

# Venta por Empatía

Descubre el secreto de la Venta Consultiva

Vender asesorando no despachando



Área COMERCIAL Y VENTAS

*“Haz un Cliente, no una venta”*

*- Katherine Barchetti*



**FORTES**

escuela de personas



## Introducción

# Bienvenida

Estimado/a cliente:

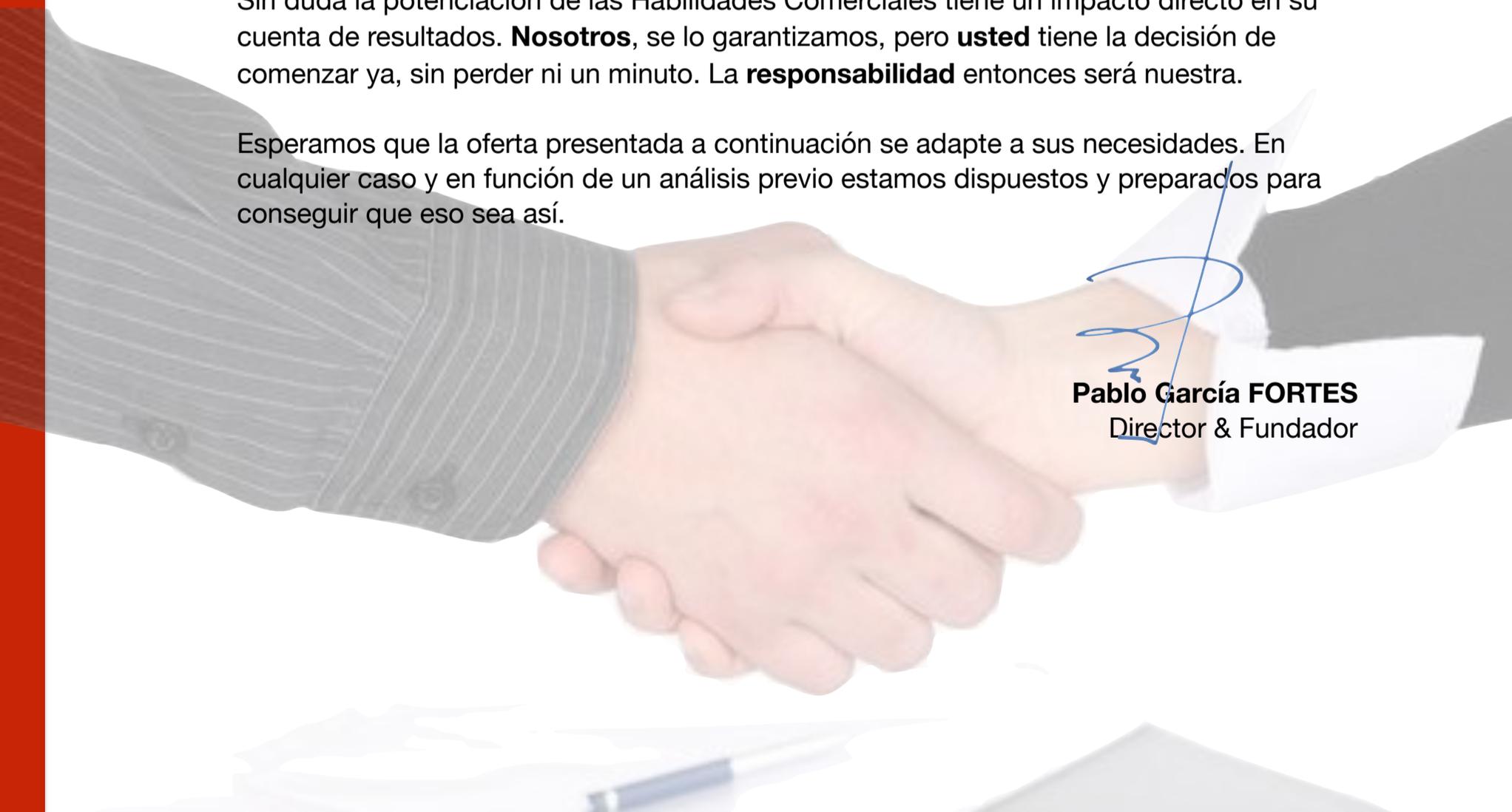
Hoy en día hay pocos factores que pueden marcar las diferencias entre las organizaciones. El precio ó la calidad de producto cada vez se mueve en intervalos más cerrados. Hay mas información, los clientes son más selectivos y exigentes porque son más conoedores del mercado.

