

# Del asalto a la persuasión: cómo vender sin ser percibido como intrusivo

Manuel Herrero



Financiado por:



# Del asalto a la persuasión: cómo vender sin ser percibido como intrusivo

1. **Los errores comunes en las técnicas de venta tradicionales y su impacto negativo en la percepción del cliente.**
2. **Los principios de la persuasión efectiva y cómo aplicarlos en tu enfoque de ventas.**
3. **Estrategias para construir relaciones de confianza con tus clientes potenciales.**
4. **Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes.**

# Introducción

La competencia

**Segmentación**



**Marketing Mix**

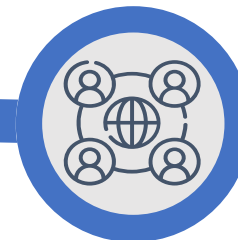
Precio, Producto, Publicidad, Canal



**Posicionamiento**



**Habilidades comerciales**



**VARIABLES QUE INTERVIENEN**



# Introducción

## Nos autoexcluimos cuando....

- Valor que ofreces es bajo
- Competencia te gana en costes
- Demanda es baja o insuficiente.
- Posicionamiento equivocado
- Segmentación equivocada.
- No leemos el mercado.
- Precios orientados a los costes
- No nos conocen.



¿Cómo se percibe el mundo de las ventas en el mercado?



¿Piensas mal cuando alguien de forma indirecta quiere vender sus productos?



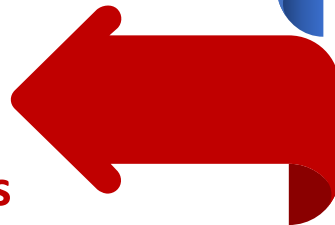
¿Qué piensas de la profesión a priori y de los vendedores en general?



¿Qué piensas cuando alguien te quiere vender algo en un grupo cerrado?



¿Qué pensarías si en la empresa que trabajas te dicen que también tienes que vender?



**En la vida de un vendedor, la percepción e interpretación de la profesión condiciona su éxito o fracaso en las ventas.**



# 1. Los errores comunes en las técnicas de venta tradicionales y su impacto negativo en la percepción del cliente.

- A lo largo del tiempo, **las técnicas tradicionales** de ventas se han basado en enfoques directos que buscan persuadir rápidamente al cliente a tomar una decisión de compra.
- Si bien estas tácticas han sido eficaces en ciertos momentos, **hoy en día pueden generar efectos negativos y dañar la relación con los clientes potenciales**, especialmente en un mercado que valora la confianza y la transparencia.



# 1. Los errores comunes en las técnicas de venta tradicionales y su impacto negativo en la percepción del cliente.

## 1. Asociación con tácticas agresivas

Los comerciales que **intentan cerrar tratos rápidamente, sin respetar los tiempos del cliente** o sin prestar atención a sus necesidades, son percibidos como invasivos y centrados solo en sus propios intereses.

- **Impacto negativo:** El cliente siente que está siendo manipulado o presionado, lo que genera rechazo inmediato. Cuando **un cliente percibe una presión excesiva, su reacción natural es retroceder** y volverse más resistente al mensaje.



## 2. Falta de autenticidad

Este tipo de actitud genera desconfianza, ya que los clientes sienten que el vendedor está **usando un guion preestablecido**, sin mostrar interés real en sus problemas o necesidades.

- **Impacto negativo:** Los vendedores que no demuestran empatía o autenticidad en sus interacciones son vistos como principiantes e inexpertos.



1. Los errores comunes en las técnicas de venta tradicionales y su impacto negativo en la percepción del cliente.

### 3. Sobrestimar los beneficios del producto

Tendencia a **exagerar las ventajas** de un producto o servicio. Los vendedores que hacen promesas que el producto no puede cumplir generan expectativas irrealistas, lo que suele resultar en la decepción del cliente.

- **Impacto negativo:** Este enfoque no solo daña la imagen del vendedor, sino también la reputación de la empresa. Los clientes insatisfechos tienden a compartir sus experiencias negativas.

### 4. Interacciones demasiado transaccionales

Cuando un vendedor se **centra únicamente en la transacción** (cerrar la venta) y no en construir una relación. Este tipo de venta no fomenta la lealtad ni el compromiso a largo plazo, ya que el cliente siente que su relación con el vendedor no es importante una vez realizada la compra.

- **Impacto negativo:** La percepción de que el vendedor **está interesado solo en la venta y no en el cliente como persona** hace que el cliente sea menos propenso a volver o recomendar al vendedor o empresa.



1. Los errores comunes en las técnicas de venta tradicionales y su impacto negativo en la percepción del cliente.

## 5. Falta de conocimiento del producto o servicio

No están preparados para responder preguntas detalladas o para explicar los beneficios del producto en profundidad.

- **Impacto negativo:** Esto **genera desconfianza en el cliente**, que percibe que el vendedor **no es experto** en lo que ofrece.

## 6. Persistencia molesta

Cuando un vendedor contacta repetidamente a un cliente sin recibir respuesta, o no respeta el "no" inicial, **esto genera una sensación de acoso**. Los consumidores actuales valoran mucho su tiempo y privacidad, por lo que la presión para cerrar una venta puede ser extremadamente molesta.

- **Impacto negativo:** **El cliente percibe al vendedor como molesto o invasivo**, lo que no solo pone en riesgo la venta, sino que también puede dañar la imagen de la empresa.



1. Los errores comunes en las técnicas de venta tradicionales y su impacto negativo en la percepción del cliente.

## 7. Contacto no deseado o no solicitado

En la era digital, el **contacto no solicitado** a través de llamadas, correos electrónicos o mensajes en redes sociales **puede ser percibido como una invasión de la privacidad**. Muchos clientes se sienten frustrados cuando los vendedores los contactan sin previo aviso, especialmente si no han mostrado interés en el producto o servicio.

