**

- 5.2.1. Qué le vamos a contar.
- 5.2.2. Para qué se lo vamos a contar.
- 5.2.3. Cómo se lo vamos a contar.

### **5.3. Comunicando con la audiencia:**

- 5.3.1. La comunicación verbal.
- 5.3.2. La comunicación no verbal (gestual).
- 5.3.3. La dramatización.
- 5.3.4. La improvisación.



# El método de la Venta Maestra

## Autor



**José María García**

Diplomado en Marketing y Dirección Comercial. Mentor en Oratoria y Comunicación. Coach y formador con amplia experiencia como facilitador comercial.

## 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.