Ante todo esto, uno de los factores primordiales y que marca una diferencia determinante, es el valor del Capital Humano de ventas. Su potenciación conlleva en relación directa, la mejora en la atención al cliente, mejora de los resultados, mejora de las condiciones de trabajo, una comunicación más fluida, condiciones favorables para el descenso del estrés, la tensión y las preocupaciones y por lo tanto menos bajas laborales y errores cometidos por dichos motivos. En definitiva, **¡Conseguir más con menos!**

La calidad en el servicio al cliente y en general las condiciones de trabajo no se puede copiar por la competencia, ni se puede alcanzar a través de algún atajo ó acción puntual, mas bien es el resultado de un plan sistemático y prolongado en el tiempo, coordinando una correcta planificación formativa con un análisis previo de necesidades y un control posterior de los avances adquiridos. Todo ello personalizado en cada individuo de la organización.

Sin duda la potenciación de las Habilidades Comerciales tiene un impacto directo en su cuenta de resultados. **Nosotros**, se lo garantizamos, pero **usted** tiene la decisión de comenzar ya, sin perder ni un minuto. La **responsabilidad** entonces será nuestra.

Esperamos que la oferta presentada a continuación se adapte a sus necesidades. En cualquier caso y en función de un análisis previo estamos dispuestos y preparados para conseguir que eso sea así.



**Pablo García FORTES**  
Director & Fundador

# Nuestra Brújula



## VISIÓN

### *Nuestro Para Qué*

Mejores personas, harán mejores profesionales;  
Mejores profesionales, harán mejores líderes;  
Mejores líderes, harán mejores organizaciones.



## MISIÓN

### *Nuestra Razón de Ser*

Crear valor desde las personas, proporcionándoles habilidades de vida, de forma que puedan convertirse en personas, profesionales y líderes de más valor para la sociedad



## VALORES

### *¿En qué creemos?*

Nuestro valor principal es "LA PERSONA" y por ello los principios que guían nuestros programas son muy: **FORTES**

## Flexibilidad

*Saber adaptarse, escuchar y prever los cambios y saber dar respuesta a tiempo para sobrevivir y ganar ventaja competitiva.*

## Trabajo en Equipo

*Las victorias y las derrotas se viven y comparten entre todos, lo que implica bailar con la cooperación, la colaboración que no es sólo tener un objetivo común sino la energía y trabajo involucrado en alcanzar objetivos juntos.*

## Optimismo

*Como una forma de percibir y ver la vida, una actitud hacia las cosas. Ver las cosas de manera favorable y centrarse en la solución y no en los problemas.*

## Empatía

*Comprender y conectar con las personas, entenderlas y accionar desde un lugar humano, teniendo un trato más cercano y humano*

## Responsabilidad

*Que suceda, depende de uno/a mismo/a.*

## Superación

*Dar el máximo para lograr tus resultados. Mejorarse a sí mismos en diferentes aspectos de la vida, incluyendo la capacidad de ser coherentes con tus propios valores*





## Breve Descripción

Los mercados han cambiado sensiblemente durante los últimos años. La crisis, la globalización, la revolución tecnológica especialmente ligada a internet han traído cambios tanto en las reglas del juego como en el comportamiento del consumidor.

Este nuevo escenario implica nuevos modelos de negocio, nuevas metodologías de venta, nuevos estilos y nuevas competencias en los profesionales. Los cambios han revolucionado el maravilloso mundo de las ventas

En la actualidad no valen los mismos productos y servicios para todos o, al menos, no se pueden vender de la misma manera.