- **Impacto negativo: Este tipo de aproximación se percibe como invasiva y genera rechazo automático.** Muchos clientes no responden o bloquean al vendedor sin darle una oportunidad.



## 8. No cumplir con las promesas iniciales

Los vendedores que **prometen más de lo que pueden entregar**, ya sea en términos de plazos, precios o funcionalidades del producto, **generan una imagen negativa** cuando no cumplen con esas promesas. Los clientes sienten que han sido engañados.

- **Impacto negativo: La confianza se rompe**, lo que no solo perjudica la relación actual, sino que también afecta futuras oportunidades de negocio, ya que el cliente probablemente no vuelva ni recomiende al vendedor o empresa.

1. Los errores comunes en las técnicas de venta tradicionales y su impacto negativo en la percepción del cliente.

## 9. Enfoque en las características del producto en lugar de los beneficios

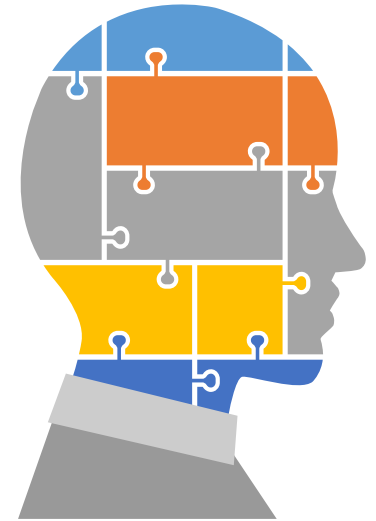
los vendedores se centran en describir los atributos del producto en lugar de relacionar esos atributos con los beneficios que resuelven problemas o necesidades del cliente. Crea desconexión.

- **Impacto negativo:** Al no personalizar la presentación en función de las necesidades del cliente, se pierde la oportunidad de crear un vínculo emocional y mostrar empatía.

## 10. Ignorar la fase de descubrimiento.

No invierten suficiente tiempo en conocer realmente al cliente, **sus necesidades, preocupaciones o puntos de dolor**. La venta se enfoca en "hablar" en lugar de "escuchar", lo que lleva a una comunicación unidireccional, poco efectiva y poco personalizada.

- **Impacto negativo:** Los clientes perciben que el vendedor no entiende su situación, lo que resulta en ofertas que no responden a sus necesidades específicas. Un vendedor que no se para a comprender al cliente, da la impresión de que solo le interesa la transacción, no la relación.



1. Los errores comunes en las técnicas de venta tradicionales y su impacto negativo en la percepción del cliente.

## 11. Exceso de tecnicismos o jerga especializada

El uso excesivo de tecnicismos o lenguaje propio de la industria puede alienar a los clientes que no están familiarizados con esos términos. Aunque es importante demostrar conocimiento del producto, la sobrecarga de información puede generar confusión o intimidación.

- **Impacto negativo:** El cliente puede sentirse abrumado y confundido por la complejidad de la información. Si el cliente no entiende cómo el producto resuelve su problema, es menos probable que avance en el proceso de compra.

## 12. Falta de flexibilidad en la propuesta

Los vendedores tradicionales a menudo siguen un guion rígido o un enfoque único para todos los clientes, sin adaptar su mensaje según las necesidades particulares.

- **Impacto negativo :** El cliente puede interpretar esta falta de personalización como una falta de interés genuino por parte del vendedor en resolver su problema específico.



## ¿Cómo ves a los profesionales de la venta?





1. Los errores comunes en las técnicas de venta tradicionales y su impacto negativo en la percepción del cliente.

## Resumen del impacto negativo:

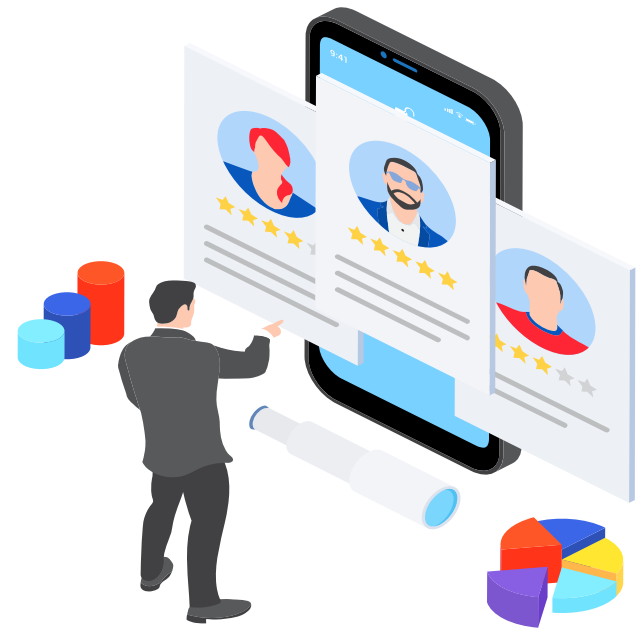
Las técnicas tradicionales :

- Ignoran las emociones, necesidades o el contexto del cliente
- Pueden resultar intrusivas
- Erosionan la confianza.
- Limitan la conexión emocional generando una **percepción negativa** hacia la marca o el vendedor.



