

TE DAMOS
LAS ALAS
PARA LLEGAR MÁS ALTO.



TRAINING
PERSONALIZADO
DE VENTAS





QUIÉNES SOMOS

Nos especializamos en la **creación, transformación y consolidación** de equipos comerciales y fuerzas de ventas.



NUESTRA MISIÓN

Co-crear procesos comerciales exitosos, basados en metodologías que fortalecen los indicadores de ventas y el pensamiento racional del equipo; así como también **potencializar la energía y motivación de las personas**.

Generando equipos con actitud positiva, transformadores de resultados, que disfruten de su trabajo, guiados por un propósito.

QUÉ HACEMOS



Desarrollamos la estructura comercial de cada empresa basados en las **necesidades, objetivos y sueños** de nuestros clientes. Uniendo los mismos a través de la generación de nuevos **métodos, técnicas y herramientas**.

Basamos nuestro trabajo en **sistemas** que nos permitan maximizar **utilidades** a través de metodologías **fáciles y aplicables**.

SALES



STRATEGIC



En una época de grandes cambios tecnológicos. Los profesionales de ventas se enfrentan a un nuevo desafío: La constante transformación de los **HÁBITOS DEL CONSUMIDOR**.

Los clientes han desarrollado diferentes formas de satisfacer sus necesidades.

El desafío de las empresas está en **adaptarse, reinventarse e innovar** sus métodos de venta.

La venta consultiva será el secreto de todo proceso comercial exitoso.

TE DAMOS
LAS ALAS
PARA LLEGAR MÁS ALTO.

Sales On Strategic® no es una certificación, tampoco un webinar o un taller. Es un **Training personalizado de ventas.**

UNA FORMA DE CONSULTORÍA PERSONAL ENFOCADA A UNA MISIÓN:



Co-crear procesos comerciales exitosos.



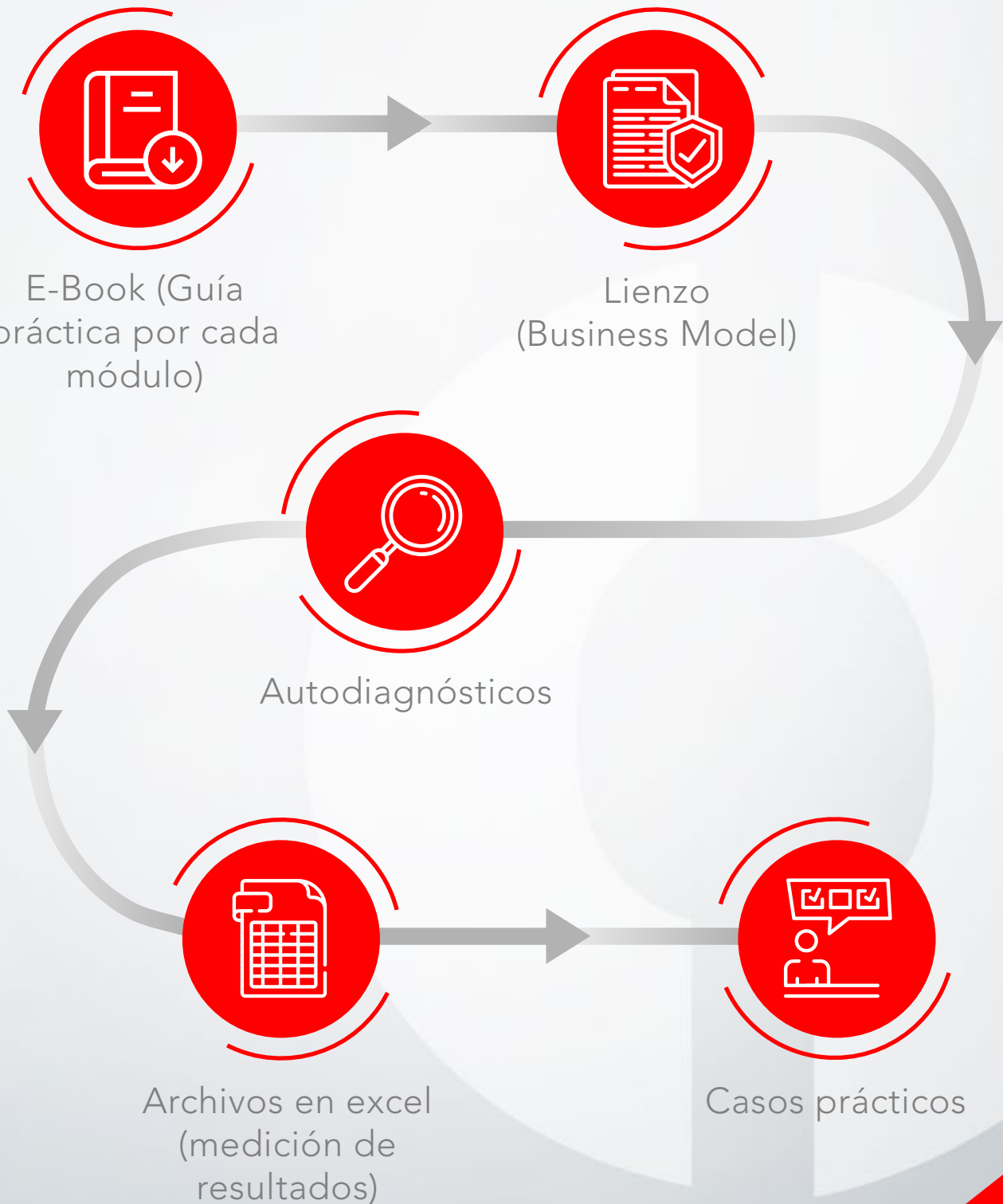
Basados en metodologías Lego® Serious Play®, Design Thinking, Happiness y Venta Consultiva, que fortalecen los indicadores de ventas y el pensamiento racional.



