

Vicerrectoría de Maestrías y Programas Ejecutivos  
Dirección de Diseño Académico

# Guía para el Profesor

Habilidades para la venta



## Índice

Certificados .....	3
¿Certificado o certificación? .....	3
Certificado en XX .....	4
Competencia global del certificado .....	4
Competencia del curso .....	4
Metodología del curso .....	4
Temario .....	6
Bibliografía y recursos especiales .....	6
Evaluación y agendas .....	6
Notas de enseñanza .....	8

## Certificados

Para entender la importancia del curso del cual usted será **Facilitador**, es necesario ofrecer un contexto mayor sobre el programa de **Certificados** de la Universidad Tecmilenio, pues son parte medular del nuevo modelo educativo basado en el **aprender haciendo** y en **brindar una experiencia educativa a la medida de los alumnos**.

Un certificado es un **programa académico corto compuesto de varias materias**, embebido en la segunda mitad del plan de estudios de profesional, que busca desarrollar **competencias muy específicas** en el alumno y lo prepara para desempeñarse de la mejor manera en un empleo.

**SABER + HACER + BIEN**

Con este enfoque, buscamos en los egresados de profesional que además de **saber** (tener un conocimiento teórico), también sean **capaces de hacer** (tener la habilidad de realizar una tarea) y de **saber-hacer** (entender lo que se hace y tener la capacidad para hacerlo de la mejor forma).

En Universidad Tecmilenio, **aprender haciendo** significa que el participante cursará **Certificados en los que desarrolla competencias disciplinares de especialidad que son valoradas por el mercado laboral**, convirtiéndose en un profesional altamente competente y elevando así su índice de empleabilidad.



La mayoría de nuestros Certificados se compone en promedio de cuatro materias, las cuales tienen un seguimiento lógico y terminan con un proyecto de gran calado y un alto nivel de complejidad (última materia). Una correcta realización del proyecto integrador demostrará el dominio de la competencia global declarada en cada certificado.

### ¿Certificado o certificación?

Es muy importante tener en claro que un certificado y una certificación son dos cosas distintas. Un **certificado** es un reconocimiento formal que **otorga internamente la Universidad Tecmilenio** a los estudiantes que demuestren haber aprobado las materias correspondientes, y adquirido la **competencia** global del certificado.

Por su parte, la **certificación** es también un reconocimiento, pero ésta se obtiene a través de la acreditación de un curso específico del programa académico de la Universidad y aprobando un examen de suficiencia aplicado por una **entidad acreditadora externa** (mapas mentales, idiomas, uso de software, etc.).

Su trabajo como docente Facilitador de este curso es muy importante para nosotros. Gracias por aportar su conocimiento y experiencia en la impartición de este certificado. A continuación, podrá revisar información detallada del curso que impartirá.

## GUÍA PARA EL PROFESOR

## Certificado en Ventas

El certificado de Ventas se compone de **tres** cursos, con la siguiente progresión:



Como se puede apreciar, este curso de **Habilidades para la venta** es el primer curso del certificado de ventas. Por lo mismo, es importante que como **Facilitador verifique** que sus estudiantes hayan aprobado los cursos anteriores, pues de no haberlo hecho se podrá ver afectado el aprovechamiento académico de este curso.

### Competencia global del certificado

Al finalizar el certificado de **Ventas**, el participante deberá haber desarrollado y adquirido la siguiente competencia global, en toda su extensión:

Desarrolla estrategias para la realización del proceso de venta, su administración y control.

### Competencia del curso

La competencia específica que el participante habrá de obtener al aprobar satisfactoriamente el **curso de Habilidades para la venta** es la siguiente, en toda su extensión:

Desarrolla estrategias de observación, escucha, comunicación y manejo del proceso de ventas para entender mejor las necesidades de los clientes y asegurar las ventas.

## Metodología del curso

En este curso de **Habilidades para la venta** se revisarán 15 temas divididos en 2 módulos.

En cada tema, el participante encontrará:

- Una breve explicación del tema que ayudará al estudiante a ampliar su conocimiento.
- Una serie de lecturas y videos obligatorios para una mejor comprensión de los temas.

## GUÍA PARA EL PROFESOR

- Una lista de lecturas y videos recomendados para complementar el estudio del tema.
- Una práctica no evaluable que servirá para repasar los conceptos abordados en el tema.
- Una tarea o actividad de aprendizaje (evaluable) cuyo propósito es aplicar y experimentar con los conceptos estudiados.

A lo largo del curso, el participante debe trabajar en lo siguiente:

- 4 actividades
- 1 avances de evidencia
- 1 entrega final de evidencia

## Actividades

Las actividades deben enviarse a través de la plataforma Blackboard en la fecha indicada.

## Evidencia

El proyecto final (evidencia) de este curso consiste en elaborar una presentación de ventas y presentarla a través de una videograbación, además incluir distintos elementos que sirven para concretar la venta (literatura de ventas). A través de ella el participante demostrará la capacidad de aplicar los conocimientos y habilidades que obtendrá a lo largo de los temas revisados en el curso. Es importante revisar la agenda del curso, pues la mayoría de las **evidencias requieren entregas de avances** que los alumnos tienen que realizar conforme avanza el periodo académico.