En este contexto, la Venta Consultiva se convierte en **el único modelo comercial que garantiza resultados**. Conocer al cliente y adaptar la oferta a sus necesidades específicas es la clave del éxito:

*“El proceso a través del cual una persona experta en una materia asesora profesionalmente a otra para influir positivamente en su decisión de adquirir los productos y servicios que representa, a cambio de un precio determinado”*

El objetivo principal del Programa de VENTA CONSULTIVA es establecer relaciones sólidas ya largo plazo con los clientes, brindándoles soluciones personalizadas y de valor que satisfagan sus necesidades y problemas específicos.

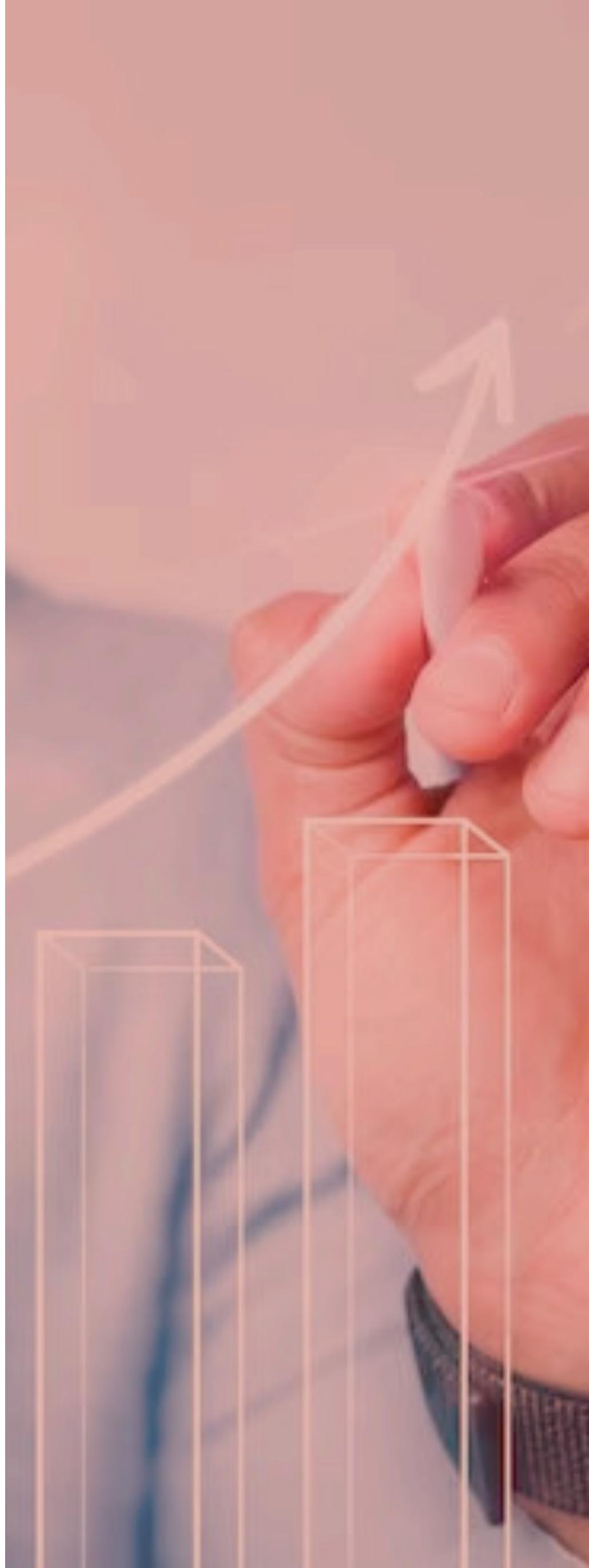
A diferencia de las técnicas de venta tradicionales que se centran en promocionar productos o servicios de manera general, la venta consultiva busca entender profundamente al cliente, escuchar sus inquietudes y complacer orientación experta.



