

A man with glasses and a beard, wearing a grey blazer over a light pink shirt, is shaking hands with a woman with blonde hair wearing a yellow top. They are both smiling and appear to be in a professional meeting. The background is a blurred brick wall. The right side of the image has a blue and green gradient overlay with white text.

Ganar-ganar es mi lenguaje

Sesión sincrónica #4

Bienvenida y agenda

- | | |
|--|--------|
| 1. Práctica de bienestar | 15 min |
| 2. Inteligencia emocional | 10 min |
| 3. Video sobre la inteligencia emocional | 10 min |
| 4. Test de inteligencia emocional | 25 min |
| 5. Negociación en el ámbito educativo | 15 min |
| 6. Receso | 10 min |
| 7. Ventas digitales | 20 min |
| 8. Video sobre el embudo de ventas | 10 min |
| 9. Cierre | 5 min |



Temas



- Tema 4. Inteligencia emocional en la negociación
- Tema 5. Estrategias y tácticas de negociación aplicadas al ámbito educativo
- Tema 6. Ventas digitales

Práctica de bienestar



La mejor versión de ti mismo.



Tema 4.

Inteligencia emocional en la negociación

Inteligencia emocional

- Las **emociones** son innatas al ser humano; todos hemos sentimos alguna vez lo que es la ira, la alegría, la tristeza, etcétera.
- La **inteligencia emocional** busca manejar estas emociones de una manera positiva.



Preguntas de reflexión



¿Consideras que ser emocionalmente inteligente te ayudará en tu labor profesional?
¿De qué manera?

Tipos de reacciones a las emociones



Reacción fisiológica:

es la primera reacción de la emoción, la cual es involuntaria. Involucra al sistema nervioso autónomo, al sistema endocrino, así como a las expresiones faciales y tono de voz.



Reacción psicológica:

se refiere a la manera en que es procesada la información. Forma parte de los procesos cognitivos del ser humano y se ve influenciado por su contexto sociocultural. Asimismo, permite conocer sus necesidades, fortalezas, debilidades, entre otros.



Reacción conductual:

la emoción, cualquiera que sea, genera un cambio de estado de ánimo y de conducta. Puede ser consciente o inconsciente, y se refiere a la manera de comportarse. Es importante destacar que, a largo plazo, involucra a los sentimientos.

Teoría de la ampliación y construcción de las emociones positivas de Bárbara Fredrickson



Video: Inteligencia emocional. Daniel Goleman



Full Perception. (2017, 8 de julio). *Inteligencia Emocional • Cómo Controlar las Emociones* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=se62UwCxUrl>

Actividad: test de inteligencia emocional



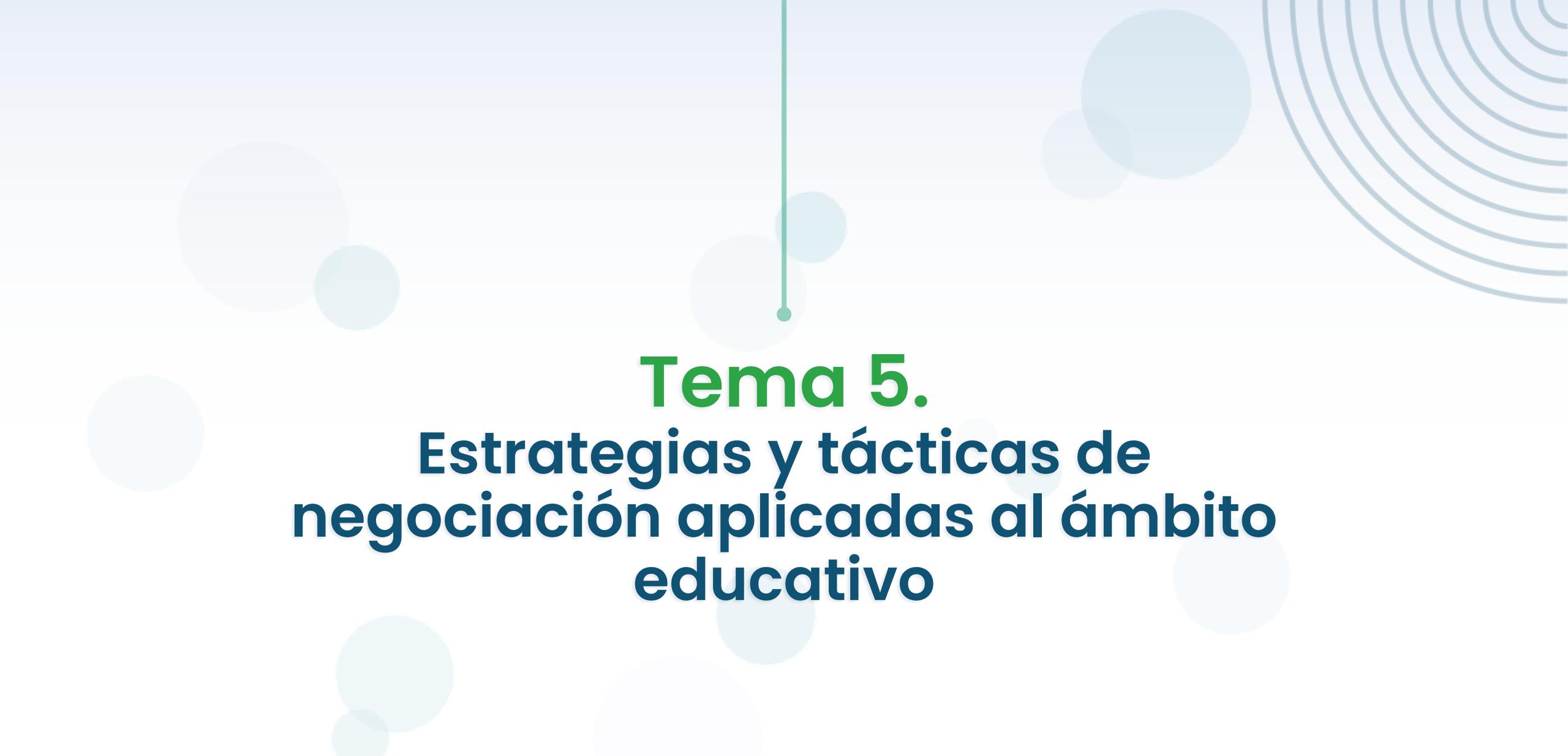
<https://habilidadesocial.com/test-de-inteligencia-emocional/>