Potencializar la energía y motivación de las personas generando equipos con actitud positiva, transformadores de resultados, que disfrutan de su trabajo, guiados por un propósito.



CON SALES ON STRATEGIC® OBTENDRÁS:



A QUIÉN VA DIRECCIONADO EL TRAINING PERSONALIZADO DE VENTAS:



TRAINING PERSONALIZADO DE VENTAS



¿QUÉ ES UN PTS (PERSONAL TRAINER SALES)?

El PTS se basa en tres pilares fundamentales:



HAGÁMOSLO JUNTOS

Trabajamos desde la raíz del problema y usamos metodologías ágiles.



HAZLO TÚ MISMO

Empieza tu proceso creativo, para crear métodos innovadores y diferentes.



HAGÁMOSLO EN EQUIPO

Ponemos en marcha el proyecto, introduciéndolo en tu equipo.

Analiza cada caso particular de cada cliente para poder planificar diferentes actividades, metodologías y estrategias con el fin de lograr el cumplimiento de los resultados deseados.

TE PERMITIRÁ:



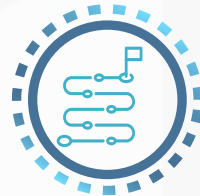
Acelerar la obtención de resultados positivos.



Seguimiento de tu evolución.



Desarrollar un marco de pensamiento de tu Business Core.



Aprender nuevos procesos para resolver problemas.



Reducir el riesgo al fracaso.



Crear nuevas formas de cumplir objetivos.



¿POR QUÉ UN PTS Y NO UN CURSO O UNA CERTIFICACIÓN?

TÚ ERES EL EJE PRINCIPAL

Acompañamiento personalizado. Somos profesionales especializados en el ámbito de ventas. Nos encargamos de realizar una planificación, control y supervisión de un entrenamiento de ventas.

ALINEACIÓN CON LAS ESTRATEGIAS DE TU NEGOCIO

Nuestro centro de atención serás tú y tu negocio. Basado en metodologías y estrategias para obtener resultados palpables y de implementación inmediata.

AYUDAMOS A DEFINIR LOS OBJETIVOS

De manera realista, te ayudamos a establecer prioridades y definir la forma más productiva de alcanzar tus metas.

MÁS CREATIVIDAD

Fomentamos el descubrimiento de nuevas alternativas centradas únicamente en tu negocio. Ayudando a conectar con el lado emocional. Permitiendo desbloquear la mente para generar nuevas ideas.

LLEGA MÁS LEJOS

Descubre tus aptitudes y habilidades innatas para las ventas y potencialas a través de innovadores procesos creativos.

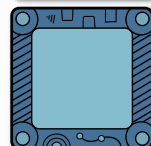
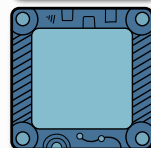
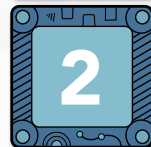
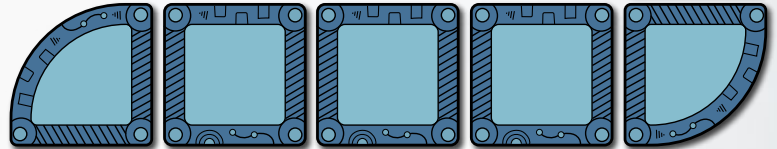
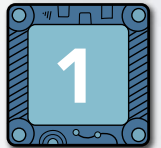
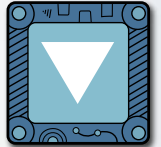
¿CÓMO MANEJAMOS EL PERSONAL TRAINER SALES?

INICIO

1

SESIÓN INICIAL INFORMATIVA CON EL TRAINER

Definición, explicación del proceso, sus etapas y análisis de los problemas a solucionar.



3

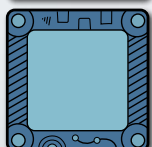
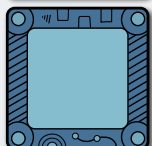
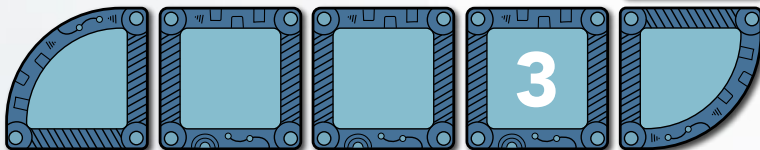
PARTE ESTRATÉGICA-PRÁCTICA

Desarrollando un pensamiento emergente, se explica y direcciona las condiciones y supuestos que traen consigo retos y oportunidades .

2

HAGÁMOSLO JUNTOS

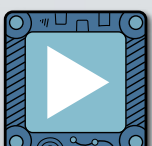
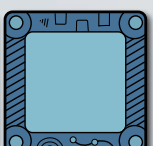
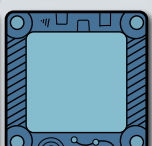
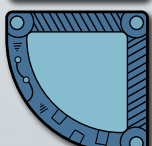
Es donde divergen las ideas. Revisamos la parte teórica del módulo, y se crea una planificación para establecer objetivos y metas.



4

IMPLEMENTACIÓN

Último acto, utilizando un pensamiento convergente comenzamos a aterrizar ideas.



FIN

EL PTS ES UN ENTRENAMIENTO ENFOCADO A:

Aumento de habilidades y potencial de los profesionales de ventas.
Lograr el mejor rendimiento posible.

APRENDERÁS A:



Generar hábitos que incrementen tus ventas.



Desarrollar una ventaja competitiva solamente escuchando a tu cliente.



Construir argumentos comerciales aplicados a Neuroventas y storytelling.



Identificar fortalezas y debilidades en cada etapa de tu proceso de venta.