## Objetivos

Los objetivos específicos del Programa de **VENTA CONSULTIVA** incluyen:

- **Establecer confianza y credibilidad:** Ayudar al vendedor consultivo a crear un ambiente de confianza con el cliente, fundamental para establecer relaciones comerciales duraderas.
- **Conocerme y Conocer al Cliente:** Comprender los fundamentos del lenguaje DISC con el fin de conocer nuestro estilo de comportamiento, y a partir de ahí, identificar los estilos de comportamiento y de los clientes.
- **Comprender las necesidades del cliente:** Comprender las necesidades, deseos y desafíos únicos que enfrenta cada cliente, a través de un proceso de escucha activa y preguntas relevantes para descubrir las verdaderas preocupaciones del cliente.
- **Enfocarse en el valor y los beneficios:** Mostrar cómo la solución propuesta resolverá los problemas del cliente y mejorará su situación.
- **Ofrecer soluciones personalizadas:** Diseñar soluciones adaptadas a cada cliente, lo que implica ofrecer asesoramiento, sugerencias y recomendaciones que mejor se ajusten a las circunstancias del cliente.
- **Fomentar la fidelidad y la repetición de compra:** Establecer relaciones a largo plazo que fomenten la lealtad del cliente.
- **Superar objeciones y resistencias:** Entrenarse y prepararse para abordar las objeciones de manera constructiva y persuasiva, buscando siempre el beneficio mutuo.





## Que te llevas

Al terminar el programa, el/la participante será capaz de:

- ✓ Integrar un exitoso proceso de venta en 8 pasos, que convierta a nuestros clientes en prescriptores de la marca.
- ✓ Generar credibilidad de forma inmediata
- ✓ Practicar diferentes métodos para descubrir los intereses de nuestros clientes.
- ✓ Crear preguntas poderosas para obtener la información que necesitamos.
- ✓ Fomentar la expectación para crear interés y conseguir que el cliente desee mantener la comunicación.
- ✓ Formular soluciones únicas para cada cliente, atractivas a su lógica y a sus emociones.
- ✓ Identificar puntos de acuerdo para reducir las resistencias.
- ✓ Localizar objeciones escondidas y responder con confianza a las más frecuentes.
- ✓ Evaluar las perspectivas del cliente para avanzar en la venta.
- ✓ Aumentar la fidelidad de las cuentas actuales.
- ✓ Seleccionar los mejores métodos de prospección para equilibrar los flujos de venta.
- ✓ Crear una red de contactos de calidad que generen negocio.
- ✓ Desarrollar una visión personal motivadora.
- ✓ Establecer objetivos cargados de contenido para asegurar niveles de venta más exitosos.
- ✓ Aprender diez maneras de gestionar el tiempo para focalizarlo en acciones provechosas.

BE  
NE  
FI  
CIOS





## Estructura del Programa

### 1.- Conociendo a tu Cliente.

- Enfoque actual de la Venta.
- Los 4 Estilos de Comportamiento (DISC).
- ¿Qué nos mueve a actuar?
- Cómo nos comunicamos.
- Cuál es "Mi perfil".

### 2.- Venta Consultiva y el/la Vendedor/a Consultiva

- ¿Qué es vender?
- ¿Qué ha cambiado en los clientes?
- La Venta Consultiva.
- Principios Sobre Ventas.
- El Nuevo Rol del Vendedor/a.
- Cualidades del Vendedor/a Consultivo/a.
- Desarrolla una AMP.

### 3.- Sintonizando con el Cliente

- El Modelo de los 7 pasos.
- Construyendo Confianza.
- Principios de Comunicación.
- Arranque de Ventas.
- Captar la atención.
- El beneficio General.

### 4.- Detección de Necesidades y diseñando la Solución

- La Historia de la Venta.
- Detección de Necesidades.
- Las dos habilidades principales: Escuchar y Preguntar.
- El Arte de la Pregunta.
- Diseño de la Solución.
- Al arte de crear Necesidades.