Tanto usted como los participantes podrán encontrar información sobre la evidencia dentro del curso, siguiendo esta ruta:

**Mi curso > Inicio > Evidencia**, como se muestra enseguida:

## NOTA

Es de suma importancia que enfatice en los participantes guardar todos los trabajos y productos que generen durante el

## GUÍA PARA EL PROFESOR

curso (actividades, tareas, evidencias). Esto les servirá para conformar un portafolio personal de proyectos, así como para la elaboración de su proyecto integrador (último curso del certificado). Para ello, se le solicita colocar un aviso en Blackboard (sección Announcements), tomando como referencia el siguiente texto:

*“Estimado participante, recuerda guardar siempre una copia digital de todos los trabajos, actividades y evidencias que realices en tus cursos. Contar con estos documentos te será de utilidad especialmente para dos fines:*

- 1. Conformar un portafolio personal de proyectos, que te servirá como un medio importante para enriquecer tu proyección profesional.*
- 2. Poder elaborar el proyecto integrador de tu certificado (última materia).*

*Por lo tanto, asegúrate de respaldar todos tus documentos localmente en un disco duro (computadora + USB flash drive), y de preferencia también almacenarlos en la nube (servicios como Dropbox y Google Drive).”*

## Temario

Los temas que se abordarán en este curso de certificado son los siguientes:

1. Escucha activa
2. Mirada activa
3. Neurolingüística para la venta
4. Venta adaptable
5. Comunicación activa
6. Manejo de objeciones
7. Técnicas de cierre
8. Microventa
9. Manejo de tiempo
10. Apoyos de ventas
11. Venta a grupos
12. Literatura de ventas
13. Telemarketing
14. Venta en piso de ventas
15. Ética en las ventas

## Bibliografía y recursos especiales

El libro de texto que deberán adquirir los participantes es el siguiente:

Ongallo, C. (2014). El libro de la venta directa. España: Díaz de Santos.

## Evaluación y agendas

La evaluación del curso se estructura de la siguiente manera:

Unidades	Instrumento Evaluador	Puntaje
4	Actividades	40
1	Evidencia	60
Total		100 puntos

Dichos productos se entregarán de acuerdo a la siguiente agenda, definida una vez que se hayan **validado fechas y valores con la información disponible en Servicios en Línea:**

Agenda	
Actividades	Puntaje
Actividad 1	10
Actividad 2	10
Evidencia 1	30
Actividad 3	10
Actividad 4	10
Evidencia 2	30
Total	100

### Banner

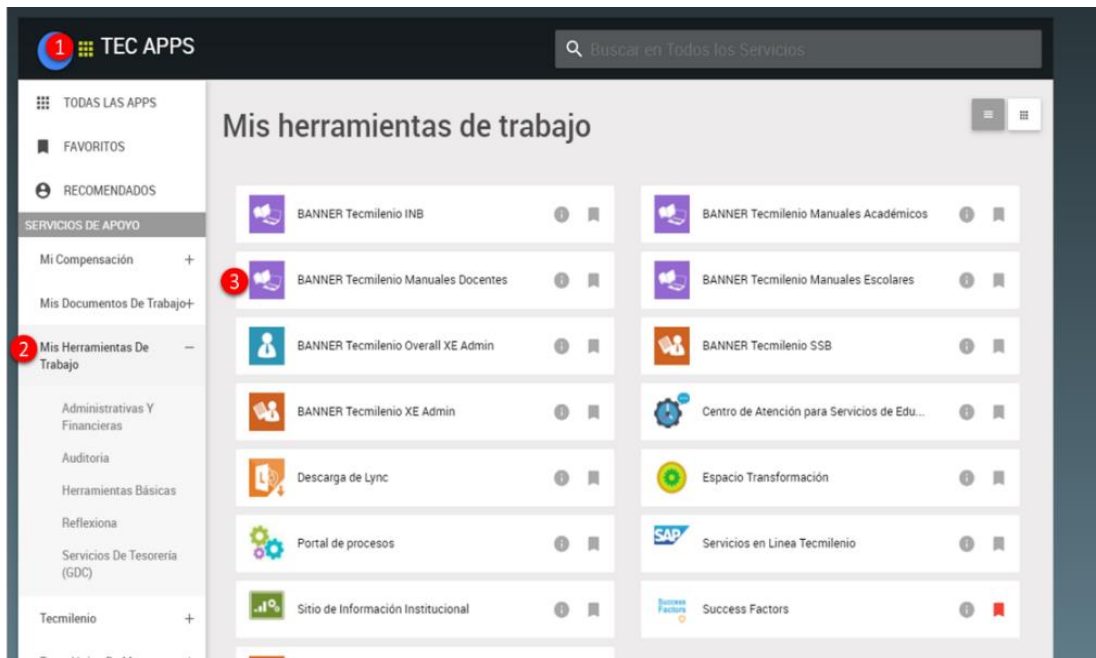
Estimado profesor, no olvide capturar las calificaciones de su grupo en las fechas indicadas.

Puede ver un manual para capturar calificaciones siguiendo esta ruta en Mi espacio:

- Mi espacio → TEC Apps → Mis Herramientas de Trabajo → BANNER Tecmilenio Manuales Docentes

Si imparte clase de manera presencial, puedes ver un manual para capturar inasistencias siguiendo esta ruta en Mi espacio:

- Mi espacio → TEC Apps → Mis Herramientas de Trabajo → BANNER Tecmilenio Manuales



## Notas de enseñanza

Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados en el mismo, con el fin de detectar y, en su caso, poder actualizar y/o enriquecer previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.