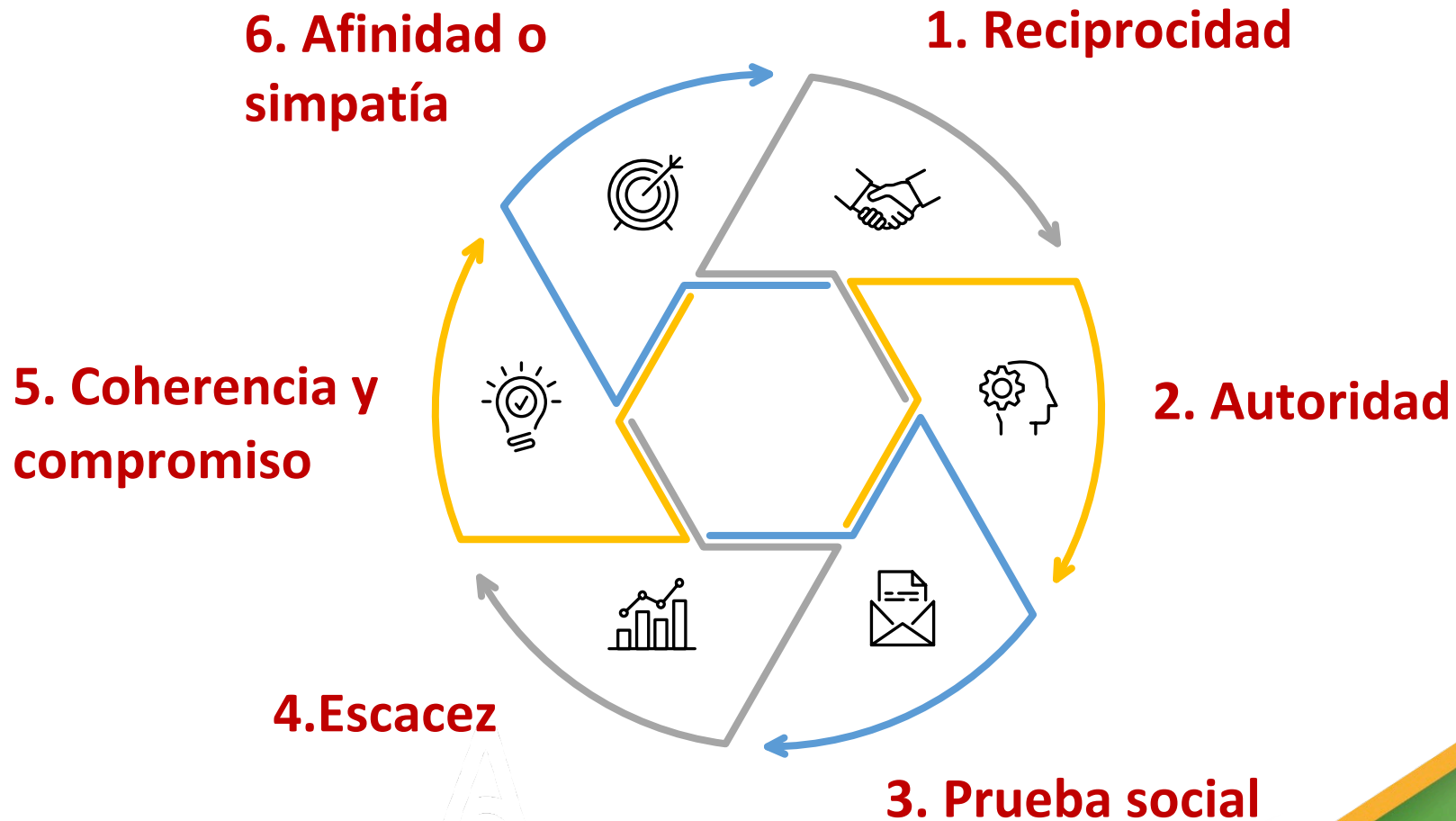
## 2. Los principios de la persuasión efectiva y cómo aplicarlos en tu enfoque de ventas

La **persuasión efectiva** en ventas no se trata de manipular al cliente, sino de influir positivamente en su toma de decisiones **mostrando** de manera clara y auténtica **el valor que tu producto o servicio puede ofrecer.**





## 2. Los principios de la persuasión efectiva y cómo aplicarlos en tu enfoque de ventas



## 2. Los principios de la persuasión efectiva y cómo aplicarlos en tu enfoque de ventas

# 1. Reciprocidad

El principio de reciprocidad **se basa en la idea de que las personas tienden a corresponder las acciones positivas que reciben.**

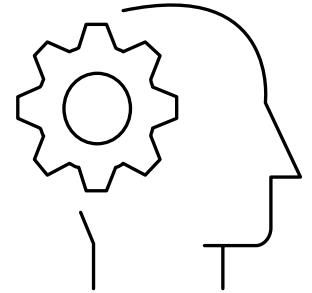
Si ofreces algo de valor al cliente de manera genuina y desinteresada, es más probable **que ellos sientan la necesidad de responder de forma positiva**, ya sea comprando tu producto o aceptando tu recomendación.



## 2. Los principios de la persuasión efectiva y cómo aplicarlos en tu enfoque de ventas

### 2. Autoridad

Un experto es **una persona reconocida** como una fuente **confiable en un determinado tema, técnica, o habilidad**, cuya capacidad para juzgar o decidir en forma correcta, equilibrada, e inteligente, **le confiere autoridad y estatus** en una materia específica



### La reputación

Es la consideración, opinión o estima que se tiene a alguien o algo. El concepto está **asociado al prestigio**

## 2. Los principios de la persuasión efectiva y cómo aplicarlos en tu enfoque de ventas

¿Cuál es nuestra  
imagen?

¿Trabajamos nuestra  
**REPUTACIÓN** ?

¿Disminuye....o

**Aumenta ... NUESTRO  
VALOR?**

## 2. Los principios de la persuasión efectiva y cómo aplicarlos en tu enfoque de ventas

# 3. Prueba social

La prueba social se refiere **a la tendencia de las personas a seguir el comportamiento de los demás**, especialmente si perciben que esos "otros" son similares a ellos. Mostrar ejemplos de otros clientes que han tenido éxito con tu producto es una poderosa forma de persuasión.



