

**Ada Morales**  
Coach Comercial y Ejecutiva  
Consultora en Ventas y Liderazgo 360º

[ada@adamorales.es](mailto:ada@adamorales.es)  
[www.adamorales.es](http://www.adamorales.es)

**¡Negociar es fácil si sabes cómo!**

**LA INTELIGENCIA COMERCIAL**



GENERALITAT  
VALENCIANA

TOTS  
A UNA  
*veu*

*iVACE*  
INSTITUT VALENCIÀ DE  
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL



UNIÓ EUROPEA  
Fondo Europeo de  
Desarrollo Regional

*Una manera de hacer Europa*

**CEEI**  
VALENCIA  
CENTROS EUROPEOS DE  
EMPRESAS INNOVADORAS

"Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del  
Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020"

*Si eres emprendedor, gerente,  
autónomo, freelance...  
Para que tu negocio funcione,  
el 25% de tu tiempo,  
(como mínimo)  
has de dedicarlo  
a vender y a negociar*



8.02.2018

1. Los mercados son conversaciones.
2. Vender y fidelizar son claves para el éxito de todo negocio / empresa.
3. La venta, reflejada en un acto, es la suma de muchos.
4. El cliente actual es un experto comprador.
5. Los productos, la forma de adquirirlos, los hábitos de compra, la tecnología, exigencias, valores y motivaciones han cambiado.
6. El cambio ha llegado para quedarse.
7. La evolución en la venta implica desarrollar la inteligencia emocional.
8. La inteligencia emocional nos ayuda a ser creativ@s y resolutiv@s.
9. La venta requiere un estado emocional enfocado y positivo.
10. Las mejores prácticas comerciales, requieren un entrenamiento al que llamamos **Inteligencia Comercial**.



- § Aprender a preguntar y a obtener información de valor.
- § Generar conexión e influencia mediante distintos roles.
- § Conocer un modelo sencillo y humano de negociación comercial.
- § Adquirir conocimientos y claves para desarrollar la inteligencia comercial.



1. Cambio de paradigma: De vencer a convencer
2. Perfil del consumidor actual: Target y tipología de clientes
3. Perfil del profesional actual: Necesidades / soluciones
4. Las 4 estrategias comerciales
5. Geometría del producto y servicio
6. El embudo de la venta: Método RISA
7. Roles adecuados en cada fase del proceso
8. El momento del cierre. Objeciones y acuerdos



# ¿Qué es la Inteligencia Comercial?



*Luis Bassat*

---

Negociar es fácil si sabes cómo  
**LA INTELIGENCIA COMERCIAL**



Tipos de inteligencias:

# 8 Inteligencias Múltiples *Howard Gardner*

**Lógico-matemática:** relacionada con el gusto por resolver los enigmas, adivinanzas, rompecabezas; experimentar; clasificar; etc.

**Lingüístico-verbal:** relacionada con el gusto por leer, escribir, hablar, jugar con palabras o letras, memorizar tonadas y poemas, etc.

**Intrapersonal:** relacionada con el gusto por los juegos individuales, soñar e imaginar, pensar y reflexionar, autoevaluarse; trabajar solos, etc.

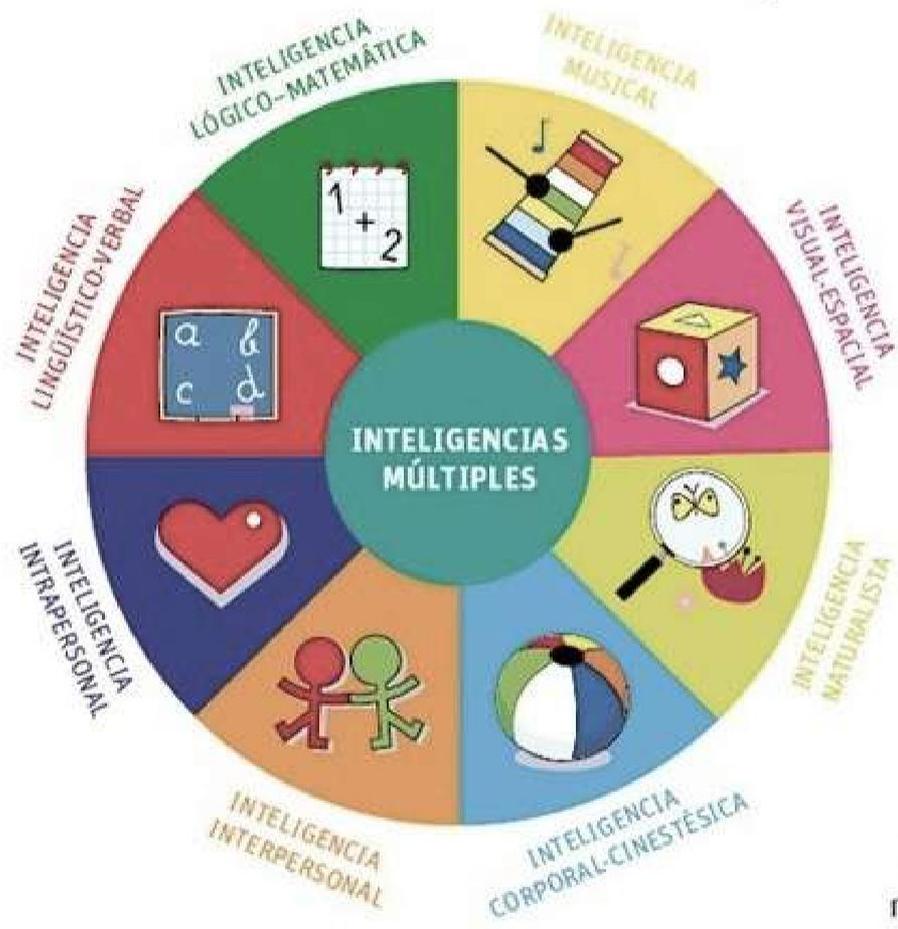
**Interpersonal:** relacionada con el gusto por los juegos en grupo o por parejas, intercambiar ideas, relacionarse, realizar actividades colectivas, etc.