Un aspecto de gran importancia en el desarrollo de los temas es su involucramiento como Facilitador para propiciar que la competencia del curso se cumpla. Además, debe preparar a los participantes para que vayan desarrollando propuestas de soluciones innovadoras a problemas actuales propios del área de estudio.

Enseguida puede revisar las notas de enseñanza generales y por tema para este curso.

### Generalidades

Para la impartición de este curso se sugiere:

1. Revisar con tiempo la lista de entregables y la agenda en Banner para saber en qué temas y semanas se deben realizar las actividades.
2. Revisar el manual de Blackboard para conocer las mejores formas de mantener una comunicación constante y efectiva con los estudiantes, despejar dudas y motivarlos. Puedes ver un tutorial de la plataforma en esta liga: <https://drive.google.com/file/d/1PbQgW47gdmob1YQ42NhMXkrwcy9Ys4dl/view?usp=sharing>
3. Revisar periódicamente el foro de dudas en Blackboard para resolver las preguntas e inquietudes de los participantes acerca de las actividades y la evidencia.
4. Motivar al alumno a participar y realizar sus actividades a tiempo.
5. Proveer retroalimentación constante de las actividades que realizan los participantes.
6. Elaborar una Agenda y subirla a la plataforma para que los participantes puedan visualizar de manera esquemática los temas y actividades que deberán revisar cada semana.



## Generalidades

7. Recordar (opcionalmente) a los participantes acerca de las entregas de sus actividades por medio de la sección de Avisos de Blackboard.
8. Enriquecer el curso con videos o lecturas adicionales.

## Tema 1

La mayoría de las sesiones de este curso están diseñadas para practicar las distintas habilidades que son necesarias para los vendedores, por ende habrá ejercicios (que en adelante se nombrarán prácticas) dentro de las sesiones. Aunque cada práctica persigue un objetivo específico, la finalidad general siempre será que los participantes desarrollen habilidades útiles para la venta.

El tema 1, Escucha activa, está planeado de la siguiente forma:

1. Luego de las presentaciones pertinentes, y antes de comenzar a explicar la teoría del tema, el Facilitador deberá realizar la Práctica 1. El éxito de la práctica radicará en que los participantes no tengan predisposición al tema. Es decir, que no sepan previamente que se hablará en clase sobre la importancia de escuchar.
2. Posteriormente el Facilitador explica la importancia del desarrollo de esta habilidad tan importante. Se procede a mencionar las cinco técnicas de la escucha activa y se prepara para hacer la Práctica 2.
3. El Facilitador da instrucciones de la Práctica 2 y hace una breve reflexión en torno a los resultados obtenidos.
4. Después de explicar la segunda técnica se procede a la Práctica 3.
5. Se repite el proceso de explicación y reflexión para luego llegar a la Práctica 4, la cual implica un resumen grupal al término de la misma.
6. Después se explica la siguiente técnica y se pasa a la Práctica 5.
7. El proceso se repite para la Práctica 6.
8. Al final de las prácticas, el Facilitador debe dar ejemplos y dar un cierre que permita a los participantes comprender la importancia de verdaderamente escuchar al cliente.

*El Facilitador debe investigar sobre algunos recursos adicionales de lectura o videos para los participantes. Pueden hacerse videos sobre algún concepto en específico.*

Las indicaciones de cada una de las prácticas son las siguientes:

### **Práctica 1**

Al principio de la clase el Facilitador pedirá a los participantes que guarden sus lápices o plumas, que cierren sus computadoras y libretas para que no puedan tomar apuntes.

A continuación les pedirá que escuchen con atención el siguiente texto el cual leerá en voz alta sin proyectarlo en la pantalla. Se debe aclarar que no se permiten interrupciones ni preguntas por parte de los participantes. Tampoco se permite que los participantes platiquen entre ellos.

Antes de comenzar le sugiero que realice un pequeño examen de conciencia: ¿Está usted tenso cuando debe visitar a un cliente? ¿Considera la profesión comercial como una necesidad, la última salida o un subempleo?

Si Usted no adopta una postura positiva ante su situación profesional, comienza cometiendo su primer error. Si aun haciendo un esfuerzo de concienciación ve que no disfruta de su trabajo, es posible que se encuentre usted ejerciendo una profesión inadecuada. Existen cientos de ocupaciones en las empresas y cada uno debe encontrar su camino para tratar de ser feliz con su profesión. Por favor:

¡Disfrute su trabajo!

Martínez-Rafael y Martínez, Vilanova (2013) Los cien errores en el proceso de ventas. España: ESIC. ISBN 8473569024, 9788473569026. P 15 y 16.

Al terminar pedirá que los participantes en su libreta o en su computadora traten de reproducir con la mayor precisión posible, y palabra por palabra, el texto que acaba de leer.

Deberá darles suficiente tiempo para que todos terminen, pero no demasiado como para que platiquen entre ellos. Es esperable que haya quejas o reclamaciones, pero el Facilitador deberá mantenerse firme en el ejercicio.

Cuando todos terminen, el Facilitador proyectará el texto en pantalla y pedirá a los participantes que cuenten cuántas palabras coinciden entre el texto que ellos escribieron y el original.