- **Testimonios y reseñas**
- **Casos de estudio**
- **Datos de uso** : "el 95% de los usuarios recomiendan nuestro servicio"

## 2. Los principios de la persuasión efectiva y cómo aplicarlos en tu enfoque de ventas

### 4. Escasez

El principio de escasez establece que las personas tienden a valorar más algo que es limitado o difícil de obtener. **Este principio se basa en el miedo a perder una oportunidad**, lo que motiva a tomar decisiones más rápidas.

- **Ofertas limitadas**
- **Disponibilidad de stock**



## 2. Los principios de la persuasión efectiva y cómo aplicarlos en tu enfoque de ventas

### 5. Coherencia y compromiso

Las personas desean ser consistentes con sus decisiones y compromisos anteriores. Una vez que alguien se compromete con una idea o acción, tiende a mantener ese comportamiento para evitar ideas contradictorias. Aprovechar pequeños compromisos iniciales puede aumentar las probabilidades de que un cliente realice una compra más grande.

- **Solicitar compromisos pequeños**
- **Progresión gradual**

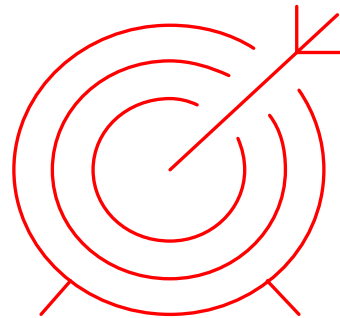


## 2. Los principios de la persuasión efectiva y cómo aplicarlos en tu enfoque de ventas

### 6. Afinidad o simpatía

Las personas están más dispuestas a decir "sí" **a alguien que les agrada**. La afinidad se puede generar a través de la construcción de **relaciones genuinas**, el establecimiento de puntos en común y la demostración de empatía.

- **Conectar a nivel personal**
- **Establecer puntos en común**





## 2. Los principios de la persuasión efectiva y cómo aplicarlos en tu enfoque de ventas

### Cómo aplicar estos principios en tu enfoque de ventas

Incorporar estos principios en tu proceso de ventas no significa usarlos de forma aislada, sino integrarlos de manera natural para enriquecer la interacción con el cliente. Aquí te dejo algunos ejemplos:

- **Inicio de la conversación:** Utiliza el principio de afinidad para conectarte con el cliente de manera genuina, mostrando interés por su situación antes de hablar de ventas.
- **Presentación del producto:** Aplica el principio de autoridad mostrando tu experiencia en el tema, y el de prueba social usando casos de éxito que demuestren cómo otras personas o empresas similares han resuelto problemas con tu solución.
- **Cierre de la venta:** Genera urgencia a través de la escasez y asegúrate de que el cliente sienta que tomó una decisión coherente con su primera interacción contigo.



## 3.-Estrategias para construir relaciones de confianza con tus clientes potenciales.

### ¿Qué es la confianza?

- La **confianza** es un concepto fundamental en las relaciones humanas y puede definirse como la **creencia o seguridad** de que alguien o algo actuará de manera predecible, honesta y competente.
- Implica una sensación de seguridad o fe en que las acciones de otra persona estarán alineadas con nuestras expectativas y que no habrá riesgos de traición o engaño.
- Desde un punto de vista emocional, la confianza reduce la incertidumbre en las interacciones y permite a las personas establecer vínculos más profundos.



- **Ser congruente**; lo que se dice con lo que se hace.
- **Ser consecuente**; lo que se piensa con lo que se hace.
- **Ser coherente**; lo que se dice con lo que se piensa.

### 3.-Estrategias para construir relaciones de confianza con tus clientes potenciales.

#### ¿Qué es la confianza en los procesos de ventas?

- **Confianza en el vendedor:** El cliente necesita sentir que el vendedor actúa con **integridad, honestidad y profesionalismo**.
- **Confianza en el producto o servicio:** El cliente debe confiar en que el producto o servicio que se le ofrece cumple con lo que se le ha prometido y **satisfará sus necesidades o resolverá sus problemas**.
- **Confianza en la empresa:** La reputación de la empresa también es un elemento clave. Los clientes necesitan tener la seguridad de que la empresa tiene un **historial positivo**, que brindará soporte y que no los abandonará después de realizar la compra.