Preguntas de reflexión



¿Cómo te sentiste al tomar el test?

¿Son los resultados que esperabas o alguno te causo sorpresa?



Tema 5.

Estrategias y tácticas de negociación aplicadas al ámbito educativo

Fases de negociación en el ámbito educativo

- Las instituciones educativas llevan a cabo negociaciones, ofreciendo a los estudiantes los beneficios que buscan, pero siempre de una manera preparada y planificada.

Preparación

Desarrollo

Alternativas

Opciones

Acuerdos

Cierre

Seguimiento

Tácticas de reacción en una negociación

1

Reacciona rápidamente.

2

Maneja varios escenarios.

3

Desarrolla una relación.

Estrategias para negociar en el ámbito educativo

Las instituciones educativas que no quieran perder alumnos, pero que quieran atraer nueva matrícula, deben tener en claro las siguientes premisas:



Define la propuesta de valor de tu escuela

Definir con exactitud qué es lo que ofrecemos a nuestros prospectos para saber cómo lo voy a dar a conocer. Las instituciones educativas pueden caer en ofrecer "lo mismo". No obstante, se deben brindar soluciones para los alumnos y sus padres.



Asegúrate de tener todo lo que necesitas para una estrategia de marketing digital

Se refiere a las personas que van a ofrecer el producto como tal. Iniciar una campaña digital implica que más personas se pondrán en contacto, por lo que será necesario dar seguimiento a correos electrónicos, llamadas y visitas al plantel. del mismo modo, se requiere del equipo apropiado para llevar control de prospectos (leads).



Usa los beneficios de la tecnología para atender a tus prospectos

Actualmente existen herramientas digitales que permiten dar seguimiento y atención a los prospectos. Por lo tanto, es fundamental conocer si están listos para una decisión final o si requieren de un acompañamiento mayor.



Define el proceso para dar seguimiento a los prospectos

De la cantidad de posibles alumnos que se han acercado a solicitar información, se debe conocer cuántos de ellos se inscribieron y por qué lo hicieron, mientras que de los que no se inscribieron también se debe indagar por qué no lo hicieron. Al final, se debe trabajar con estas respuestas para detectar áreas de mejora.



Aplica una estrategia de marketing inbound

Se refiere a considerar que algunos prospectos aún no nos conocen, por lo tanto, hay que revisar los diferentes canales por los cuáles vamos a hacer llegar nuestro mensaje. Las instituciones educativas deben plantearse lo siguiente: ¿a quiénes voy a dirigirme?, ¿cómo puedo llegar a ellos? Por ende, se debe aprender a pensar como ellos y a ser empáticos con sus necesidades.

Estrategias para negociar en el ámbito educativo



- La clave para negociar con los futuros estudiantes radica en lo siguiente:
 1. Conocer a tus prospectos.
 2. Identificar sus necesidades e intereses.
 3. Guiarlo en su decisión sobre dónde estudiar y en qué modalidad.
 4. Brindar un servicio de calidad al futuro estudiante.
 5. Generar los espacios y los canales apropiados.
 6. Brindarle las herramientas que le ayudarán a tomar mejores decisiones con base en la información proporcionada.