Desarrollar y medir objetivos estratégicos.



Encontrar factores clave que pueden mejorar tu productividad.



Potenciar tu creatividad comercial, llega a tus prospectos de una forma distinta.



Desarrolla presentaciones ganadoras que enamoren a tus clientes.



Determina cuales son tus valores y crea relaciones de empatía y confianza con tus clientes.

APRENDERÁS A:



Definir los beneficios del producto o servicio y establecer tu ventaja competitiva.



Definir tu mercado objetivo.



Generar estrategias para superar objeciones.



Obtener herramientas para aumentar tu tasa de cierre.



Crear guiones flexibles que lleven a uno o más cierres.



Identificar las nuevas tendencias que influyen en el comportamiento del consumidor.



METODOLOGÍAS



HAPPINESS EXPERIENCE

La ciencia de la felicidad te permitirá aumentar tu productividad basándose en la psicología positiva.



COACHING POR VALORES®

Conecta con tus valores de una forma fácil y divertida.



DESIGN THINKING

Nos centramos en las necesidades y aspiraciones de los "usuarios" generando nuevas formas de valor para nuestros clientes.



LEGO® SERIOUS PLAY®

Construye resultados a través de procesos creativos, innovadores y radicales, utilizando piezas de LEGO®.



VENTA CONSULTIVA

Proceso donde el vendedor consulta al cliente sobre las necesidades y deseos que quiere satisfacer.



NEUROVENTAS

Claves para venderle al cerebro de tus clientes.

¿CÓMO VENDER DE ACUERDO AL TIPO DE CEREBRO?

¿Sabías que el 80% de las decisiones de compra se hacen de manera inconsciente?

Los seres humanos tienen 3 tipos de cerebro que tienen funcionalidades específicas:



NEOCORTEX: VENDE DESDE LA PARTE RACIONAL DE LA NECESIDAD.

Los hábitos dominan cerca del 45% de nuestras actividades diarias.

CHARLES DUHIGG





El 76% de los consumidores esperan que las empresas reconozcan sus necesidades.

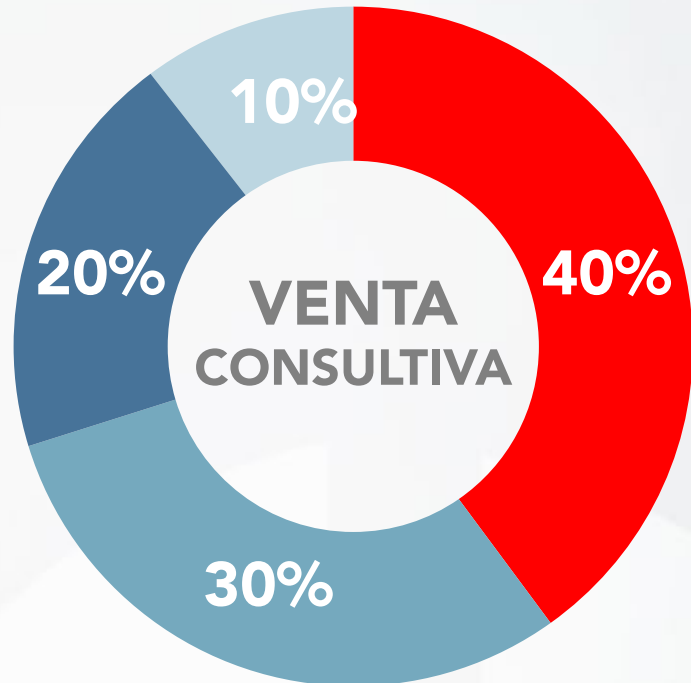
SalesforCE

RESOURCEFUL SELLING: 91% de los equipos de venta con alto rendimiento colaboran con todos los departamentos para cerrar grandes negocios.

68% de los compradores han avanzado entre 40% y 60% en el proceso de compra, sin tener una sola interacción con un vendedor.

CAMBIA TUS HÁBITOS, TU FORMA DE PENSAR Y DE VENDER

-  CIERRE VENTA
-  OFRECER SOLUCIONES
-  DETECTAR NECESIDADES
-  CONFIANZA



LÍMBICO: VENDE EMOCIONES, EXPERIENCIAS Y SENSACIONES.

SEGÚN UN ARTÍCULO DE JOURNAL OF PERSONALITY AND SOCIAL PSYCHOLOGY:

“Las emociones positivas como por ejemplo la felicidad incrementa la confianza, mientras las emociones negativas como el enfado bajan el nivel de confianza.”

TRES PILARES PARA GENERAR VENTAS:



- Contagia tu positivismo
- Demuestra ética
- Asesora... no vendas



A la gente no le gusta que le vendan pero le encanta comprar.

JEFFREY GITOMER



Ten la actitud positiva. Confía en que eres capaz de conseguirlo y busca alguien que te ayude a lograrlo.

TRES PERFILES DE VENDEDOR



- Experto
- Consultor
- Cerrado

¿CUÁL ERES TÚ?

RECUERDA

TE DAMOS

LAS ALAS

PARA LLEGAR MÁS ALTO.



¿CÓMO VENDER COMO UN CONSULTOR?

10 E-BOOK QUE TE DARÁN LAS HERRAMIENTAS PARA CREAR PROCESOS COMERCIALES EXITOSOS.



HAPPINESS SALES



SALES HABITS



VOICE OF CUSTOMER



THINKING SALES



SALES FUNNEL CANVAS



OKR SALES



SALES INNOVATION



SPEAKER SALES



LEADERSHIP BY VALUES



SALES JOURNEY MAP



¿QUÉ CONTIENE LA FORMACIÓN?



1. HAPPINESS SALES

Entenderemos que la felicidad es una estrategia para aumentar las ventas.