## 3.-Estrategias para construir relaciones de confianza con tus clientes potenciales.

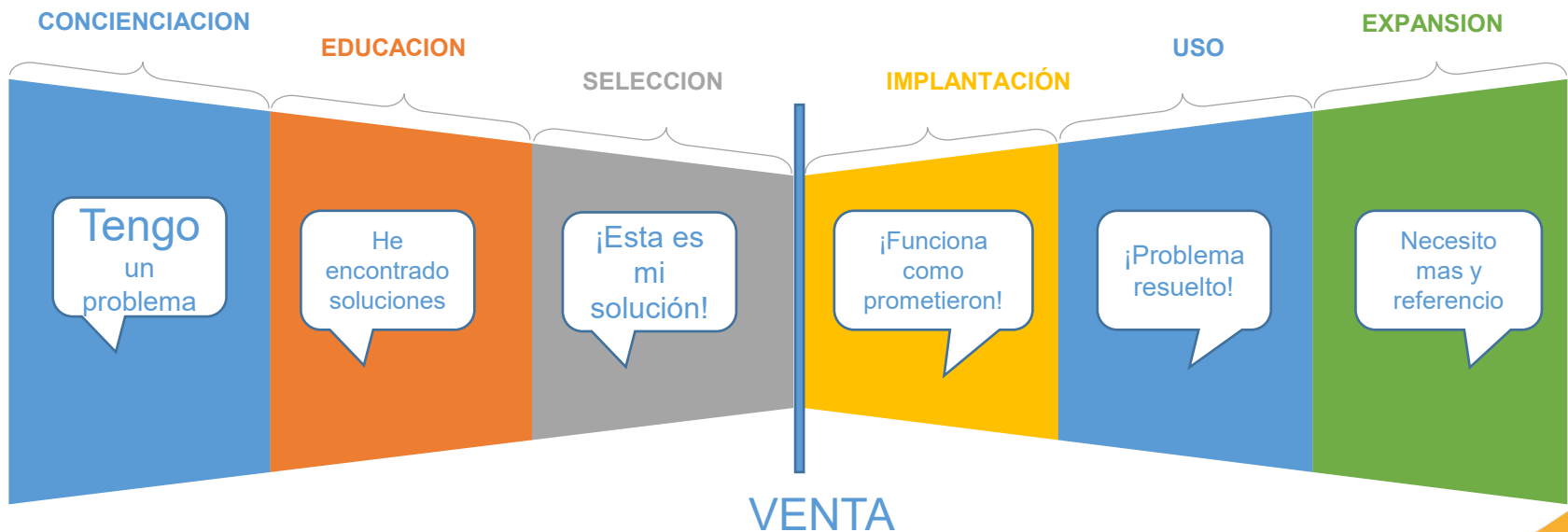
### ¿Qué es la confianza en los procesos de ventas?

- **Confianza en el proceso:** Se refiere a la **transparencia y claridad** en cada etapa de la venta. Un proceso de ventas bien estructurado y predecible, en el que el cliente siempre sabe qué esperar, facilita la creación de confianza. Esto incluye desde la primera toma de contacto hasta el seguimiento postventa.
- **Confianza en el valor ofrecido:** La venta debe ser percibida como una solución valiosa para el cliente, no solo en el corto plazo sino también en el largo plazo. El cliente confía en que está haciendo una **inversión inteligente** y no simplemente gastando dinero.



### 3.-Estrategias para construir relaciones de confianza con tus clientes potenciales.

La nueva dinámica comercial en la venta b2b



## 3.-Estrategias para construir relaciones de confianza con tus clientes potenciales.

### CONCIENCIACION

Tengo un problema



### 3.1. Escucha activa y empatía

Escuchar de manera activa y demostrar empatía son dos pilares esenciales para generar confianza.

- **Hacer preguntas relevantes**
- **Reformular para validar la comprensión**
- **Ponerse en el lugar del cliente**

### EDUCACION

He encontrado soluciones



### 3.2. Transparencia en la información

La confianza se construye sobre la base de la honestidad y la transparencia.

- **Ser honesto sobre las limitaciones.**
- **Comunicar claramente los precios y términos.**
- **Comunica y se generosos con el objetivo de educar.**

## 3.-Estrategias para construir relaciones de confianza con tus clientes potenciales.

### 3.3. Construcción de relaciones personalizadas

Personalizar tu interacción con cada cliente demuestra que te tomas el tiempo para entender sus necesidades y desafíos particulares, lo que refuerza la confianza y la percepción de que te importa genuinamente.

Estrategias:

- **Recopilar información relevante del cliente para poder dar una solución efectiva**
- **Adaptar las soluciones a cada cliente**

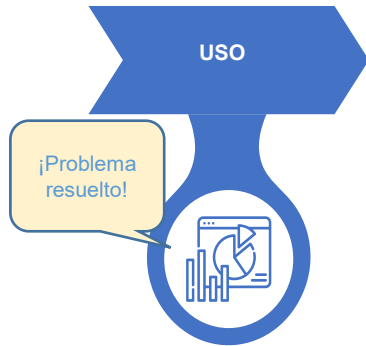
### 3.4. Coherencia en el trato

La consistencia en cada interacción es crucial para construir confianza.

- **Mantener el mismo nivel de atención y servicio desde la primera interacción hasta el seguimiento postventa.**
- **Acompaña al cliente y cumple tus promesas.**



## 3.-Estrategias para construir relaciones de confianza con tus clientes potenciales.



### 3.5. Compromiso con el éxito del cliente

Los clientes quieren saber que te importa su éxito, no solo la transacción.

- Seguimiento después de la venta
- **Apoyo continuo y recursos adicionales**
- **Ser un asesor de confianza, no solo un vendedor**



### 3.6. Construir relaciones a largo plazo, no solo cerrar ventas

Al enfocarte en construir una relación duradera, basada en la confianza y el valor mutuo, obtendrás no solo clientes leales, sino también defensores de tu marca.

- Ser paciente en el proceso de venta
- **Ofrecer valor constante, incluso si no se cierra la venta**



### 3.-Estrategias para construir relaciones de confianza con tus clientes potenciales.



La nueva dinámica comercial en la venta b2b

## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes

La comunicación persuasiva y la escucha activa **son habilidades esenciales para los vendedores** que desean conectar genuinamente con sus clientes y satisfacer sus necesidades.

Estas técnicas no solo permiten establecer relaciones más cercanas y de confianza, sino que también **mejoran la capacidad de identificar los problemas o deseos del cliente**, lo que a su vez facilita la venta.



## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes

- La venta es un enfoque que **implica guiar al cliente a través de un proceso estructurado** de interacción comercial.
- Este proceso se basa en conversaciones estratégicas con el cliente, donde se combina **habilidades tanto emocionales como lógicas**.

El objetivo principal es abordar **un desafío crítico de negocio**, comúnmente conocido como **'PAIN' (problema o necesidad)**, y al mismo tiempo, establecer una relación a largo plazo y estratégica con el cliente.

## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes

¿Qué es lo primero que debemos de conocer del cliente?