**Musical:** relacionada con el gusto por los juegos de canciones o ritmos, cantar, seguir el ritmo con los pies o las manos, ir a conciertos, etc.

**Visual-espacial:** relacionada con el gusto por las imágenes; dibujar; fotografiar; mirar cuentos, videos o animaciones; etc.

**Naturalista:** relacionada con el gusto por los juegos al aire libre; la observación del entorno; los animales, las plantas y el medio natural; explorar e investigar; etc.

**Corporal-cinestésica:** relacionada con el gusto por correr y saltar; los juegos de movimiento y los deportes; la mímica y el lenguaje corporal; construir, modelar y realizar trabajos manuales; etc.



1. I. Fenicia\* (capacidad para el comercio, el negocio)
2. I. Instrumental\* (orden, constancia, voluntad, motivación y observación)
3. I. Emocional\*
4. I. Para la vida
5. I. Social
6. I. Creativa
7. I. Discursiva
8. I. Artificial
9. I. Teórica
10. I. Práctica
11. I. Matemática y científica
12. I. Espontánea y provocada
13. I. Analítica y sintética
14. I. Analógica y metódica



Negociar es fácil si sabes cómo  
**LA INTELIGENCIA COMERCIAL**

## Autoconocimiento

- Conocimiento emocional
- Autoevaluación
- Confianza en sí mismo

## Autoregulación

- Autocontrol
- Integridad
- Adaptabilidad
- Innovación

# Inteligencia emocional

## Empatía

- Compresión de los demás
- Orientación hacia el servicio
- Aprovechamiento de la diversidad

## Habilidades sociales

- Influencia
- Resolución de conflictos
- Comunicación
- Colaboración y cooperación
- Liderazgo
- Habilidades de equipo