Es esperable que los participantes con el mayor número de coincidencias alcancen 30 palabras correctas sobre las 100 del texto.

El objetivo de esta Práctica es que los participantes, con ayuda del Facilitador, se den cuenta que escuchar es un arte que no todo mundo domina y que para un vendedor es fundamental desarrollar esta habilidad.

### Práctica 2

El Facilitador pedirá a los participantes que vuelvan a cerrar sus cuadernos y computadoras y que escuchen atentamente el siguiente texto. Pedirá que apliquen la técnica de Repetir palabra por palabra en la mente, lo que se leerá.

Muchos piensan que pedirle a un vendedor que sea organizado es como buscar un mirlo blanco; sin embargo, olvidan que el mayor activo del mismo es su tiempo. Ello nos lleva a la necesidad de planificar las citas.

Comencemos por conocer los horarios de los clientes. Este dato debe formar parte de la ficha del cliente; no sólo su horario laboral, sino cuáles son los mejores momentos para visitarlo. Entre nuestros clientes encontraremos todos los casos, desde la madre que lleva a sus niños al colegio antes de comenzar su actividad profesional, al que prefiere dedicar a los proveedores su tiempo extra cuando ha concluido su jornada normal. Los grandes clientes imponen sus horarios.

Martínez-Rafael y Martínez, Vilanova (2013) Los cien errores en el proceso de ventas. España: ESIC. ISBN 8473569024, 9788473569026. P 15 y 16.

Al terminar, el Facilitador pedirá que escriban en su cuaderno o computadora palabra por palabra el texto que acaban de escuchar con la mayor precisión posible.

Cuando los participantes terminen, proyectará el texto y les pedirá contar de nuevo cuántas palabras coinciden entre lo que redactaron y el escrito original. Es esperable que el porcentaje suba respecto al ejercicio inicial.

El objetivo de la Práctica es que los participantes se percaten de cómo pueden retener más información de un mensaje si aplican esta técnica. El texto que se les lee debe ser distinto al anterior.

### Práctica 3

A continuación el Facilitador pedirá a los participantes que cierren sus libretas y computadoras, y les leerá el siguiente texto:

La falsa creencia de muchos comerciales de que ser buen vendedor es una especie de don que Dios concedió a unos cuantos privilegiados, entre los cuales se encuentran ellos, ha llevado a muchos vendedores a descuidar su formación, pues ¿qué les van a decir que ellos no sepan ya?. A pesar de todo, déjeme enunciar como un grave error el dejar de formarnos cada día. En nuestra profesión se ha profundizado en muchos aspectos. Pongamos algunos ejemplos.

- Las técnicas de comunicación
- Las de negociación
- La psicología aplicada
- El marketing
- Entre otras

Y todo ello sin hablar de la formación en los propios productos o servicios que ofrecemos, qué características tienen y qué ventajas aportan a nuestros clientes, así como las fortalezas y debilidades que presentan frente a los de nuestros competidores.

Martínez-Rafael y Martínez, Vilanova (2013) Los cien errores en el proceso de ventas. España: ESIC. ISBN 8473569024, 9788473569026. P 15 y 16.

Al terminar pedirá Refrasear lo que acaban de escuchar con sus propias palabras y les dará tiempo suficiente para que lo hagan. Posteriormente los participantes compararán con un compañero lo que escribieron.

Con este ejercicio los participantes se darán cuenta que cada persona escucha diferente y realizarán una reflexión sobre las coincidencias y diferencias sobre lo que escribieron.

El Facilitador pedirá a algunos participantes que compartan esta reflexión al frente del grupo. La finalidad de esta práctica es que el participante ejercite su habilidad para escuchar activamente a través de esta técnica.

### **Práctica 4**

Ahora el Facilitador pedirá a los participantes que, en base a las notas de los tres ejercicios anteriores, hagan un Resumen de los puntos más importantes de los textos leídos en clase.

El Facilitador dará suficiente tiempo para que lo hagan, al terminar pedirá a un participante que pase al frente a compartir los puntos que él resumió, luego habrá una discusión con el resto de la clase para llegar a un resumen grupal.

El objetivo es mostrarle al participante que la capacidad de resumir los puntos más importantes de una conversación al final de la misma, es muy importante para cualquier vendedor. Gracias a esta habilidad es posible recapitular los puntos más relevantes y no dejar elementos al aire dentro de una entrevista de ventas.

### **Práctica 5**

El Facilitador pedirá a los participantes que recuerden a alguna persona que consideren interrumpe mucho a los demás y que evalúen la imagen que esta persona proyecta.

Luego de la reflexión individual, el Facilitador pedirá a un participante que comparta su reflexión.

El objetivo es demostrar la necesidad de respetar la forma en que el cliente se comunique y darle oportunidad de que termine de hablar.

### **Práctica 6**

El Facilitador pedirá que los participantes guarden silencio el mayor tiempo posible. Es normal que

## Tema 1

alguien no lo soporte y rompa el silencio, inclusive que haga algún comentario fuera de lugar. El Facilitador contará el tiempo para demostrar lo difícil que es a veces tolerar el silencio del cliente. El Facilitador realizará una reflexión sobre lo importante que es tolerar el silencio del cliente.