2. SALES HABITS

Generaremos hábitos en nuestro cerebro para lograr establecer una conexión neuronal permanente para iniciar, ejecutar y terminar una acción repetida, que te permita incrementar esas ventas.



3. VOICE OF CUSTOMER

Te permitirá escuchar las necesidades de los clientes y responder de manera oportuna, para garantizar su satisfacción y fidelización. Identificar y priorizar los deseos y necesidades del cliente.



4. THINKING SALES

Es una herramienta de venta consultiva que te ayuda a identificar, calificar, desarrollar y ganar oportunidades de negocio de venta de productos y servicios.

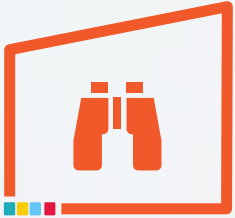


5. SALES FUNNEL CANVAS

A través del desarrollo de tu proceso de ventas, identificarás un modelo que te ayude a potenciar la productividad y promover nuevas oportunidades de ventas.

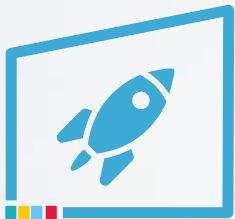
¿QUÉ CONTIENE LA FORMACIÓN?

6. OKR SALES



Utilizaremos indicadores dinámicos a través del tiempo para gestionar el negocio enfocado a las ventas. Midiendo resultados y tomando acciones de forma inmediata.

7. SALES INNOVATION



Implementaremos nuevas formas de comunicación con el público, esto implica modificar las propuestas de valor de la empresa o sus productos, en un mundo en constante cambio.

8. SPEAKER SALES



Mediante una metodología simple y ágil aprenderemos cómo comunicarnos y estructurar una presentación para que los clientes sientan pasión por nuestros productos.

9. LEADERSHIP BY VALUES



Te acompañaremos en la toma de decisiones hacia los valores que definen tu estilo de liderazgo, la cultura organizacional de tu empresa y que sea percibido por tus clientes.

10. SALES JOURNEY MAP



Juntos generaremos empatía con tus clientes para centrarnos en las necesidades particulares de cada uno y en las diferentes etapas del embudo de compra.

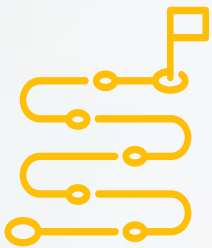


1. HAPPINESS SALES

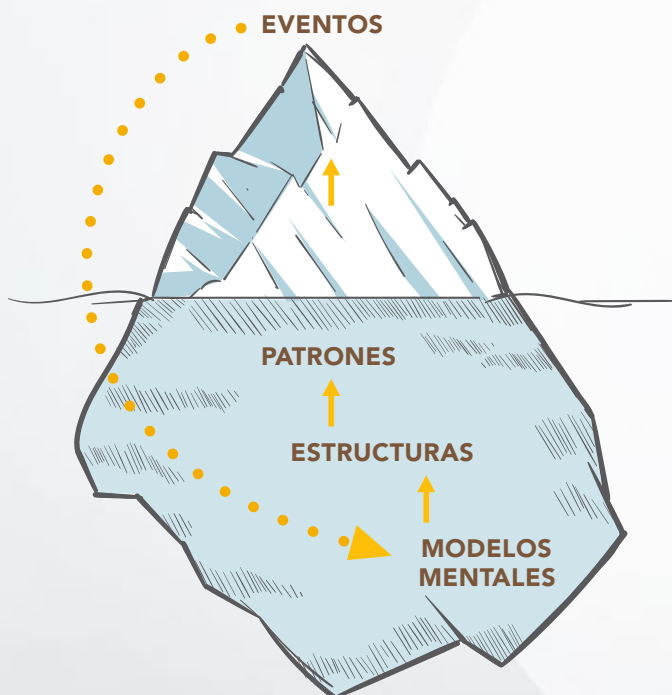
Una carrera en ventas puede ser estresante y emocionante. Al mismo tiempo a medida que aumenta la importancia del trabajo, también aumentan las dificultades. La felicidad depende de lo que pensamos y lo que hacemos.

CAMBIANDO MIS RUTINAS PUEDO DESARROLLAR MI FELICIDAD.

OBJETIVOS:



- Cambiar el enfoque de tu pensamiento basado en la ciencia de la felicidad.
- Cultivar el optimismo.
- Practicar la generosidad.
- Identificar el propósito de tu vida.



¿QUÉ APRENDERÁS?

- Qué es Happiness Sales.
- Cómo aumentar tu felicidad.
- Ventajas de la felicidad.
- Los 5 elementos de Gallup.
- Ser feliz en el trabajo.

¿DE QUÉ TOMARÁS CONCIENCIA?



- Sentirte feliz y satisfecho con tu vida personal y laboral.
- Enfocarnos en donde somos más efectivos (productividad, eficiencia y eficacia).
- Los caminos de la felicidad.

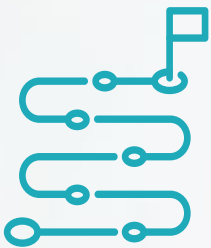


2. SALES HABITS

El éxito de un buen vendedor depende del desarrollo de diversas habilidades que con el tiempo deben convertirse en hábitos: persuasión, análisis, perseverancia, escucha, paciencia, capacitación y sobre todo, vocación de servicio.

Aquí la ética en cuánto a modo o estilo de vida juega un papel primordial, pues el vendedor que no vive para servir, no sirve para vender.

OBJETIVOS:



- Dominar tu trabajo.
- Organizarte, manejar bien los tiempos y controlar tu estado mental.
- Establecer horarios y tiempos para que tus actividades se conviertan en hábitos.
- Construir hábitos, desarrollar estrategias y tácticas que nos permitan hacerlo de manera constante.