### 5.- Cierre y Tratamiento de Objeciones

- Señales de Compra.
- Tentativas de Cierre.
- Métodos para obtener compromiso.
- Seguimiento y Fidelización.
- Trato de Objeciones.
- Clasificación de Objeciones.
- Los Amortiguadores.
- La Objeción Oculta.



## A quién va dirigido

El Programa de Venta Consultiva se dirige a diversos perfiles de profesionales que desean desarrollar habilidades y conocimientos específicos para mejorar su enfoque de ventas y establecer relaciones más sólidas con los clientes. Incluyen...

- ✓ **Vendedores y ejecutivos de ventas:** Aquellos que están directamente involucrados en el proceso de venta y desean mejorar sus habilidades de venta, escucha activa, empatía y capacidad de ofrecer soluciones personalizadas.
- ✓ **Profesionales de ventas técnicas:** Ingenieros de ventas, expertos en productos o servicios que desean aprender a comunicar eficazmente el valor de las soluciones técnicas a los clientes.
- ✓ **Gerentes y líderes de ventas:** Responsables de equipos de ventas que buscan mejorar las habilidades de consultoría y enfoque consultivo de sus vendedores y supervisar su implementación.
- ✓ **Ejecutivos y directivos de empresas:** Aquellos empresarios que desean entender los beneficios de implementar una estrategia de venta consultiva en sus organizaciones y cómo ello puede impactar positivamente en los resultados comerciales.
- ✓ **Emprendedores y dueños de negocios:** Personas que deseen comprender cómo adoptar un enfoque consultivo en la venta de sus productos o servicios para construir relaciones sólidas con los clientes y mejorar la satisfacción y retención del cliente.
- ✓ **Profesionales de marketing:** Aquellos que buscan alinear su estrategia de marketing con una estrategia de venta consultiva, para asegurar que los mensajes y propuestas de valor lleguen de manera efectiva a los clientes potenciales.



# Metodología

## Cómo está diseñado el programa

La clave de un entrenamiento con éxito es el compromiso personal y la participación; estos dos importantes aspectos tienen un fiel cumplimiento en el modelo “FORTES de transformación personal”, facilitando que el aprendizaje de auto-descubrimiento sea totalmente dinámico.

No es otro programa teórico más. Es un programa de entrenamiento que tiene las siguientes características,

- 👤 **Participativo:** Se aplica sobre la marcha y con resultados inmediatos y positivos. Los adultos aprenden haciendo.
- 👤 **Práctica:** Facilita la puesta en práctica de los temas y, por tanto, el desarrollo real de comportamientos y la adquisición de nuevos hábitos.
- 👤 **Permanente:** Es un método de Transformación y Desarrollo de Comportamientos. La unión de una serie de habilidades para entrenar permitirá que las herramientas aprendidas a través de la práctica y el coaching que se realiza resulten en nuevos hábitos que permanecerán aún después de que termine el entrenamiento, como parte de usted
- 👤 **Ampliar la zona de confort:** El desafío es que las oportunidades se encuentran a menudo fuera de la zona de confort. Nuestro objetivo es estirar suave y persistentemente nuestra zona de confort mediante el desarrollo de una mayor confianza y flexibilidad, para que podamos aprovechar las nuevas oportunidades.
- 👤 **Positiva:** La investigación ha demostrado que los adultos aprenden más rápido, tienen más avances y disfrutan de los resultados cuando trabajan en ambientes positivos y construir sobre nuestras fortalezas.
- 👤 **Energía y Entusiasmo:** La puesta en práctica de los procesos formativos se caracteriza por su energía, entusiasmo, alta participación de los asistentes (no esperada, sino motivada por el formador), cambios de ritmo en la dicción, y con el uso de visuales de apoyo apropiados al entorno, a los asistentes y al tema.