Por último, en la Actividad es necesario hacer la reflexión con los participantes sobre cómo cuando una persona conoce sobre un tema o bien le interesa, no es necesario prestar demasiada atención para escuchar adecuadamente, sin embargo, cuando le persona no conoce o no le gusta el tema en cuestión, deberá apoyarse en las técnicas de escucha activa. Esto ocurre en muchas ocasiones dentro del proceso de venta.

Es importante propiciar que el participante practique las habilidades.

## Tema 2

Al igual que en el tema anterior, en esta sesión se llevarán a cabo varias prácticas donde el Facilitador tendrá que dirigir a los participantes. El orden del tema queda de la siguiente manera:

1. Previo a la clase el Facilitador debe imprimir las palabras que se ocupan para llevar a cabo la Práctica 5.
2. Al inicio de la clase el Facilitador implementa la Práctica 1 con la ayuda de un proyector y un equipo de cómputo. Al terminar hace una breve introducción al tema y empieza a explicar la importancia del lenguaje no verbal.
  3. Después se realiza la Práctica 2 con su posterior reflexión.
  4. Se repite el proceso para la Práctica 3.
  5. Cuando se ha terminado de revisar el siguiente punto, se procederá a llevar a cabo la Práctica 4. Al finalizar se hace una breve reflexión.
6. Posteriormente, el Facilitador dividirá al grupo para hacer la Práctica 5. Para llevarla a cabo repartirá las tarjetas con las palabras impresas o escritas que se pidieron previamente.
7. Al final de la Práctica 5 hará una reflexión final.

A continuación se muestran los pasos específicos de cada una de las prácticas:

### Práctica 1

Al inicio de la clase el Facilitador pedirá a los participantes que analicen las siguientes fotos en orden sucesivo, una por una. Para cada foto el participante tendrá que describir en un párrafo el tipo de persona que es y el estado de ánimo que refleja en la fotografía.



Al terminar con la primera imagen el Facilitador realizará la primera parte de la explicación.

### Práctica 2

Enseguida se presenta la segunda imagen y se pide al participante que escriba un párrafo sobre el tipo de persona y su estado de ánimo.



### Práctica 3

Enseguida se presentará la tercera imagen y se le pedirá al participante que escriba un párrafo sobre el tipo de persona y su estado de ánimo.



#### **Práctica 4**

El Facilitador pedirá que en parejas describan en un renglón el tipo de persona y el estado de ánimo que se muestra en cada imagen.





www.shutterstock.com · 124024732



www.shutterstock.com · 154278116



www.shutterstock.com · 57926602





www.shutterstock.com · 180329147

### Práctica 5: Caras y gestos

A continuación propondrá realizar otra actividad para desarrollar la habilidad de mirar activamente: Caras y gestos.

El Facilitador divide al grupo en dos, se eligen a dos capitanes y cada uno irá seleccionando a un compañero que formará parte de su equipo, esto con la intención de hacer más dinámico el juego.

El Facilitador tendrá 20 tarjetas que contengan los siguientes estados de ánimo.

Dominio	Desinterés
Poder	Desconfianza,
Autoridad	Reserva
Nervioso	Deshonestidad
Sumiso,	Indecisión
Aprehensivo	Incertidumbre
Desacuerdo	Evaluación
Enojo	Cooperación
Escepticismo	Confianza
Aburrimiento	Honestidad

El capitán nombra a un integrante del equipo que pase a escoger una tarjeta, éste deberá expresar el estado de ánimo que aparezca en ella tratando de que su equipo lo adivine en menos de un minuto. Si el equipo adivina, gana un punto. A continuación pasará un miembro elegido por el capitán del otro equipo y así sucesivamente hasta que el Facilitador juzgue conveniente.

El objetivo es que los participantes practiquen la habilidad de detectar los estados de ánimo de un posible cliente. Por ende, es posible que el Facilitador establezca otros parámetros para el ejercicio según considere conveniente para el cumplimiento del objetivo.

Siguiendo el mismo modelo de los temas anteriores, en el presente tema se inicia con una Práctica, por lo que la dinámica de la clase sería la siguiente:

1. Previo a la sesión, el Facilitador debe guardar en una memoria usb el Indicador de Preferencia de Lenguaje Neurolingüístico el cual se encuentra entre los documentos que se le proporcionarán. De igual manera, puede pedir a los participantes que lo impriman si así lo considera necesario.
2. Al iniciar la sesión, el Facilitador proyectará el Indicador al frente del salón, o bien que respondan las copias que llevaron impresas.
3. Entre las instrucciones debe dejar en claro la importancia de que se responda el Indicador con la mayor seriedad posible.
4. Luego del Indicador se hace una breve reflexión.
5. Se procede a la explicación del tema.
6. Posteriormente se proyecta el video para la Práctica 2.
7. Continúa la explicación y después se hace la Práctica.
8. Se aborda el tema del comando de acción.
9. Por último se da cierre al tema.

Enseguida se muestran las instrucciones de cada una de las Prácticas.

### Práctica 1

Al iniciar la clase y después del contexto, el Facilitador pedirá a los participantes que contesten el Indicador de Preferencia de Lenguaje Neurolingüístico de la manera más honesta posible. Para ello proyectará las preguntas o les pedirá que previamente impriman el Test y lo lleven al salón de clases.

El Facilitador debe recalcar que no es un juego, pues les convendrá ser muy honestos con sus respuestas ya que gracias a él podrán identificar cuál es su preferencia neurolingüística.