2. SALES HABITS

¿QUÉ APRENDERÁS?



¿Qué son los hábitos?



¿Cómo desarrollar un hábito?



Autoanálisis de los hábitos de un vendedor.



¿Cómo aumentar la productividad a través de los hábitos?



5 hábitos de un vendedor exitoso.

¿DE QUÉ TOMARÁS CONCIENCIA?



- Cuantificar el valor de algo (esta es una nueva habilidad crucial en las ventas).
- Aumentar el sentimiento de seguridad y confianza.
- Gestionar y estructurar tu tiempo.



3. VOICE OF CUSTOMER

Voice of the Customer o VOC, podemos definirlo como un método, que servirá para interpretar las expectativas y preferencias del cliente con tu producto. Además, nos permitirá: Medir regularmente tus iniciativas de experiencia de cliente, retenerlos y captar nuevos prospectos.

OBJETIVOS:



Priorizar iniciativas de mejora en función del impacto que tendrán.



Proveer ideas para innovar en tu oferta de acuerdo a lo que realmente desean tus clientes.



Medir con regularidad el impacto de tus iniciativas de Experiencia de Cliente.





3. VOICE OF CUSTOMER

VOC



ESCUCHAR

Identificar rendimientos del cliente a partir de la información disponible



MONITOREAR

Seguir de forma continua evoluciones, tendencias e impulsar cambios en el programa de ser necesario.



PREGUNTAR

Definir la valoración que el cliente le da a los diversos atributos de la experiencia.



ACTUAR

Generar cambios en la organización a partir del feedback del cliente.



INTERPRETAR

Consolidar los resultados, buscar patrones, analizar y diseñar planes de acción con foco en el cliente.



3. VOICE OF CUSTOMER

¿QUÉ APRENDERÁS?



- Cómo convertir la voz del cliente en una ventaja competitiva.
- Cómo construir un programa VOC para tu empresa.
- Definir un marco estratégico de medición.
- Captar información accionable.
- 5 herramientas para manejar una visión general y su comparación.

¿DE QUÉ TOMARÁS CONCIENCIA?



Sentirte feliz y satisfecho con tu vida personal y laboral.

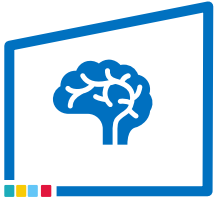


Enfocarnos en donde somos más efectivos (productividad, eficiencia y eficacia).



Los caminos de la felicidad.



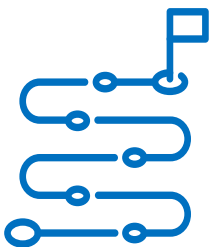


4. THINKING SALES

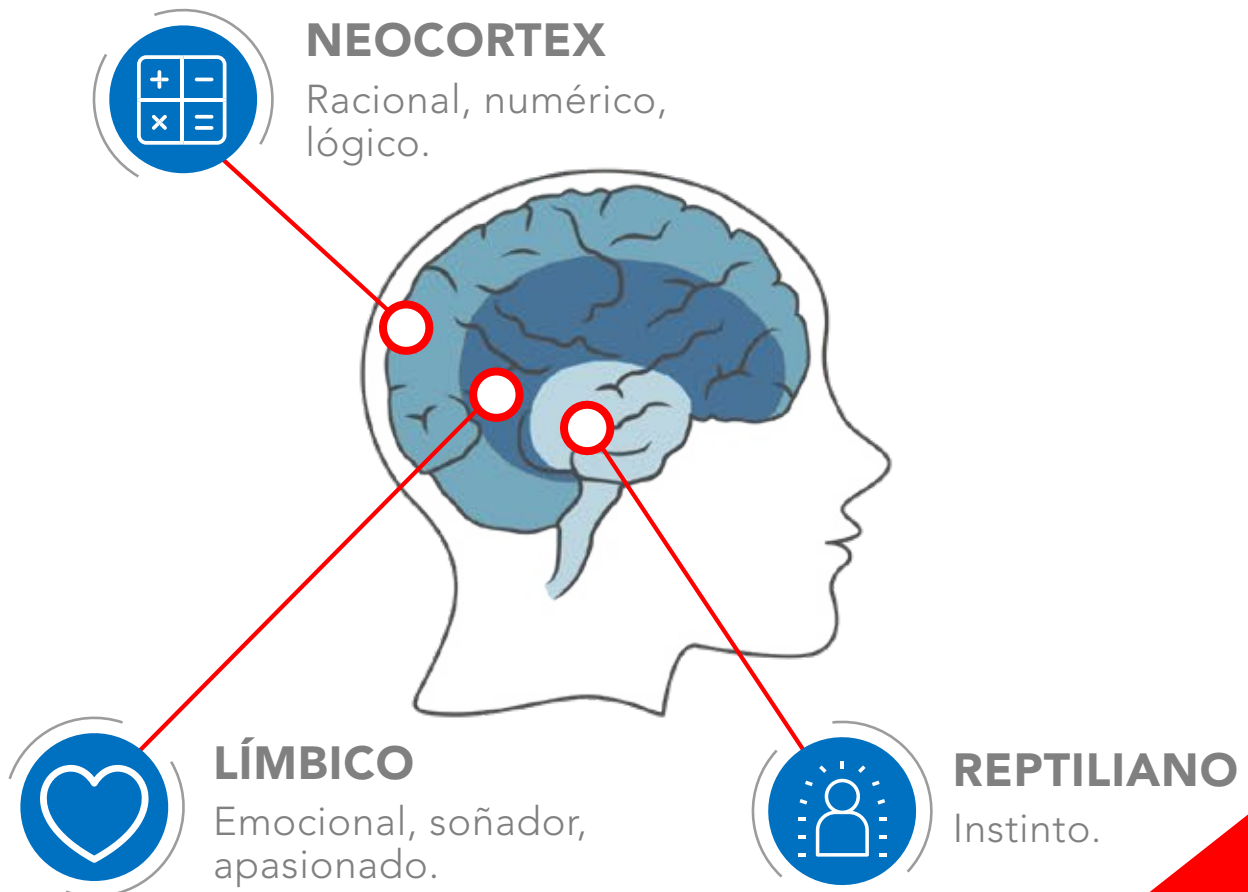
“Más ciencia y menos arte”

En la venta, este método te ayudará a conocer, construir, confirmar, convencer y concretar a tus futuros clientes.