Receso

Recapitulación del bloque 1

- Hasta ahora has aprendido lo siguiente:
 1. El concepto de inteligencia emocional.
 2. Los tipos de emociones y reacciones.
 3. Las emociones que se aplican en la negociación.
 4. Las fases de una negociación.





Tema 6.

Ventas digitales

Ventas

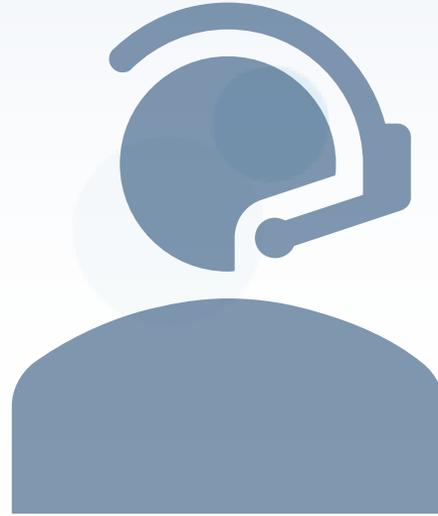
- Generalmente, los objetivos de una venta son los siguientes: **mantener la rentabilidad de la empresa y generar relaciones a largo plazo con el cliente.**
- Las ventas digitales contemplan el uso del Internet para generar tráfico y atraer clientes, así como para cerrar ventas, generar relaciones, etcétera.



Embudo de ventas



Preguntas de reflexión

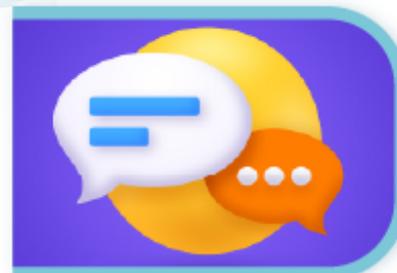


¿Es posible aplicar la técnica del embudo de ventas en tu trabajo?
¿Cómo lo harías?

Herramientas para las ventas digitales



1. Las **redes sociales** son una herramienta crucial para crear la conciencia de marca, así como para la retención de clientes. Los seguidores de redes sociales son generalmente personas comprometidas con la marca.



3. Las **opiniones de los usuarios**, en cualquier medio digital, son lo que comúnmente ayudan a persuadir a un posible cliente a realizar la compra. Es el principal convertidor de prospecto a cliente. A saber, aproximadamente la mitad de las personas consideran que la información de una reseña de usuario es más importante que cualquier material de marketing.



2. El **correo electrónico** es una herramienta poderosa en un embudo de ventas, la cual puede ser eficaz en todas las etapas, pero especialmente en la etapa de retención, ya que permite mantener el contacto con el cliente y darle una atención personalizada.



4. El **sitio web y el SEO** son importantes en la fase de concientización, ya que permiten atraer tráfico a un sitio web. Por ejemplo, ayuda a llamar la atención del prospecto y brinda información sobre el producto a aquellos que aún no lo conocen. La creación de contenido actual y creativo va de la mano con el SEO.

Herramientas para las ventas digitales



5. **Atracción de prospectos** (leads magnets) constituyen incentivos valiosos para atraer prospectos. Por ejemplo, se puede ofrecer un libro digital gratuito a cambio de información del contacto (dirección de correo electrónico, teléfono, ubicación, edad, etc.).



6. Los **influencers** son personas que han ido incrementando su poder con el paso del tiempo. Una empresa que desea generar conciencia de su producto puede acercarse a un *influencer*, con la intención de que promocióne su marca, ya que su opinión tiene una gran valía para sus miles de seguidores.



7. **Análisis de datos.** Estas herramientas de marketing digital son muy importantes en todas las etapas del embudo de ventas, ya que nos dan información de utilidad, tanto para la segmentación del mercado, como para el seguimiento en la conversión de clientes. Algunos ejemplos son: los perfiles de segmentación que ofrece Facebook, los reportes que genera Google Analytics, entre otros.

Técnicas digitales para vender

Enfoque al consumidor. Se refiere a definir a "la persona".

Inbound marketing o generar un buen contenido.

Calificación de *leads*.

Disparadores mentales, por ejemplo, ofertas en tu sitio web.

Casos de éxitos, por ejemplo, testimonios de clientes reales.

Estrategia de postventa al tener el *feedback* de tu base de datos de clientes.

Transformar objeciones en ventas.

Video: ¿Qué es el embudo de ventas?



Full Perception. (2017, 8 de julio). *¿Qué es el embudo de ventas?* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ISyW5uqkPTc>

Cierre reflexión grupal

- Durante este curso fuiste capaz de conocer cómo las emociones pueden ser un factor importante al momento de hablar con un cliente, con el fin de lograr las ventas deseadas.
- Además, aprendiste la importancia de aplicar habilidades de negociación al ámbito educativo.
- Finalmente, conociste diferentes técnicas digitales que se pueden utilizar en las ventas, gracias al uso de las nuevas tecnologías.



¡Gracias por tu atención!