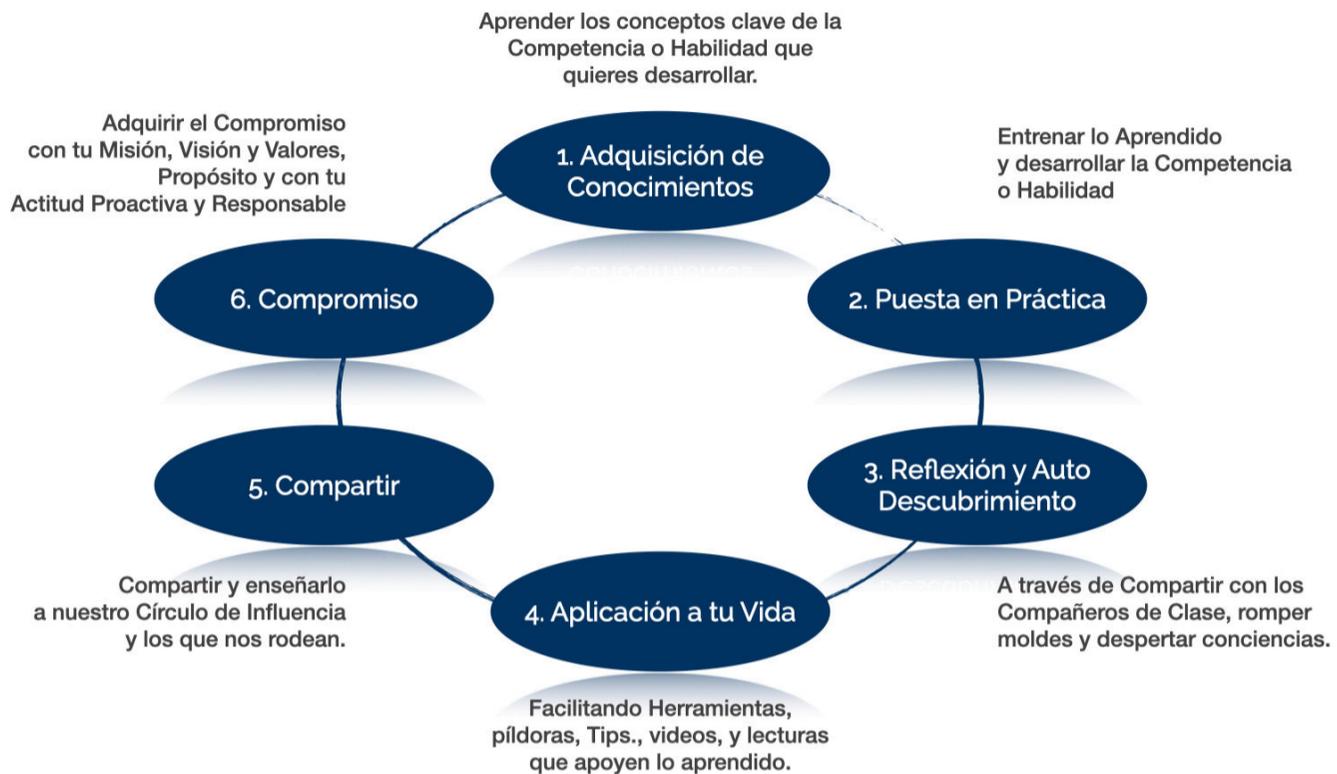
Todos nuestros formadores independientemente de la materia que impartan y antes de impartir formación a profesionales, deben haber pasado por procesos formativos relacionados con áreas tan diversas como “Oratoria”, “Ventas de ideas a grupos”, “Habilidades de desarrollo profesional” y “Comunicación y desarrollo personal”, “Liderazgo”, etc