OBJETIVOS:



- Conocer mejor a nuestro cliente a través de herramientas y métodos ágiles.
- Confirmar tu pitch de ventas a través del modelo REC® inspirado en neuroventas y pirámide de Freytag.
- Construir objetivos estratégicos que te permitan tener un norte a corto, mediano y largo plazo en tus ventas.





4. THINKING SALES

¿QUÉ APRENDERÁS?



- Conocer mejor a nuestro cliente a través de un mapa de empatía.
- Construir objetivos estratégicos de ventas a través del método Poeta®.
- Desarrollar tu modelo pitch de ventas a través del modelo REC®

¿DE QUÉ TOMARÁS CONCIENCIA?



Lograr penetrar las ideas del inconsciente en la parte consciente del cerebro.



Entender cómo funciona el cerebro humano y cómo vender de acuerdo a sus funciones.



Conocer tu buyer persona.

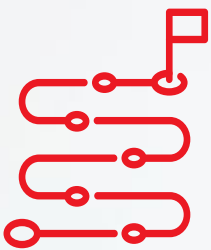




5. SALES FUNNEL CANVAS

El Funnel de Ventas es una herramienta mágica de análisis, calificación y conversión de potenciales clientes.

OBJETIVOS:



- Construir objetivos estratégicos que te permitan tener un norte a corto, mediano y largo plazo en tus ventas.
- Convertir tu proceso de ventas en un modelo alineado al proceso de compra del cliente.
- Plasmar de forma visual tu proceso de ventas.
- Ordenar todas las acciones utilizadas en una estrategia de ventas.
- Desarrollar una metodología única dentro de un marco de trabajo que te ayudará a diseñar un modelo de ventas.





5. SALES FUNNEL CANVAS

¿QUÉ APRENDERÁS?



- ¿Qué es el Funnel de ventas y cuáles son los beneficios?
- Desarrollar un modelo de venta eficaz y eficiente.
- Aprovechar mejor cada oportunidad, desde que ingresa hasta su cierre.

¿DE QUÉ TOMARÁS CONCIENCIA?



Medir todos tus esfuerzos comerciales: Qué resultado están obteniendo.

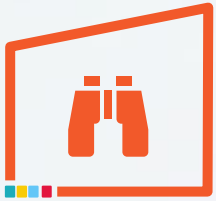


Utilizar heramienta visuales para ver cómo va tu efectividad de ventas.



Entender que tan eficaz y eficientes estás siendo en tu gestión comercial.





6. OKR SALES

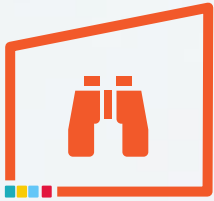
Los OKR (Objetivos y Resultados Claves) se consideran una metodología de gestión ágil que ayuda a cerrar brechas de desempeño por medio de iniciativas de cambio.

OBJETIVOS:



- Desarrollo desde nuevos objetivos y resultados claves hasta el despliegue de objetivos estratégicos y tácticos.
- Lograr una cultura OKR para el equipo de ventas.





6. OKR SALES

¿QUÉ APRENDERÁS?



- ¿Qué son los OKR y para qué sirven?
- Comprender las diferencias entre los OKR, KPI y otros sistemas de gestión.
- Aprender de los errores, éxitos y buenas prácticas que no figuran en libros.
- Desarrollo de OKR para tu negocio o gestión.

¿DE QUÉ TOMARÁS CONCIENCIA?



Que todos estén alineados y en sintonía, es decir todos hacia la misma dirección.



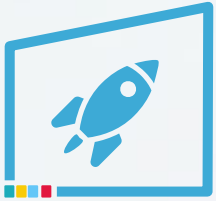
Cómo desarrollar un buen OKR.



Los resultados claves de tu gestión de ventas.



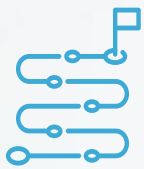
Un cambio de cultura bajo resultados.