Al terminar todos los participantes, el Facilitador les solicitará que calculen su puntaje proyectando en la pantalla la hoja de puntajes con la finalidad de darse cuenta cuál es su preferencia neurolingüística. Posteriormente pedirá a los participantes que comuniquen cuál fue su resultado, uno por uno frente a todo el grupo.

**La clave para que la Práctica sea exitosa es reiterarle a los participantes que deben ser lo más honestos y precisos posibles en torno a las respuestas que den en el indicador. Conocer su preferencia les facilitará comprender la importancia de la neurolingüística en la venta.**

### Práctica 2

El Facilitador proyecta un fragmento de un video en el que una persona hable durante tres minutos sin interrupciones, el objetivo es que los participantes puedan identificar individualmente en su cuaderno cuál es la preferencia neurolingüística de quien está hablando.

Para ello deben prestar mucha atención a las palabras que utiliza la persona y hacer una clasificación de las mismas. Tomando en cuenta el tipo de verbos y palabras que más se repitan, podrá establecerse tentativamente la preferencia neurolingüística.

Se sugiere el siguiente fragmento de video, en él un comediante mexicano habla sin interrupciones durante aproximadamente tres minutos. El tema sobre el que habla no está tan relacionado con el curso, sin embargo ofrece una oportunidad a los participantes de ver un material con lenguaje coloquial al cual podrían enfrentarse en las ventas:

<https://www.youtube.com/watch?v=QgdUq9MgfcQ> Desde el minuto 9:00 hasta el minuto 11:56.

Comentario: por eso se dejó el comentario siguiente para el impartidor de la clase, tratando de hacer que ellos también busquen o graben videos que permitan continuar con la práctica.

De igual manera, si el Facilitador considera que el video no le es útil puede elegir un fragmento de una entrevista con otro personajes que le parezca más adecuado o bien cualquier otro video. Los únicos requerimientos son que durante el video la persona no sea interrumpida y que el Facilitador establezca cuál es su tipo de preferencia según las palabras y verbos que use.

Luego de la proyección del video el Facilitador pedirá al grupo que decidan en conjunto cuál es la preferencia mostrada por el personaje. Después de llegar a un consenso, compartirá el conteo de las palabras que hizo previamente.

En el caso del video sugerido se considera que la preferencia del comediante es auditiva, ya que las muletillas y palabras que usa denotan la necesidad de hablar o comunicar con palabras.

Posteriormente el Facilitador hará una reflexión señalando que es muy complicado establecer la preferencia neurolingüística de las personas con tan poco tiempo, pero que es una habilidad que el vendedor puede desarrollar a través de la práctica.

### Práctica 3

El Facilitador reunirá en parejas a los participantes, una vez agrupados cada uno de ellos dirá tres cosas que sean verdad y otras tres que sean mentira, pero mezclando las afirmaciones ciertas y falsas para que no sea fácil adivinar cuál es cuál.

La idea es que el participante que escucha, mediante la aplicación de la neurolingüística, determine cuáles son las afirmaciones verdaderas y cuales las falsas. Ganará quien detecte más mentiras.

Para que la práctica se realice correctamente, los participantes deben decir mentiras creíbles.

Al final el Facilitador elegirá un equipo al azar, les preguntará sobre la Práctica y cuáles herramientas de la neurolingüística usaron para determinar si lo que su compañero dijo era verdadero o bien, era falso.

## Tema 3

### Actividad:

Si el participante no encuentra información suficiente dentro de la página de Brian Tracy, puede recomendarse que busque sobre otro curso de ventas confiable.

## Tema 4

En este tema se incluye una Práctica que se realizará luego de la explicación del Facilitador. Sin embargo para que tenga el efecto buscado, es necesario que los participantes lean previamente el capítulo 6 del libro de texto.

Se planea que la sesión del tema 4 se realice de la siguiente manera:

1. Previo a la clase los participantes deben leer el capítulo 6 del libro. El Facilitador deberá recordarles la importancia de esta lectura para el desarrollo de la sesión.
2. De igual manera tendrá que pedirles que lleven el libro de texto a la sesión, ya que lo usarán para resolver un caso.
3. En este tema no hay una Práctica inicial, por lo que el Facilitador podrá iniciar la sesión con dudas sobre la lectura del capítulo, con una explicación en torno al mismo o si lo desea con un control de lectura.
4. Al terminar con la explicación, el Facilitador hará equipos de tres integrantes para que hagan la Práctica 1.
5. Luego de la Práctica, el Facilitador pedirá que compartan la solución que dieron al caso y hará una reflexión final.

Las instrucciones de la Práctica correspondiente al tema 4, son las siguientes:

### Práctica 1

El Facilitador dividirá el grupo en equipos de tres personas o, según el grupo, de los participantes que considere más adecuado. Todos deberán haber leído previamente el capítulo 5 del libro de texto, de otra manera será complicado que puedan llevar a cabo la actividad.

Se pedirá que los participantes respondan **el caso Comcast**, para ello deberán tomar notas y contestar las tres preguntas que se plantean al final del mismo. Cuando todos los equipos hayan resuelto el caso, el Facilitador hará una reflexión plenaria en torno al mismo y pedirá que varios representantes de equipos compartan la solución a la que llegaron.