# Metodología

## Nuestra Experiencia de Aprendizaje

Aprendizaje de Harvard para el Liderazgo y desarrollo de Personas



## Aprendizaje Experiencial

Inspirado en el Cono de la Experiencia de Edgar Dale





## Facilitador



### Pablo GARCÍA FORTES

- Director & Fundador de FORTES escuela de personas ©
- Diplomado en Estudios Empresariales por la Universidad de Vigo
- Master en Dirección Comercial y Marketing, por la Escuela de Negocios Caixanova, actual UIE
- Profesor colaborador en distintas instituciones, en el área de Habilidades de desarrollo profesional (IEF, AEPF, EFPA, Instituto Galego do Viño, Coach Líder, FORGAL, FOROX, etc.)
- Coach certificado por las siguiente instituciones:
  - Professional Coach Certified (PCC) por la International Coaching Federation (ICF), ACTP por Coaching Corporation (Isora Solutions), Escuela Superior de Coaching (Santiago de Compostela), y Escuela de Negocios Caixanova (AECOP), actualmente UIE
  - Certificado Internacionalmente en Comportamientos DISC y Motivadores
- Formador certificado por las siguiente instituciones:
  - Instructor Internacional del Instituto Dale Carnegie de New York, Strauss Milligan (Barcelona), Growman Gruop (Madrid) y AG Enghenría Humana (firma de Portugal), en las áreas de Comunicación, Relaciones Humanas, Ventas, Negociación y Oratoria.
  - Formador interno Entidades Financieras, por la Universidad Ramón Llull, de Barcelona.



## Características del Programa



### Modalidad

- Presencial
- Virtual Online



### Próxima Edición:

Fechas Pendientes  
Confirmación

**Nº Participantes:** Limitado a 20 participantes

### Horario:

- Opción horario de mañana: De 09:30 a 13:30 h.
- Opción horario de tarde: De 16:00 a 20:00 h

### Jornadas:

6 Sesiones de 4 horas cada una, con una dedicación de media jornada Laboral



## Tarifas Precios Exentos de IVA por docencia.

### Precios:

- Precio 1º inscrito: **499,00 €** • Precio Ex-Alumnos inscrito: **427,00 €**
- Precio 3º inscrito: **427,00 €** • Bonificable por grupos de 15 asistentes

Consúltanos acerca de nuestras tarifas para programas in-Company, y bonos y descuentos en inscripciones múltiples o distintos colectivos.



## Contacto e Inscripción

Plazas limitadas por riguroso orden de inscripción.

Para Inscripción o más informa:



[www.escuelafortes.com/inscripciones](http://www.escuelafortes.com/inscripciones)

Para más información :



**Teléf. Contacto: +34 636 26 29 27**



**Email: [teayudo@escuelafortes.com](mailto:teayudo@escuelafortes.com)**



## Qué incluye la inscripción

- La asistencia al programa
- Material de trabajo
- Acompañamiento y seguimiento durante todo el programa.
- Un sistema con lecturas y ejercicios para que sigas aprendiendo fuera del aula.
- Un grupo reducido de 20 personas máximo.
- El Material necesario para el desarrollo del programa: Documentación electrónica
- Diploma de acreditación de todo el programa
- Consulta la política de cancelación en la Web



## Requerimientos para Graduarse

El/la participante debe cumplir con todos los requerimientos del programa para obtener el diploma acreditativo, ya que de lo contrario sólo recibirá un Certificado de Asistencia. Para ello deberá asistir al menos a un 80% mínimo de la horas programadas y participar en los ejercicios prácticos y discusiones teóricas propuestas en las clases.

www.escuelafortes.com

Autoconocimiento

Habilidades para la vida

Habilidades Comerciales

Habilidades Oratoria

Habilidades Liderazgo

## ¿COMENZAMOS EL CAMINO?



Muchas gracias por su confianza.

*” Descubrí que la mayor parte de los profesionales, tenían tanta necesidad de pensar estando de pie ante un grupo, como la necesidad de mayor formación en el refinado arte de convivir y tratar con los demás en el trabajo diario y los contactos sociales.”*

*Dale Carnegie*

*“Ojalá existiese también un instituto en el que se enseñara a la gente a escuchar. En resumidas cuentas, un directivo necesita en la misma medida saber hablar y prestar atención a las palabras de quienes están a sus órdenes. Son muchos los que no se dan cuenta de que eso que llamamos - comunicación - es una vía que discurre en doble sentido”.*

*Lee Iacocca*



**FORTES**  
escuela de personas