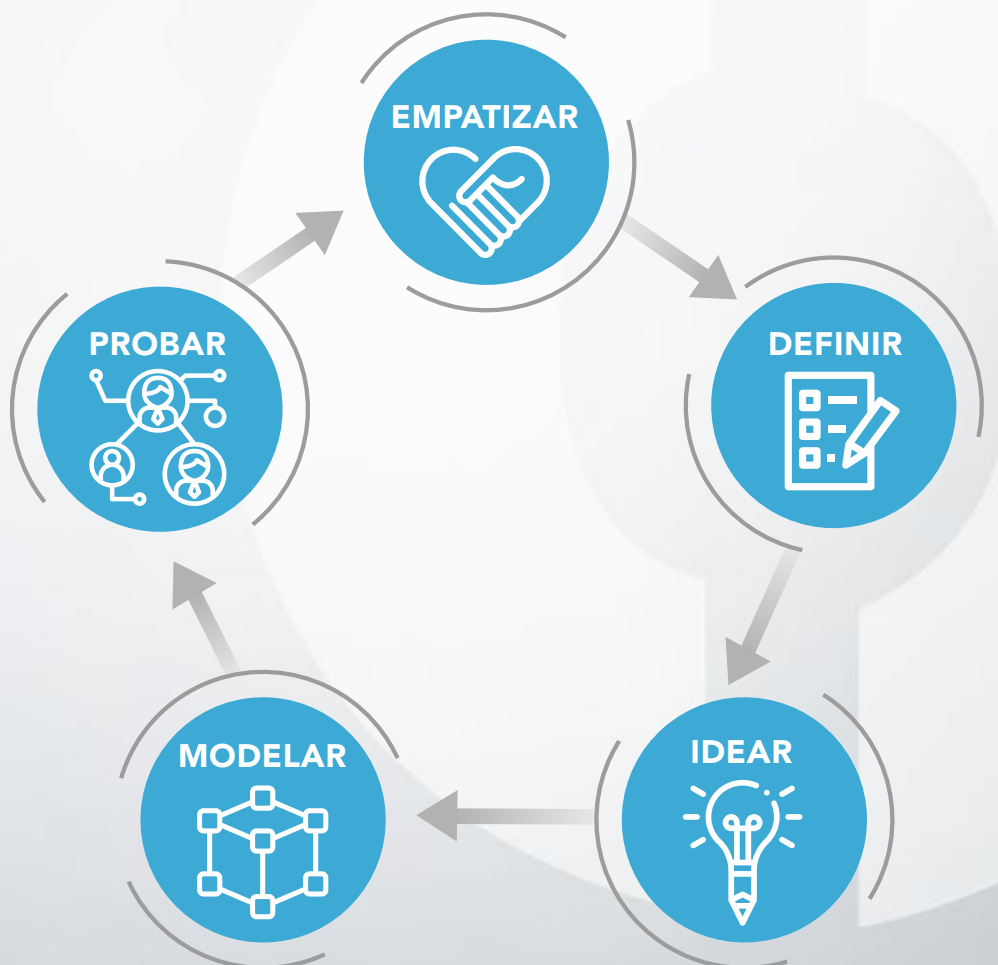
7. SALES INNOVATION

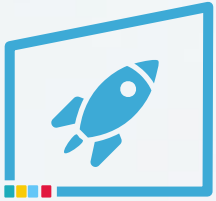
Aquí aplicaremos *Design Thinking* en la venta consultiva. Mediante herramientas y conocimientos que se necesitan para identificar la importancia de la innovación para emprender un liderazgo estratégico y exitoso en ventas.

OBJETIVOS:



- Incrementar el potencial creativo del comercial.
- Generar empatía entre el vendedor y el cliente.
- Aumentar la competencia de innovación enfocado en ventas.
- Atender las necesidades reales de los clientes: actuales o potenciales.





7. SALES INNOVATION

¿QUÉ APRENDERÁS?



- ¿Cuáles son los pasos del Design Thinking y cómo aplicar en una venta consultiva?
- Técnicas como lluvia y asociación de ideas (Brainstorming).
- La creatividad como fuente de inspiración para las ventas.

¿DE QUÉ TOMARÁS CONCIENCIA?



En incrementar tu potencial creativo.



Impulsar la productividad y valor del negocio a través de la innovación.



Diagnosticar e identificar problemas en tus ventas.



Aumentar las habilidades de comunicación.



8. SPEAKER SALES

Es momento de crear una presentación memorable y cautivar en el momento que hables.

OBJETIVOS:



- Desarrollar y organizar una presentación de alto impacto.
- Posicionar ideas que generen gran valor a sus clientes.
- Crear un pitch en base a las diferentes audiencias.



● PREPARACIÓN



● DISEÑO



● ENTREGA



● SEGUIMIENTO

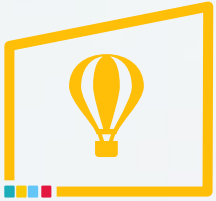
¿QUÉ APRENDERÁS?

- A planificar una presentación creativa y estratégica.
- Desarrollar un storytelling.
- Pasar de un Power Point, e ir más allá de un diseño creativo.
- Aperturas poderosas.
- Qué tipo de audiencias tienes y cómo debes abordarlas.
- Manejo del escenario: Posiciones del poder y autoridad.

¿DE QUÉ TOMARÁS CONCIENCIA?



- Los factores motivacionales de compra.
- Comunicar de una mejor manera.
- Identificar las ideas claves de comunicación.



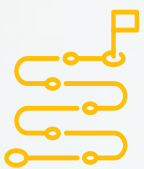
9. LEADERSHIP BY VALUES

Ya no hablamos de una propuesta de valor, sino de la forma en la que un vendedor se aproxima a su trabajo y se comporta con los demás.