# SU DOLOR “PAIN”

Este “dolor” representa **un problema, desafío, preocupación o necesidad** que un cliente enfrenta en su negocio o en su vida personal.

4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes

## Al final se trata :

- **Del valor/ que le ofreces,**
- **Del problema le solucionas**
- **Cómo se va a beneficiar ellos.**

## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes

problema le solucionas

**No pienses en productos,  
ni servicios, piensa en problemas (Alex Ochoa)**

- **Cuanto más insoportables, mejor....**
- **Cuanto más le incomode dia a dia, mejor...**
- **El precio que paga por no resolverlo, mejor...**
- **Que no lo haya podido solucionar solo...**

**¡¡¡Hasta mirando un video en youtube... requetemejor!!!**

## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes

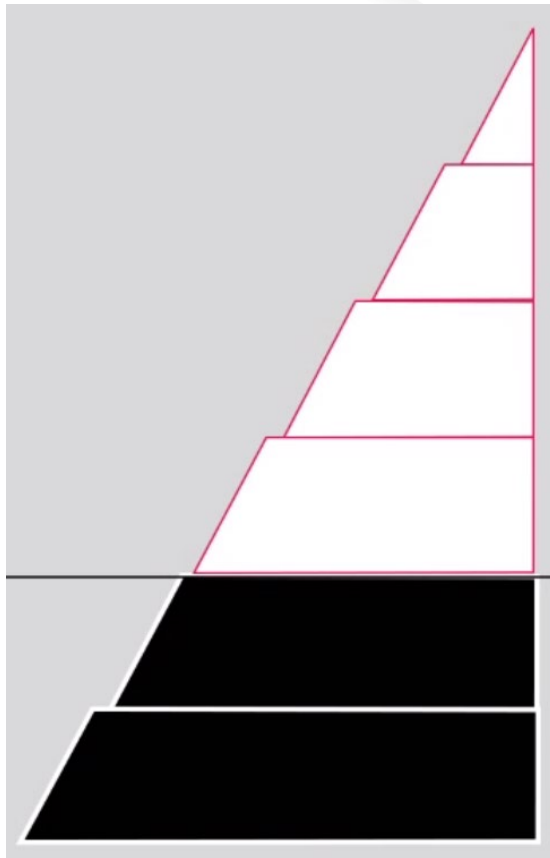
# PROCESO

- 1. Dolor-Problema** Es el "dolor" que necesita ser identificado y comprendido.
- 2. Curación-Solución:** Es la respuesta a ese dolor-problema.
- 3. Visión o Deseo Emocional:** Se centra en la aspiración o el beneficio a largo plazo que el cliente busca.

COMPRENDE  
EL DOLOR  
Y  
VISUALIZA  
LA SOLUCIÓN



## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes



VALORES PLUS

**Impacto**  
Impacto Social

**Conexión**  
Me conecta

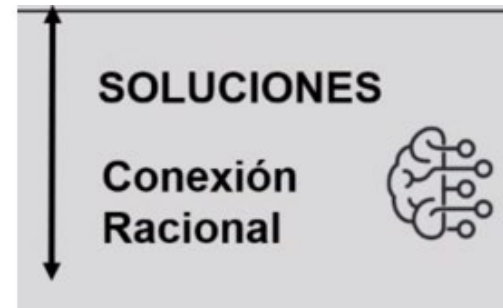
**Identificación**  
Me identifica

**Experiencias**  
Me motiva, me divierte, es memorable

VALORES

**Beneficios**  
Simplifica, ahorra tiempo, tiene diseño, salud y bienestar

**Características**  
Cumple su función, menor precio, variedad, calidad





## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes

### ¿Qué es persuadir?

La persuasión en ventas, en donde aplicando **menos fuerza y más táctica** puedes lograr mejores resultados.

**Convencer** a alguien significa hacer llegar a una persona a cierta conclusión usando argumentos lógicos.

**Convencer:** Si no lees los periódicos no podrás informarte de los acontecimientos actuales. (Le intentamos convencer con argumentos dirigidos a la cabeza, leer los periódicos es estar informado).

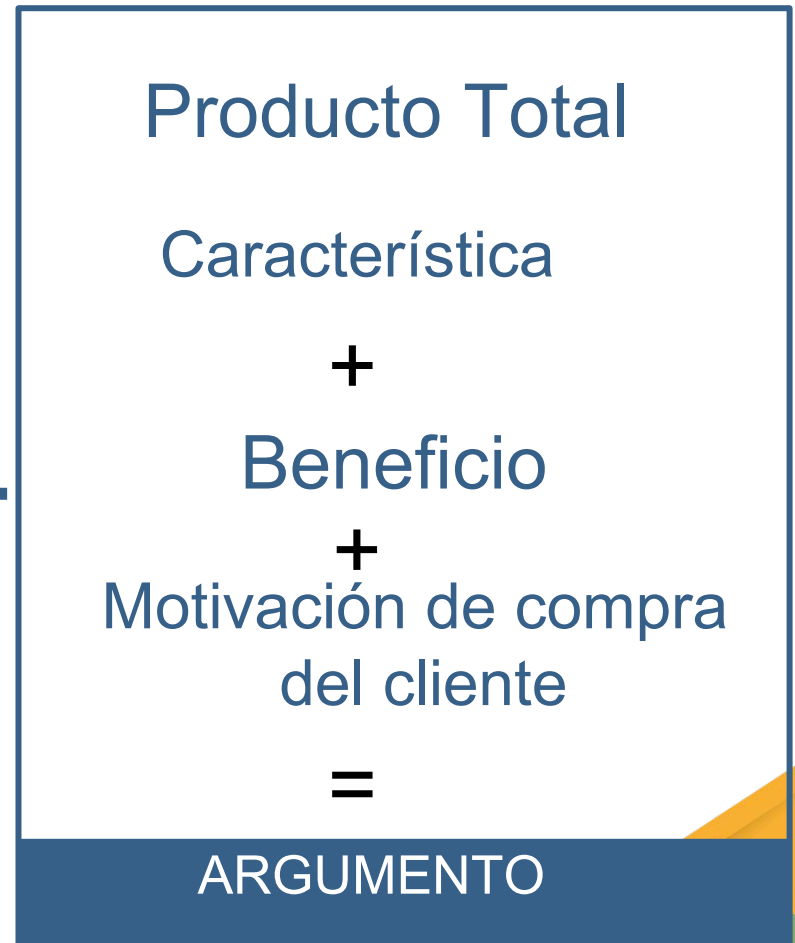
**La persuasión** se basa en aspectos emocionales.