## Motivación

- Logro
- Compromiso
- Iniciativa
- Optimismo

# Alianza

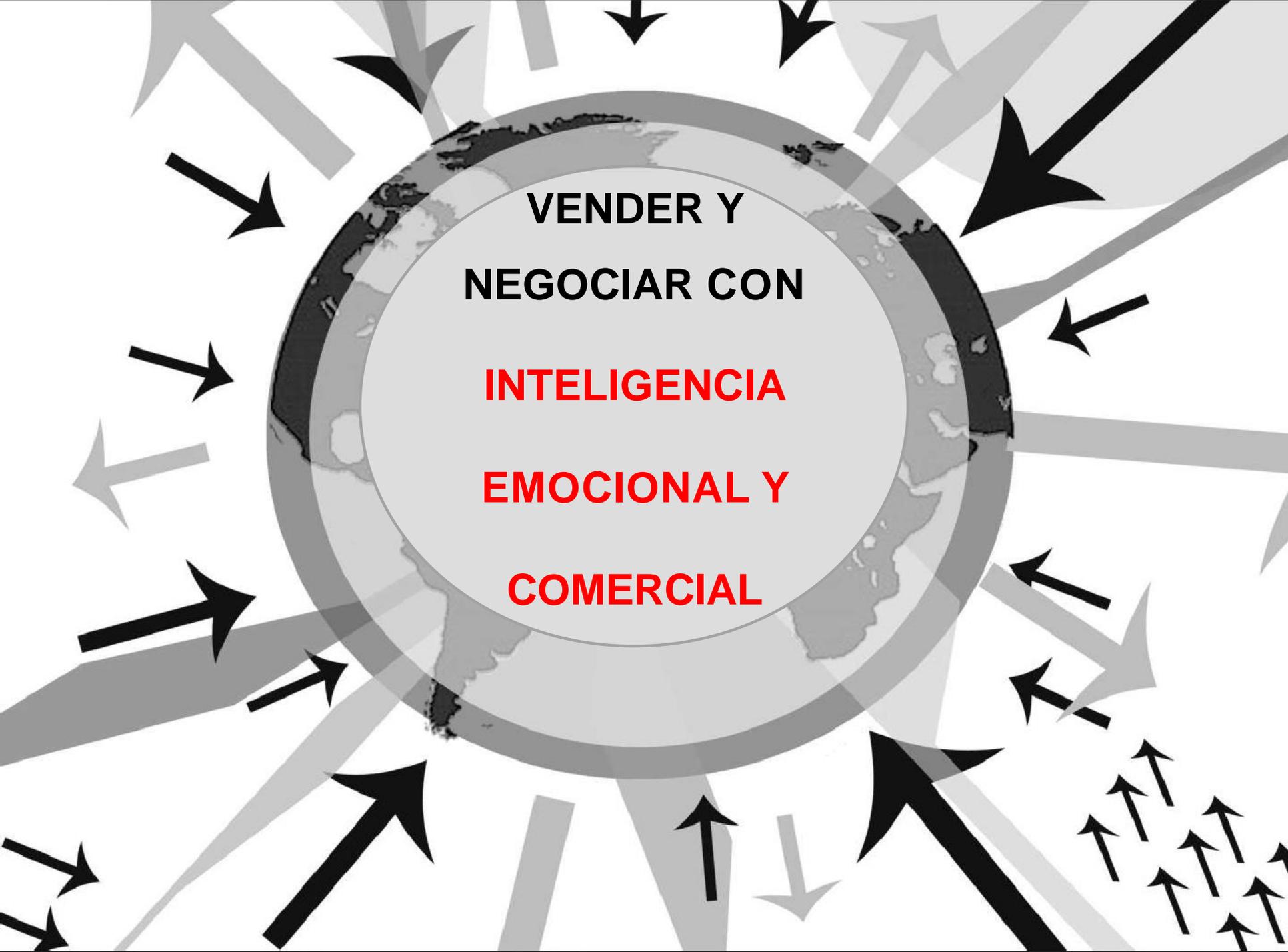


Negociar es fácil si sabes cómo  
**LA INTELIGENCIA COMERCIAL**



**EL MUNDO ES VUCA.  
¿ESTÁS PREPARADO?**





**VENDER Y  
NEGOCIAR CON  
INTELIGENCIA  
EMOCIONAL Y  
COMERCIAL**

## DE VENCER A CONVENCER

*"La lucha en la selva representa el pasado de la vida corporativa, mientras que el futuro está simbolizado por la persona experta en las **habilidades interpersonales**".*

**Soshana Zuboff**  
Psicóloga Harvard



## 2.- Perfil del consumidor actual

[ada@adamorales.es](mailto:ada@adamorales.es)  
[www.adamorales.es](http://www.adamorales.es)



# EL MERCADO

## Situación actual:

- ⊙ Entorno Incierto
- ⊙ Mercados saturados por la GLOBALIZACIÓN
- ⊙ ESCASEZ DE DEMANDA: - Consumo
- ⊙ EXCESO DE OFERTA: + Competencia + Agresiva
- ⊙ Escasa diferenciación entre productos y servicios
- ⊙ INFOXICACIÓN= Avalancha de información y publicidad
- ⊙ INFLUENCERS: Nuevos líderes de opinión
- ⊙ Proliferación de las nuevas tecnologías
- ⊙ Nuevas formas de comunicación
- ⊙ Pérdida de credibilidad de los medios tradicionales

# EL CLIENTE

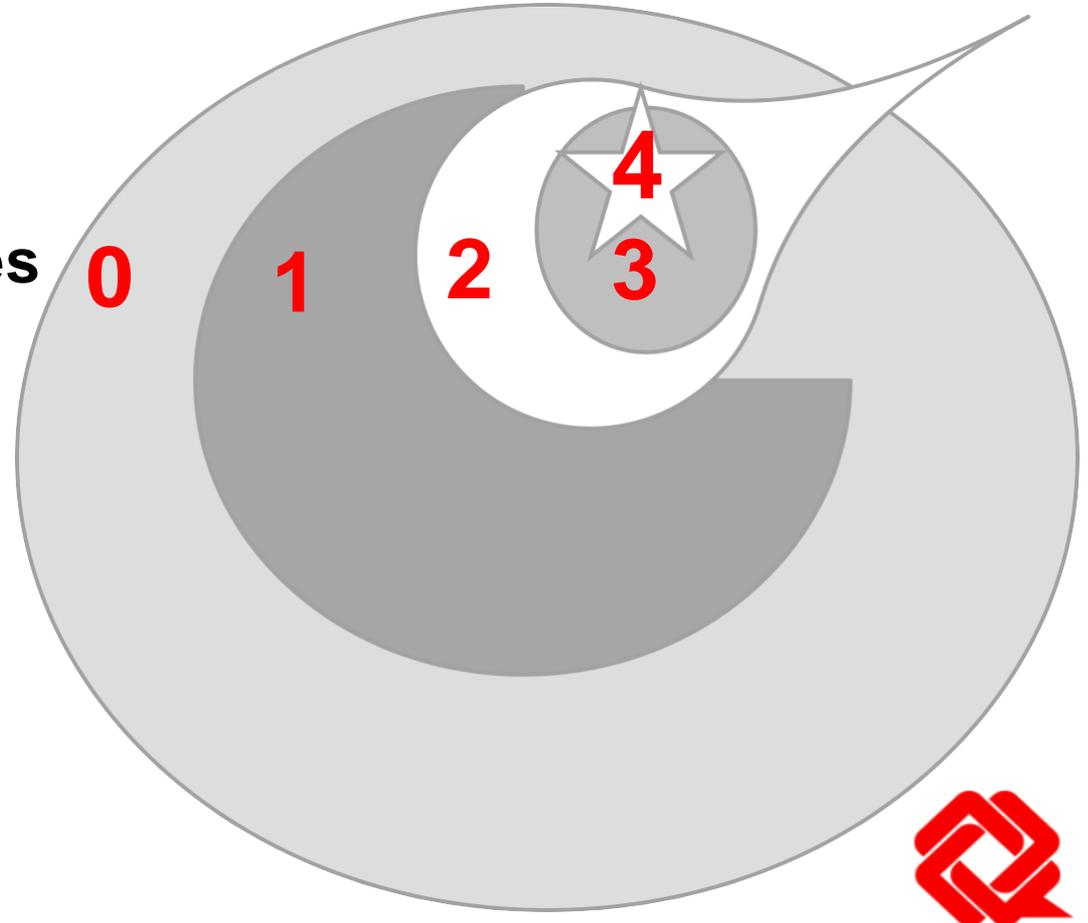
## Consumidor actual:

- ♀ Sofisticado
- ♀ Promiscuo
- ♀ Actitud crítica
- ♀ Consumidor Eficiente
- ♀ Consciente de su poder
- ♀ Compra inteligente
- ♀ Emocional: en busca de la satisfacción inmediata
- ♀ Experto en nuevas tecnologías

***“CONSUMIDOR PROFESIONAL”***

### Target y tipología de clientes

- 0. Mercado
- 1. Clientes Potenciales
- 2. Consumidor
- 3. Cliente
- 4. Súper Cliente



## 2. Perfil del consumidor actual

Comunicación / Ventas

### De la contrariedad a la oportunidad

# Target y tipología de clientes

Una queja es un tesoro, se comunica de forma directa y de primera mano con tu target.

Es una oportunidad única para transformar al cliente descontento en otro fiel y satisfecho.

#### Programa

1. Psicología
2. Comunicación
3. Resolución
4. Técnicas de diálogo
5. Gestión y atención
6. Protocolo y plan de actuación
7. De la reclamación a la oportunidad
8. Herramientas de comunicación

#### Objetivos:

- Tratar las reclamaciones con eficacia y responder a la demanda del mercado.
- Generar una imagen de empresa responsable y de servicio.
- Transformar al cliente descontento en un cliente fiel y satisfecho.
- Gestionar el estrés y mantener una actitud positiva ante un cliente difícil o situación conflictiva.
- Transformar al cliente descontento en un cliente fiel y satisfecho.

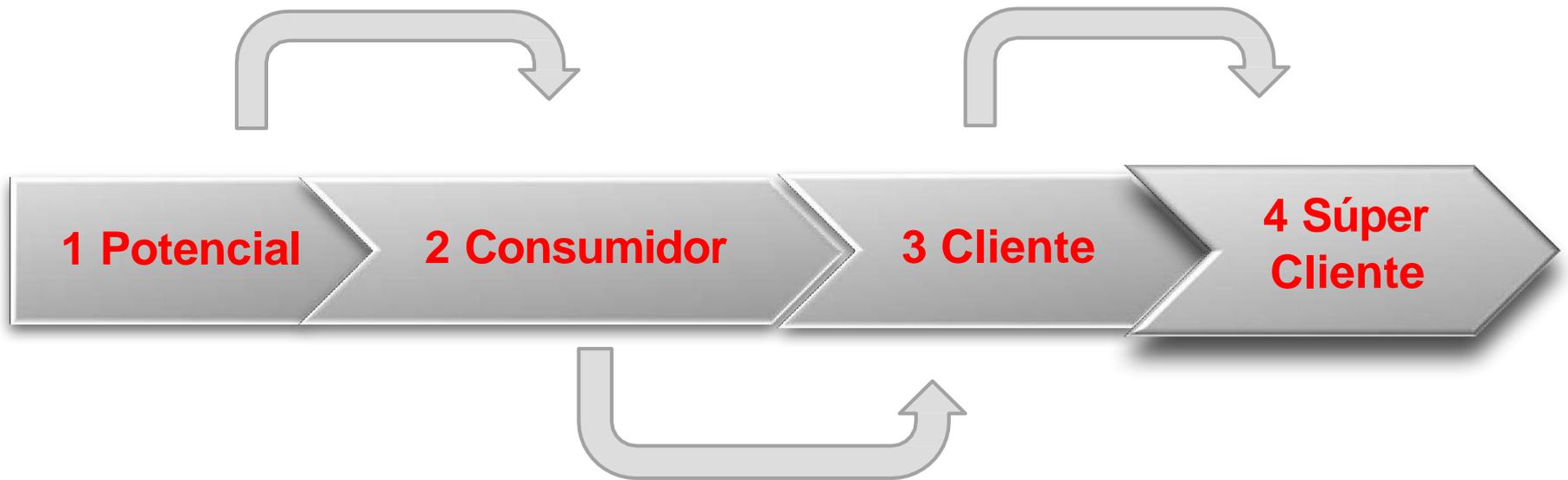
#### Duración:

8 horas



## 2. Perfil del consumidor actual

### Target y tipología de clientes



## 2. Perfil del consumidor actual



¿Cómo?