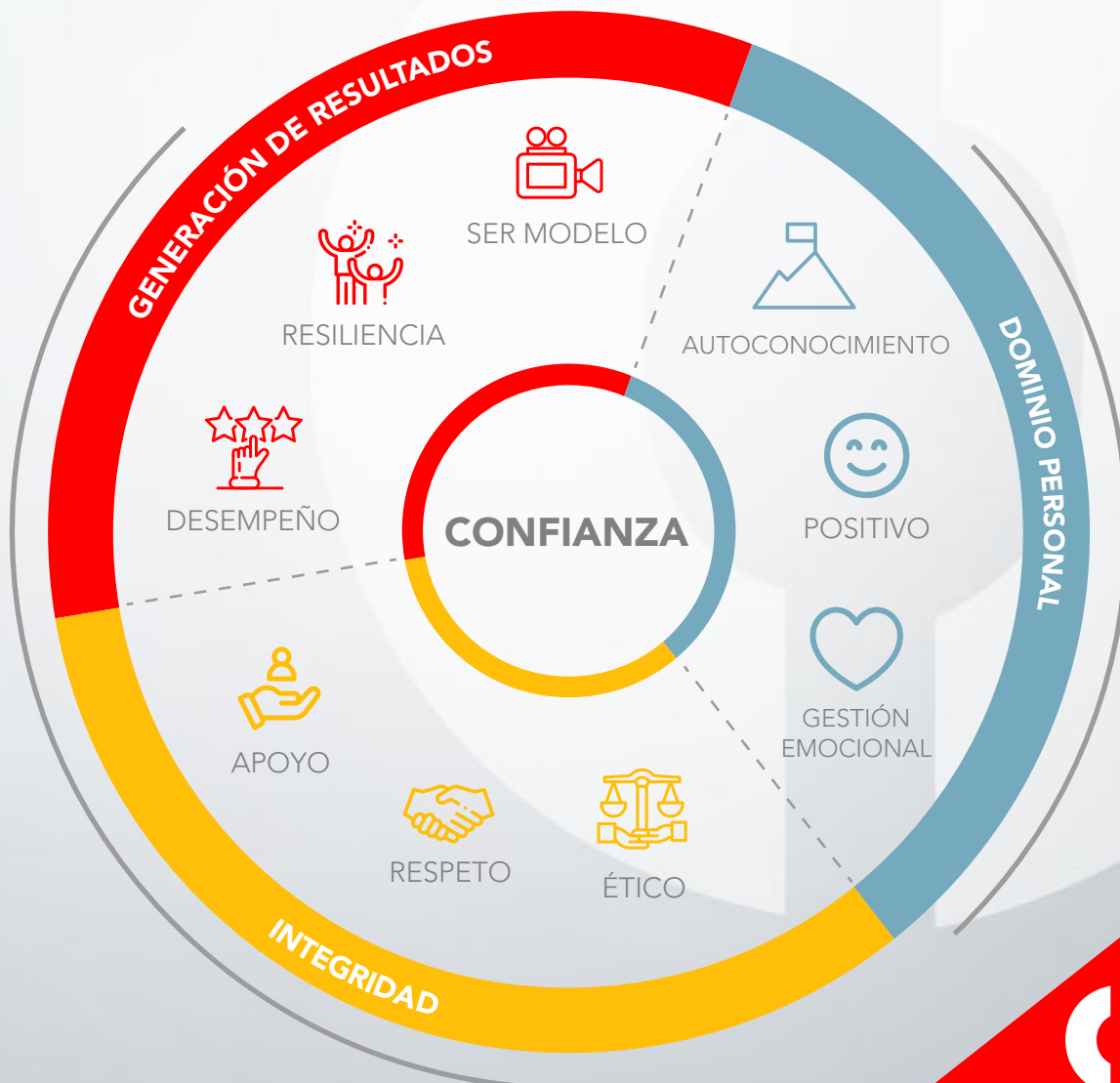
Integridad - Compromiso - Responsabilidad - Creatividad - Perseverancia.

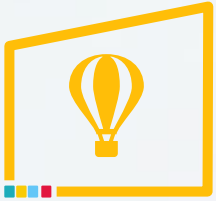
Son ejemplos de algunos valores que deberían formar parte de la infraestructura básica de cualquier profesional del mundo comercial.

OBJETIVOS:



- Identificar, jerarquizar y alinear los valores de un profesional en el mundo comercial de una forma fácil, dinámica y divertida.
- Definir tu cultura e identidad de marca, en base a los valores que formen parte de tu empresa o de ti.





9. LEADERSHIP BY VALUES

¿QUÉ APRENDERÁS?



La importancia de los valores para tus clientes.



Tres elementos vitales para provocar una transformación real y sólida.



Herramientas para descubrir tus valores como profesional en las ventas.



Estrategias de cómo transmitir tus valores a tus clientes

¿DE QUÉ TOMARÁS CONCIENCIA?



- La importancia de los valores, lo imprescindible que son para un profesional exitoso.
- Los valores como estilo de vida.



10. SALES JOURNEY MAP

Metodología basada en Design Thinking para desarrollar la innovación centrada en las personas, para superar retos y satisfacer necesidades.

OBJETIVOS:



- Establecer relaciones auténticas a largo plazo con los clientes.
- Enriquecer la comprensión del proceso de compra.
- Adaptarnos a las necesidades de los clientes.
- Comprender cuál es el recorrido que realiza un consumidor potencial en su interacción.

ETAPAS





10. SALES JOURNEY MAP

¿QUÉ APRENDERÁS?



- Cuáles son los elementos del Sales Journey map.
- Metodología para elaborar el Customer Journey map.
- ¿Cómo detectar necesidades?
- ¿Qué puntos de contacto tomar en cuenta?
- ¿Cómo identificar emociones durante la experiencia de compra del cliente?

¿DE QUÉ TOMARÁS CONCIENCIA?



Cuáles son las fases críticas que debes tomar en cuenta en el proceso de compra.



Alinear la visión externa e interna que tienen nuestros clientes (Posicionamiento percibido frente a lo proyectado).



Ser capaces de entender las experiencias, emociones y etapas por las que atraviesa nuestro consumidor.

¿CUÁNDO PUEDES INICIAR?



¡Cuando tú quieras!
 Nos acoplamos a tu tiempo.
 Seremos tu trainer personal.

¿DURACIÓN?



4 horas por módulo.

INVERSIÓN



\$ 1,800	Diez módulos.
\$ 600	Tres módulos.
\$ 300	Un módulo.

TRAINERS

Coach de vida y valores, motivadora. Capacitadora especializada en habilidades blandas.

Especialista en crear equipos de alto desempeño, con orientación a resultados.


Gaby Bonilla


Santy López



CONTACTOS

Si tienes dudas sobre Sales ON Strategic puedes contactarnos a:

 onconsulting_ec

 0984878133

 Santiago-lopez



TE DAMOS


LAS ALAS

PARA LLEGAR MÁS ALTO.