**Persuadir:** Si no lees los periódicos no tendrás tema de conversación con nadie (Le intentamos persuadir con argumentos que buscan los sentimientos, no leer los periódicos generará rechazo y soledad).

Diríamos por lo tanto que para convencer nos dirigimos a la cabeza de la otra persona y para persuadir nos dirigimos al corazón.

## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes

### Necesidades y deseos



## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes

**VALOR QUE LE OFRECES**



¿Qué coste tiene que tus invitados se vayan con la impresión de un evento mal organizado?



¿Qué precio tiene ver que tu hijo pueda realizar este pequeño sueño?



¿En cuanto valoras tu descanso mientras nosotros contabilizamos tus facturas?

## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes

VALOR QUE LE OFRECES



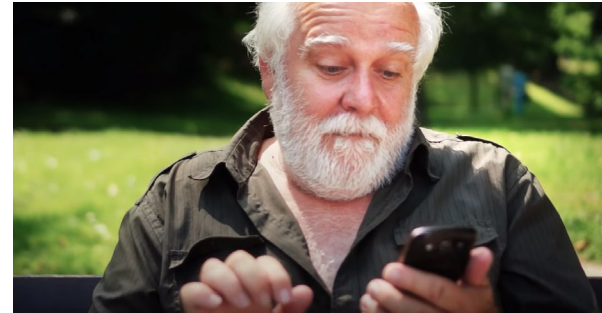
¿Cuánto ganas en credibilidad cuando dices que Trabajas/usas/pones nuestros productos/servicios?



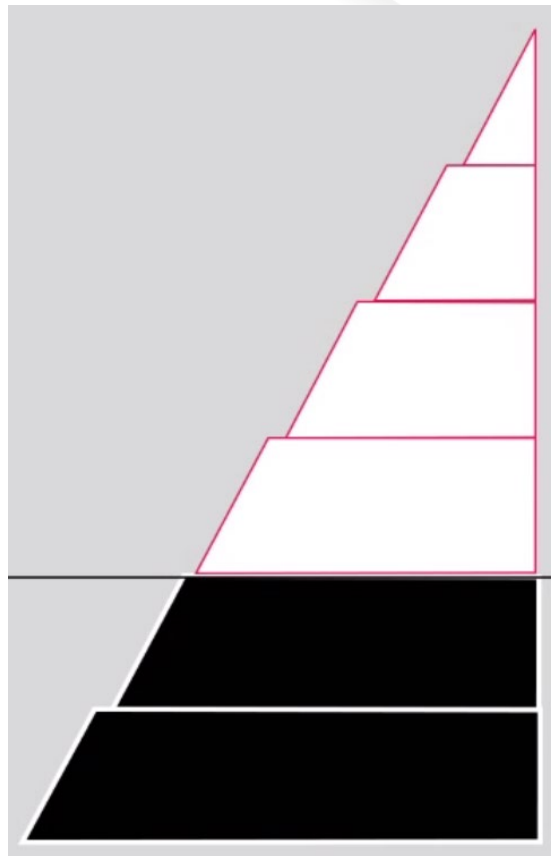
¿Cuánto dinero generáis por ser los más punteros en usar la última tecnología?



¿Conoces el dicho lo barato... dos veces caro?



## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes



VALORES PLUS

VALORES

**Impacto**  
Impacto Social

**Conexión**  
Me conecta

**Identificación**  
Me identifica

**Experiencias**  
Me motiva, me divierte, es memorable

**Beneficios**  
Simplifica, ahorra tiempo, tiene diseño, salud y bienestar

**Características**  
Cumple su función, menor precio, variedad, calidad



**Conexión Emocional**

**SENSACIONES**

**SOLUCIONES**

**Conexión Racional**

# Seis tipos de emociones

Existen seis categorías básicas de emociones:

- **SORPRESA.** Sobresalto, asombro, desconcierto. Es muy transitoria. Puede dar una aproximación cognitiva para saber qué pasa.
- **ALEGRÍA.** Diversión, euforia, gratificación, contentos, da una sensación de bienestar, de seguridad.
- **MIEDO.** Anticipación de una amenaza o peligro que produce ansiedad, incertidumbre, inseguridad
- **TRISTEZA.** Pena, soledad, pesimismo.
- **ASCO O AVERSIÓN.** Disgusto, asco, solemos alejarnos del objeto que nos produce aversión.
- **IRA.** Rabia, enojo, resentimiento, furia, irritabilidad.