### 3. Perfil del Profesional Actual



# 3. Perfil del Profesional Actual



# 3. Perfil del Profesional Actual

---

1. ACTITUD DE SERVICIO
2. CUIDAR AL CLIENTE
3. DETECTAR NECESIDADES
4. SATISFACERLAS
5. FIDELIZAR
6. VOCACIÓN DE EXCELENCIA
7. *WORK BYMOTH*: Generar recomendaciones positivas
8. NEXO: Canal entre el cliente y su mercado
9. IMAGEN
10. GESTIÓN Y SOLUCIÓN



# 3. Perfil del Profesional Actual



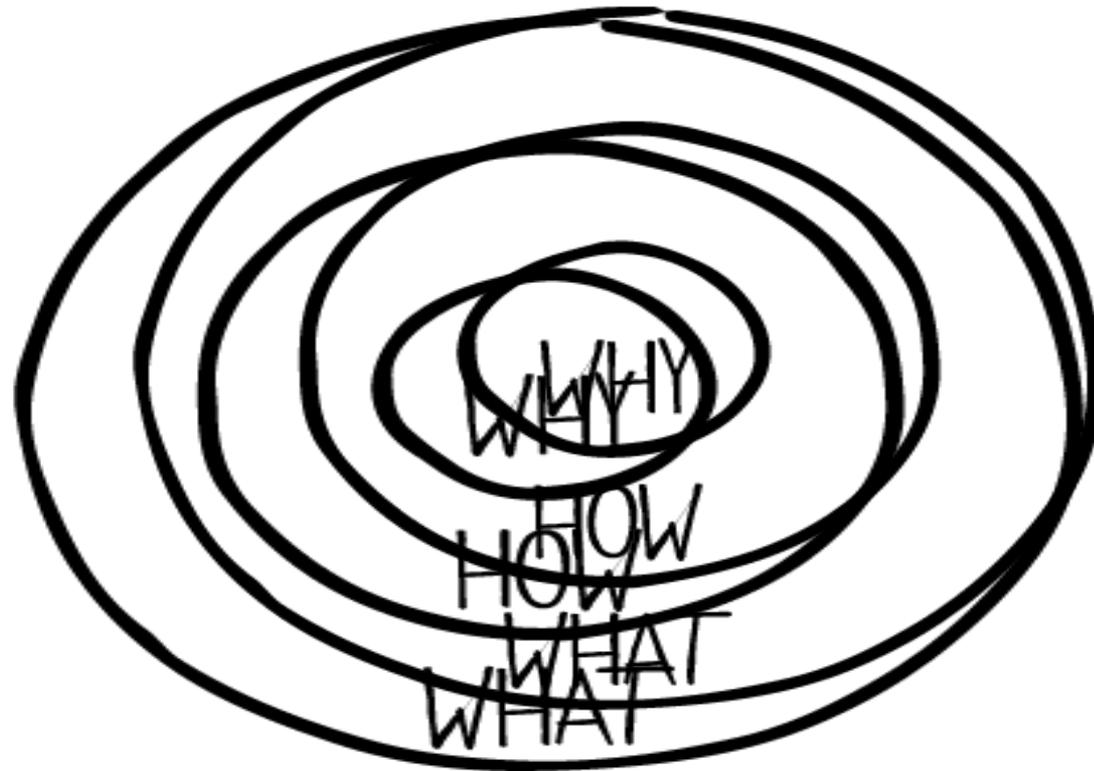
**Con frecuencia...**

*Nos creemos que  
lo sabemos todo  
que estamos en posesión  
de la razón absoluta*

**EGO TE ABSOLVO**



## Actitud crítica vs *Autocrítica*

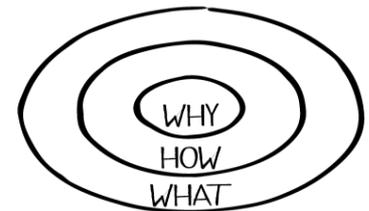


***Actitud crítica***

***Autocrítica***

**3 preguntas:**

- 1. ¿Qué SÍ he hecho y NO debería haber hecho?**
- 2. ¿Qué NO he hecho y SÍ debería haber hecho?**
- 3. ¿Qué hice GENIAL?**



### 3. Perfil del Profesional Actual



**LA ACTITUD EN LA GESTIÓN COMERCIAL ES FUNDAMENTAL**



## 4. Las 4 Estrategias Comerciales

---

*“El departamento de ventas no es toda la empresa,  
pero mejor que toda la empresa  
sea el departamento de ventas”*

**Philip Kotler**  
Padre del Marketing Moderno



## 4. Las 4 Estrategias Comerciales

*¡Considéralas todas!*

### **NUEVOS CLIENTES**

¡La estrategia más cara!

### **VENDE + A TUS CLIENTES ACTUALES**

venta cruzada / up selling  
venta de más valor / cros selling  
nuevos productos o servicios / i+d  
restyling

### **CUENTAS ANTIGUAS**

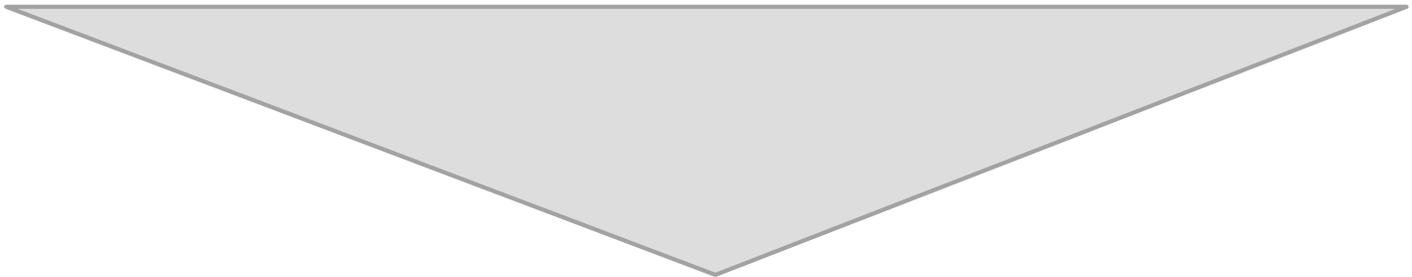
"el baúl de los recuerdos"

### **NUEVOS MERCADO**

recuerda que los mercados cambian  
¿puedes vender a otro target?  
¿nichos de mercado?



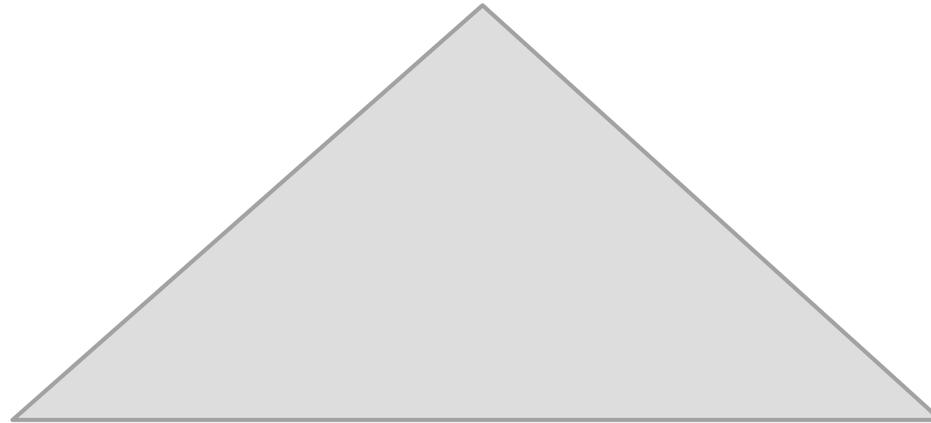
# ¿Qué vendemos?



# 5. Geometría del Producto Servicio

---

**Características**



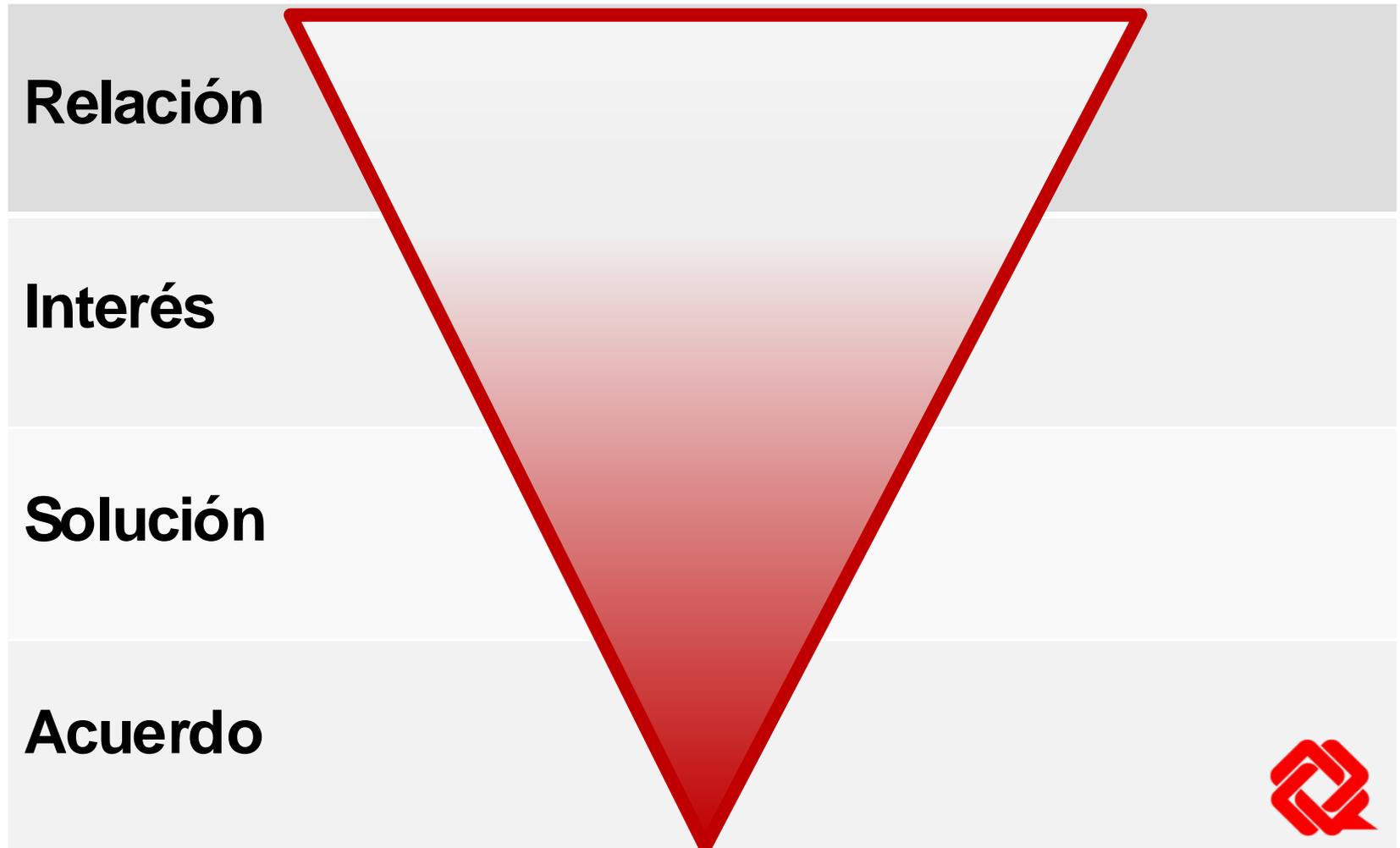
**Beneficios**

**Valor Añadido**

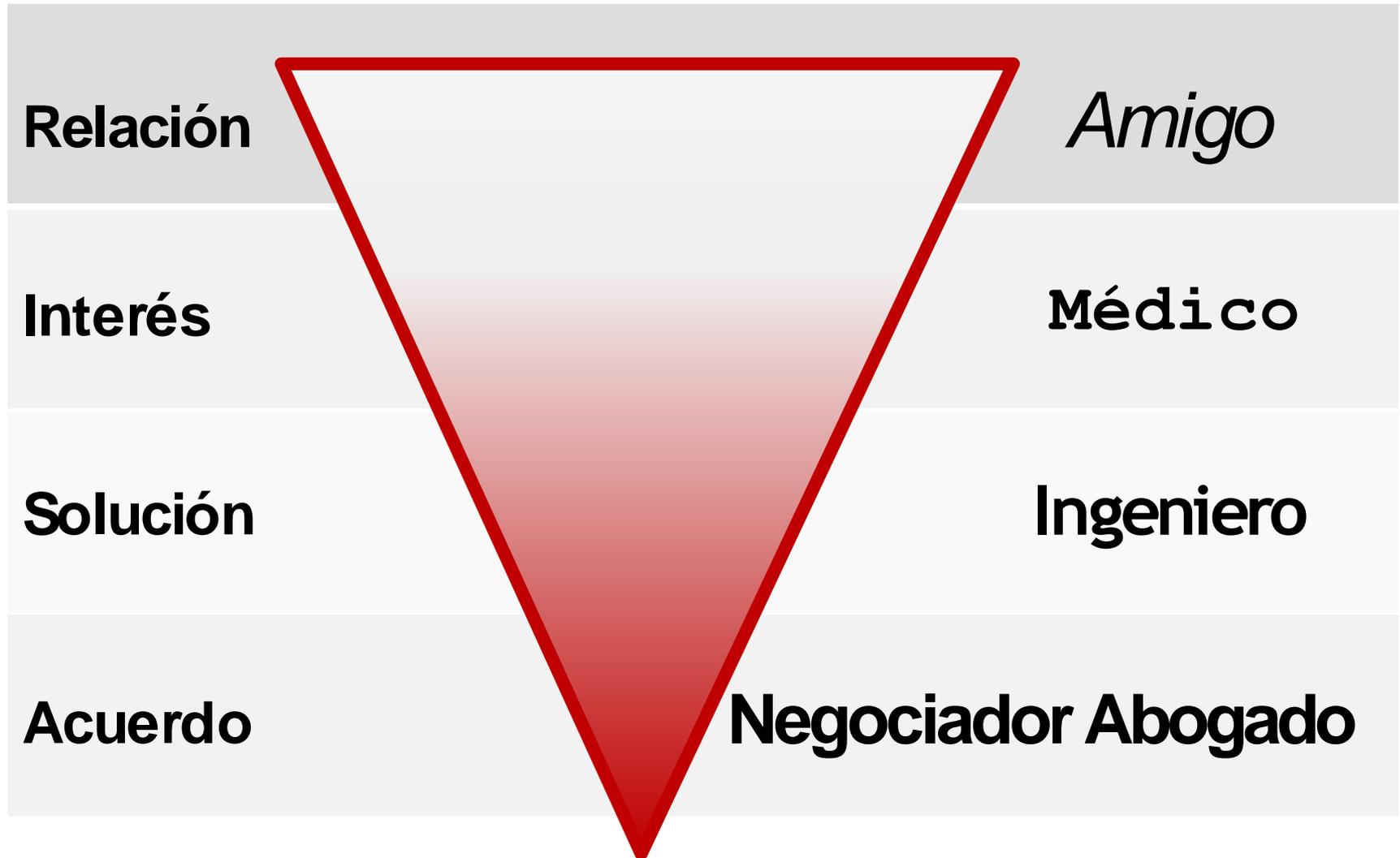


## 6. El embudo o funnel de venta

### MÉTODO R.I.S.A



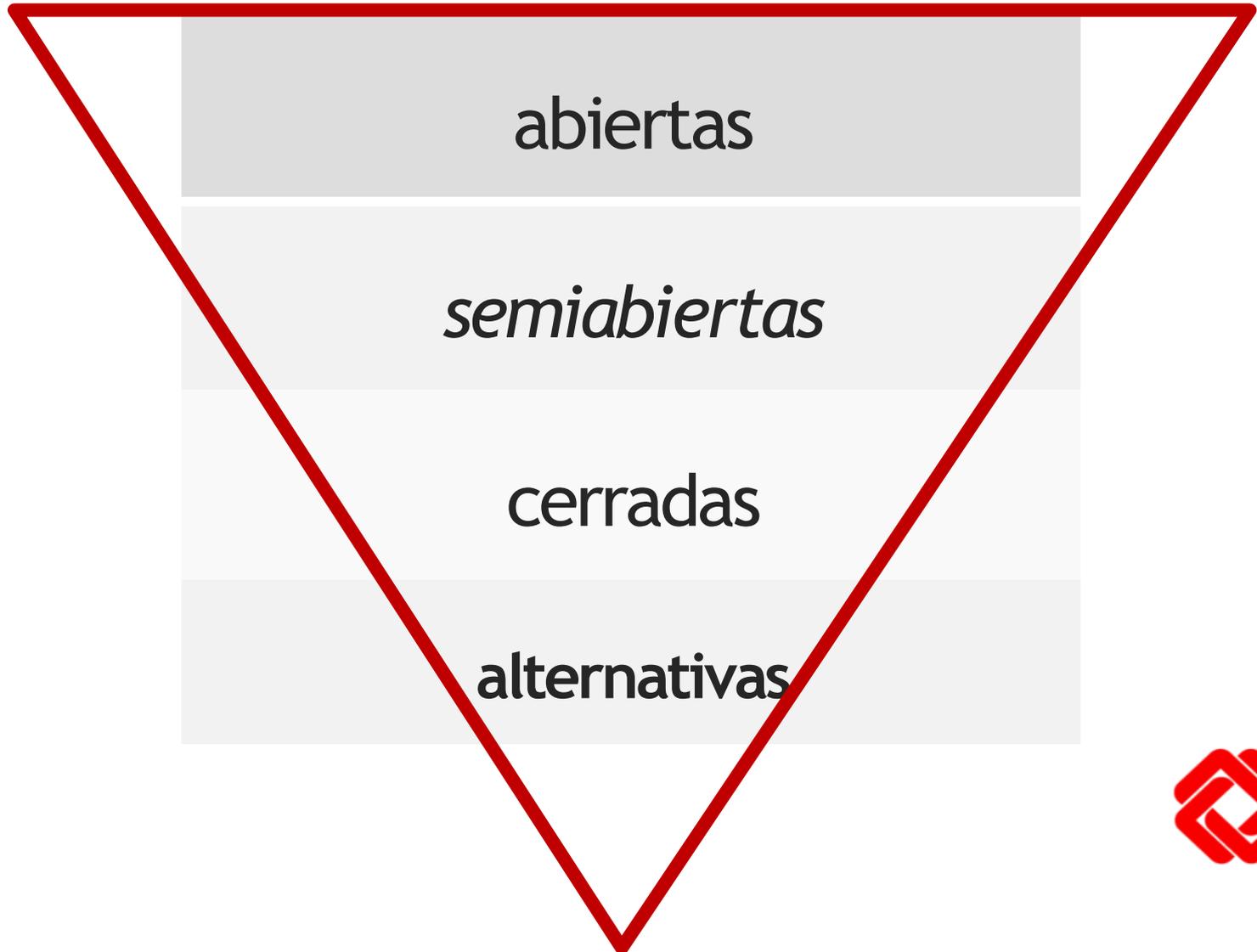
## 7. Roles adecuados a cada fase del proceso



¿Sabemos  
preguntar?



## 7. Preguntas adecuadas en cada fase del proceso



## 8. El momento del cierre

---

Negociar es fácil si sabes cómo  
LA INTELIGENCIA COMERCIAL

# Precio



# Valor



## 8. El momento del cierre

---

**Valor**

**Precio**



## 8. El momento del cierre

---

Negociar es fácil si sabes cómo  
**LA INTELIGENCIA COMERCIAL**

### Objeciones y acuerdos



## 8. El momento del cierre

Negociar es fácil si sabes cómo  
**LA INTELIGENCIA COMERCIAL**

### Objeciones y acuerdos



## 8. El momento del cierre

---

## Objeciones





“La inteligencia busca,  
pero quien encuentra  
es el corazón”

George Sand



*Negociar es fácil si sabes cómo*

**LA INTELIGENCIA COMERCIAL**

**¡Gracias!**

[ada@adamorales.es](mailto:ada@adamorales.es)

[www.adamorales.es](http://www.adamorales.es)

**ada**  **morales**  
coach

COACHING - LIDERAZGO - FORMACIÓN

☎ 615 107 017  
✉ [ada@adamorales.es](mailto:ada@adamorales.es)  
@ [www.adamorales.es](http://www.adamorales.es)  
in LinkedIn: adamorales  
S Skype: ada\_morales