En este tema habrá tres Prácticas y para una de ellas es necesario que los participantes lleven el libro de texto, por ende el Facilitador habrá de advertirles previamente.

Se plantea que la sesión sea como sigue:

1. Previo a la sesión el Facilitador debe pedir a los participantes que lleven el libro de texto, pues resolverán un caso presentado en él. De la misma forma él debe llevar el contenido del disco multimedia, pues necesitan ver un video.
2. Al inicio de la clase el Facilitador divide el grupo en parejas y realiza la Práctica 1. En ella se busca que se adivinen un producto.
3. Se procede a la explicación del tema y, después de la técnica SPIN, se lleva a cabo la Práctica 2, en la cual usarán el libro de texto.
4. El Facilitador hace una reflexión sobre la Práctica y continúa la explicación del resto de los temas.
5. En el tema de la comunicación verbal se lleva a cabo la Práctica 3.
6. Algunos participantes comparten lo que escribieron con el resto del grupo y, con la guía del Facilitador, se llega a una reflexión grupal.
7. Se continúa con la última parte de la clase.
8. Se proyectará el video de Kevin Spacey y se hará un breve comentario en torno a la habilidad del vendedor de manejar la voz.
9. Se explica la última parte de la clase.

Las instrucciones de cada Práctica se muestran a continuación:

### Práctica 1

Al inicio de la clase el Facilitador divide al grupo en parejas y pedirá que todos piensen en un producto que necesiten comprar. Deben definir con claridad, la marca, el modelo, el precio, características, funcionalidades, cuándo lo comprarían y hasta la tienda en donde lo comprarían. Escribirán sus respuestas en un cuaderno sin mostrárselas o comentárselas a nadie. Si comunican esa información o dan pistas, no se cumplirá el objetivo de la Práctica.

El propósito del juego es adivinar qué producto quiere el compañero antes de que su pareja adivine el suyo. La forma de adivinar el producto que escogieron es a través de 20 preguntas cuyas respuestas sólo pueden ser sí o no.

Los equipos elegirán quién inicia a preguntar y quién debe responder. Una vez que concluya adivinando o rindiéndose para preguntar sobre el producto de la otra persona, deberán invertir los papeles y será el turno de la otra persona.

El ejercicio tiene un máximo de 20 preguntas por persona y gana el que adivine el producto del compañero, con el mayor detalle y el menor número de preguntas.

El tema de **Manejo de objeciones** está planteado para que el participante pueda practicar el manejo de objeciones a través de la Práctica 1 y reforzarlo durante la Práctica 2. Para desarrollar adecuadamente este tema es necesario iniciar con la Práctica 1, en ella los participantes pondrán en práctica el manejo de las objeciones en base a un breve caso real.

Las ligas a los videos que se agregan pueden modificarse, por lo que es responsabilidad del Facilitador monitorearlas y sugerir otras en dado caso que no estén disponibles o bien, si considera que los ejemplos sugeridos no son adecuados para las necesidades de su grupo.

Ahora bien, aquí se incluyen las indicaciones para ambas Prácticas:

### Práctica 1

El Facilitador divide al grupo en dos para realizar esta Práctica, la cual consta en la venta de un boleto para un sorteo educativo. Debe leer el siguiente texto a los participantes, además proporcionárselos ya sea de manera impresa o bien proyectarlo al frente:

El Sorteo TEC es un sorteo creado desde 1947 cuyo objetivo es apoyar la educación privada superior en México. Actualmente emite 330,000 boletos cuyo costo unitario es de \$900.

Las ganancias obtenidas con el sorteo son destinadas a la construcción de aulas, laboratorios, proyectos de investigación y otorgamiento de becas a estudiantes del Tecnológico de Monterrey, Universidad TecMilenio y la Escuela de Medicina y Ciencias de la Salud.

Los tres principales premios que ofrece son los siguientes:

1. Residencia en Monterrey con valor de 28 millones de pesos.
2. Residencia en Jalisco con valor de 6 millones.
3. Elección entre departamento en Los Cabos o en Nuevo Vallarta con un valor de 4 millones.

Los premios restantes incluyen otras residencias, viajes y 200 automóviles, los cual da un total aproximado de 79 millones de pesos en premios.

Existen otros sorteos del mismo corte en diferentes ciudades, como el de la Universidad de las Américas en Puebla, la Universidad Anáhuac en el Distrito Federal, además de la Lotería Nacional. Todos estos sorteos son más económicos que el Sorteo TEC, incluso éste mismo cuenta con otros sorteos que se realizan con boletos sustancialmente más económicos.

Después de que todos conozcan el caso el Facilitador explicará en qué consiste la Práctica:

- Una mitad del grupo, según lo considere el Facilitador, asumirá el rol de los compradores objetadores. Ellos se reunirán por 10 minutos para hacer una lista de todas las posibles razones que una persona podría tener para no comprar el boleto.
- La otra mitad del grupo será la de los vendedores de boletos de Sorteo TEC, se reunirán la misma cantidad de tiempo para anticipar las negativas a las que se podrían enfrentar y harán una lista de argumentos que permitan neutralizar las objeciones.