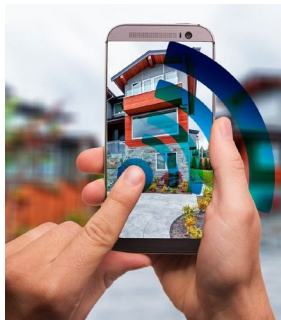
# Seis tipos de emociones

Las emociones **tienen diferentes funciones:**

- **SORPRESA:** Ayuda a orientarnos frente a la nueva situación. tenemos delante.
- **ALEGRÍA:** Nos induce hacia la reproducción (deseamos reproducir aquel suceso que nos hace sentir bien).
- **MIEDO:** Tendemos hacia la protección.
- **TRISTEZA:** Nos motiva hacia una nueva reintegración personal.
- **ASCO O AVERSIÓN:** Nos produce rechazo hacia aquello que no nos gusta
- **IRA:** Nos induce hacia la destrucción.



# SEGURIDAD FAMILIAR



NO ESPERES A QUE PASE



## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes

### Conexión Emocional

#### Utiliza testimonios emocionales:

- Palabras como "feliz", "satisfecho" o "tranquilo" pueden transmitir no solo la eficacia del producto, sino también cómo impacta emocionalmente en la vida del cliente.

#### Relaciona características con emociones:

- Por ejemplo, si ofreces una solución de software que ahorra tiempo, destaca cómo esto alivia el estrés y la carga de trabajo, generando una sensación de alivio.

#### Presenta una historia persuasiva:

- Por ejemplo, cómo tu producto o servicio ha transformado positivamente la experiencia de otros clientes.

## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes

### Conexión Emocional :

#### Crea una experiencia visual emocional:

- Por ejemplo, si vendes productos de bienestar, muestra imágenes de clientes sonrientes y relajados utilizando tus productos.

#### Resalta la seguridad y la confianza:

- Para las motivaciones emocionales de seguridad y confianza, destaca **cómo tu producto o servicio brinda una sensación de protección y tranquilidad**. Esto es especialmente efectivo en sectores como **finanzas, salud o seguridad**.

#### Demuestra beneficios tangibles y emocionales:

- Por ejemplo, si estás vendiendo servicios de consultoría, no solo menciones la mejora de eficiencia, sino también cómo esto puede generar una sensación de logro y éxito para el cliente.

## 4.-Técnicas de comunicación persuasivas y escucha activa para identificar las necesidades de tus clientes

- **Crea vínculos duraderos:** Las compras a menudo están impulsadas por la conexión emocional. Si los clientes se conectan emocionalmente con tu marca, es más probable que se conviertan en clientes leales.
- **Genera recuerdos positivos:** Las emociones fuertes están vinculadas a una mayor recuerdos. Si tu presentación provoca emociones positivas, es más probable que tu oferta sea recordada.



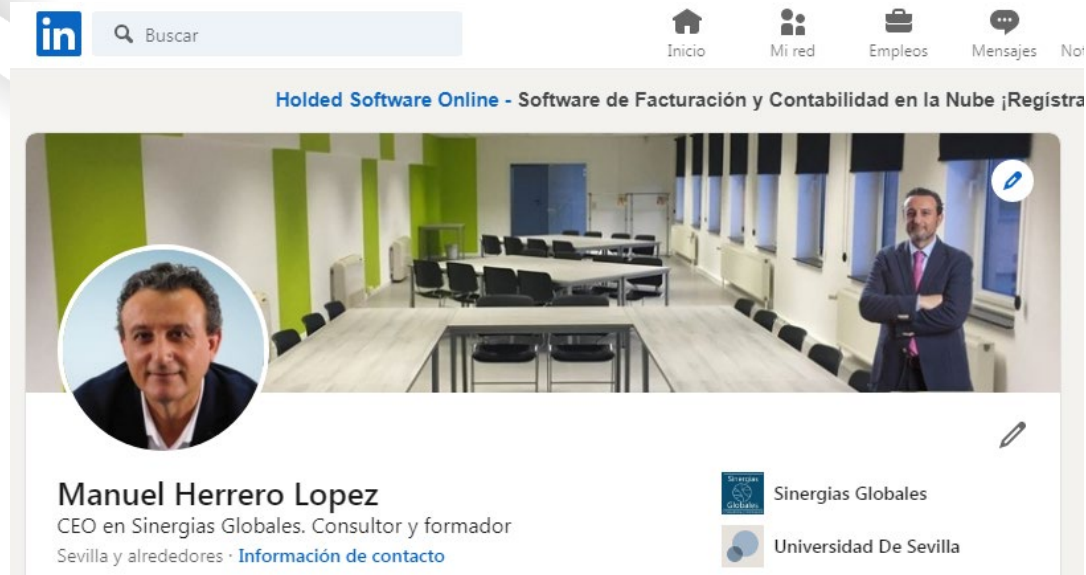
"Deja de vender y empieza a ayudar. Cuando ayudas a otros a conseguir lo que ellos quieren, inevitablemente conseguirás lo que tú quieres."

**Zig Ziglar**

"La gente no le gusta que le vendan, pero les encanta comprar."

**Jeffrey Gitomer**





The image shows a LinkedIn profile for Manuel Herrero Lopez. At the top, there is a navigation bar with icons for Inicio, Mi red, Empleos, Mensajes, and Notificaciones. Below this is a search bar with the text 'Buscar'. The main header of the profile reads 'Holded Software Online - Software de Facturación y Contabilidad en la Nube ¡Regístrate!'. The profile picture is a circular portrait of Manuel Herrero Lopez. To the right of the profile picture is a large banner image of a modern office interior with a long conference table and chairs. Below the profile picture, the name 'Manuel Herrero Lopez' is displayed, followed by the text 'CEO en Sinergias Globales. Consultor y formador' and 'Sevilla y alrededores · Información de contacto'. To the right of the name, there are two organization logos: 'Sinergias Globales' and 'Universidad De Sevilla'.



<http://www.sinergiasconmanuelherrero.es/>



<https://www.sinergiasglobales.es/>



Gracias



Financiado por:





# **CEA** mpresas

Financiado por:



Colaboran:

