



**“Comunicación Emocional aplicada a la venta
y a la negociación”**

Aprenda a leer y a adaptarse al lenguaje no verbal de su cliente y a utilizar técnicas de influencia, para optimizar sus resultados.

Autora: Carmen Sebastián Fernández © 2010

Objetivos

Proponemos en este taller un atractivo, práctico y eficaz itinerario para alcanzar la excelencia en la comunicación de venta. A través de distintas técnicas y una metodología de comprobada utilidad, los asistentes descubrirán cómo identificar las claves emocionales que transmitimos en la situación comercial. Aprenderán a hacer una lectura emocional de sí mismos y del cliente para adecuarse a él. Se trabajarán fundamentalmente técnicas no verbales en esta primera fase.

Se trata finalmente de incrementar la consciencia de lo que acontece en la entrevista comercial, utilizando los recursos más adecuados y como consecuencia, mejorar sus resultados en la venta.

Testimonios de los asistentes:

"Muy útil, muy práctico, muy interesante. Aprendí muchas cosas. Ayuda a ampliar miras, a ampliar la visión. Te conecta con distintos puntos de vista y te ayuda a tratar con gente difícil. Te ayuda a observar y preguntar más. Te permite corregir errores. Te da más armas y por tanto más seguridad. Ha sido muy útil grabar. Muy bien el trabajo en pequeños grupos con distintas personas. Excelente profesora, muy profesional"

Los objetivos que conseguirán los asistentes al finalizar el taller son:

- ❖ Saber hacer una lectura de la comunicación no verbal y emocional
- ❖ Saber calibrar. Determinar el tipo de cliente y su necesidad.
- ❖ Saber sincronizar con el cliente y adecuarse a él.
- ❖ Conocer y reconocer los elementos clave de la comunicación emocional
- ❖ Incrementar su consciencia y por tanto su poder en la situación de venta
- ❖ Utilizar medios de influencia.
- ❖ Aprender a utilizar adecuadamente el lenguaje
- ❖ Analizar, identificar y mejorar los recursos de cada uno en la venta.
- ❖ Aprender a programar un objetivo individual de progreso
- ❖ Saber aplicar estas técnicas en el entorno de las entrevistas comerciales
- ❖ Sistematizar y ampliar sus conocimientos intuitivos en la relación de venta
- ❖ Incrementar en consecuencia, sus resultados comerciales

Destinatarios. A quién va dirigido

Este programa está especialmente diseñado para aquellas personas interesadas en desarrollar y optimizar sus habilidades comerciales, Directivos y personal del Área Comercial. Aquellos que deseen profundizar en el lenguaje del rostro y del cuerpo. Los que tengan interés en ser más conscientes de qué y cómo comunican sus propósitos y deseos ellos mismos y sus clientes, con el objeto de mejorar su poder e influencia. Podrán de este modo incrementar y programar mentalmente sus objetivos comerciales.

Metodología

El taller se basa en un entrenamiento permanente y experimentado. Todos los contenidos serán explicados y convertidos en ejercicios para su adiestramiento en el aula. La metodología del taller utiliza el trabajo en pequeños grupos para el entrenamiento práctico de las distintas técnicas y su posterior puesta en común en sesión plenaria. Las exposiciones teóricas, basadas en recientes investigaciones, introducirán y concluirán los ejercicios.

Se escenificarán y grabarán dos representaciones de situaciones de venta propuestas por los propios asistentes, para su análisis posterior y la observación de las técnicas explicadas previamente. El taller aprovecha y rentabiliza todas las experiencias y ejercicios de modo acumulativo. Permite una aplicación práctica inmediata y un análisis personal y situacional a cada uno de los asistentes que elaborarán un objetivo de progreso personal.

Programa de contenidos

Primer día

9- 11

1. Introducción a la comunicación de excelencia

- El modelo orquestal de la comunicación. La Comunicación multicanal
- La importancia de la comunicación emocional
- En qué consiste el modelo de mundo, cómo se establece.
- Postulados básicos de la comunicación.
- Postulados de los grandes comunicadores

11 – 11.30 café

11.30- 14

2. La lectura de comunicación emocional en la comunicación no verbal. Establecer y mantener la relación con el cliente.

- Entrar en contacto con el cliente:
 - En qué consiste la calibración.
 - Cómo y qué observar:
 - Qué nos dicen los movimientos oculares
 - La expresión de las emociones básicas
 - Cómo observar la expresión del rostro
 - Qué nos cuenta el cuerpo
 - Ejercicios
 - La congruencia, lectura global de la comunicación

14- 16 almuerzo

16- 17.30

3. Técnicas de influencia no verbal. Empalmar con el cliente.

- Adaptarse al cliente en su modelo de funcionamiento:
 - ¿Qué es la sincronización?
 - Las neuronas espejo, base biológica de la sincronización
 - Tipos de sincronización: total, parcial, directa y cruzada, verbal o no verbal.
 - Ejercicios

17.30-19

Grabación de una situación de venta dónde todos los asistentes puedan calibrar el conjunto de técnicas no verbales entrenadas durante el día.

Ejercicio de aplicación práctica

- ❖ Análisis de la representación
- ❖ Visionado de la grabación en vídeo
- ❖ Observación y análisis conjunto de las técnicas practicadas durante la sesión.

9-11

4. Saber conseguir la buena información. Utilizar la comunicación verbal

- Conocer la necesidad del cliente.
- Calibrar el lenguaje del cliente.
- Introducción al Metamodelo. Distorsión, generalización y supresión.
- Precisar la información, concretar, fijar, los datos en la entrevista.
- Las herramientas clave en la comunicación verbal.
- Cómo utilizar la pregunta
- Aplicación a las objeciones.
- Ejercicios

11 – 11.30 café

11.30- 14

Representación de una situación de venta. Ejercicio de aplicación práctica.

Durante el taller se elaborarán dos role play o representación de papeles basados en los casos reales de los asistentes. Para ello es necesario que expongan sus necesidades y perfilen las características y personajes de la situación.

- ❖ Observación y análisis conjunto en la representación de las técnicas aprendidas en el taller, aprovechando las experiencias de todos los asistentes.
- ❖ Calibración y sincronización verbal
- ❖ Calibración y sincronización no verbal
- ❖ La puesta en práctica de la comunicación emocional en la venta

Almuerzo

16-17.30

5. Aprender a programarse para el éxito

- Cómo definir nuestro objetivo de progreso
- Aplicación de los criterios básicos de la programación de objetivos.
- Aprender a programar nuestra mente: diferencias entre el lenguaje verbal y el lenguaje mental
- Identificar nuestros recursos / resistencias.
- Aumentar sus recursos en la situación de venta.

17.30-19

5. Aprender a programarse para el éxito. Aplicación personal.

- Elaboración individual de un programa para aplicar las técnicas aprendidas en sus entrevistas de venta y programar objetivos de excelencia en la venta.
- Cada asistente elabora un programa personal de mejora como consecuencia del aprendizaje del taller para la puesta en práctica de la comunicación emocional en la venta, orientado por la experta directora del taller.