## Tema 6

- Cada equipo decidirá el orden en que sus integrantes pasarán al frente del grupo.
- El Facilitador decidirá si 10 minutos es suficiente o los equipos necesitan más tiempo para hacer sus listas. Luego dará pie para que el primer participante pase.
- El primer objetador dirá una posible objeción para no comprar boleto del sorteo y el vendedor en turno tratará de neutralizarla con argumentos.
- Esto se repite hasta que los dos grupos terminen o hasta que el Facilitador considere conveniente.
- El Facilitador será el juez del ejercicio y asignará un punto al equipo vendedor si se neutraliza la objeción, y si no la neutraliza el punto será dado al equipo comprador.
- El Facilitador decidirá cuál incentivo otorgar al equipo que gane.

**NOTA:** Es conveniente mantener un registro de las objeciones y argumentos de los vendedores, pues esto podría ayudar al Facilitador a hacer una reflexión al final del tema.

### Práctica 2

Para el desarrollo de esta Práctica es necesario que el Facilitador guíe a los participantes a entender y clasificar cuáles fueron las objeciones que se usaron en la Práctica 1 así como los argumentos utilizados para contrarrestarlas.

## Tema 7

Luego de leer cada una de las explicaciones sobre los distintos tipos de cierre, escribe uno de cada uno para convencer a tu Facilitador de que no aplique un examen final. Luego compártelo con el resto del grupo según lo que él señale.

## Tema 8

La Práctica donde los participantes juegan frente al grupo (Práctica 1) el papel de un vendedor y un comprador, debe hacerse en la primera sesión de la semana, de esta manera habrá tiempo para que en la segunda sesión se puedan observar y criticar positivamente los videos de los participantes. En dado caso que el Facilitador considere que no hay tiempo suficiente para la realización de la grabación, deberá proponer a los participantes alguna opción que sea más adecuada.

### Práctica 1

En esta Práctica el Facilitador necesita tener una preparación previa, pues ocupará llevar impresas una serie de tarjetas que se proporcionan a continuación. Todas incluyen conceptos vistos en los primeros 7 temas del curso.

Técnicas de escucha activa

Repetir	Refrasear
Resumir	Respetar
Reservar el silencio	

Lecturas de comunicación no verbal

Lectura de dominio, poder o autoridad	Lectura de nervios, sumiso o aprehensivo
Lectura de desacuerdo, enojo y escepticismo	Lectura de aburrimiento y desinterés
Lectura de desconfianza, reserva o deshonestidad	Lectura de indecisión o incertidumbre
Lectura de evaluación	Lectura de cooperación, confianza y honestidad

Preferencias neurolingüísticas

Visual	Auditiva
Kinética	Abstracta

Estilos sociales

Analítico	Conductor
Afable o amable	Expresivo



Objeciones comunes

Objeciones relacionadas con las necesidades: <ul style="list-style-type: none"> <li>• No necesito el producto o servicio</li> <li>• Nunca antes lo hice de esa manera</li> </ul>
Objeciones relacionadas con el producto: <ul style="list-style-type: none"> <li>• No me gustan las características del servicio o producto</li> <li>• No comprendo</li> <li>• Necesito más información</li> </ul>
Objeciones relacionadas con la fuente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• No me gusta su compañía</li> <li>• Usted no me simpatiza</li> </ul>
Objeciones relacionadas con el precio: <ul style="list-style-type: none"> <li>• No tengo dinero</li> <li>• El valor no es mayor que el costo</li> </ul>
Objeciones relacionadas con el tiempo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoy no estoy interesado</li> <li>• Necesito tiempo para pensarlo</li> </ul>

Técnicas de manejo de objeciones

Negativa directa
Negativa indirecta
De compensación Sentir, sintió, encontró
Boomerang
Dejar pasar
Posponer

Técnicas de cierre

1. Cierre por conclusión	2. Doble alternativa	3. Amarre	4. Amarre invertido
5. Puercoespín	6. Cierre envolvente	7. Cierre por equivocación	8. Cierre por compromiso
9. Cierre por proceso de eliminación	10. Cierre rebote	11. Teoría del silencio en el cierre	12. Benjamín Franklin

Pasos para la Práctica:

Paso 1

El Facilitador seleccionará, o pedirá la ayuda de, dos participantes para simular una entrevista de ventas. Uno de los participantes jugará el rol de vendedor y el otro será un comprador.

Se sugiere que la selección de los participantes sea de alguna forma atractiva y dinámica (un sorteo, papeles con número de lista, etc.). El Facilitador debe indicar a los participantes que deberán interpretar su rol lo más comprometidos y lo más realista posible, no es válido “poner trampas” a sus compañeros cambiando de papeles o inventando excusas al aire. Se trata de una práctica formal y debe tomarse seriamente.

Para simular la venta se utilizará el caso de la venta de casas usado en el tema anterior. Quizá sea recomendable que el Facilitador vuelva a comentar o leer el caso:

Supón que eres parte de la fuerza de ventas de una compañía que ofrece casas de interés social. Estas casas normalmente cuestan entre 200 y 300 mil pesos y van dirigidas al mercado medio - bajo, el cual incluye a empleados y trabajadores que han completado sus puntos del INFONAVIT.

Toma en cuenta que la decisión de comprar una casa normalmente se toma en pareja e influyen en el proceso factores como la ubicación del fraccionamiento, el equipamiento del mismo (plazas y parques) y el modelo de casa.

Ahora bien, el fraccionamiento que estás vendiendo tiene el problema de estar distante de escuelas y centros comerciales, y a algunas parejas no les gusta la casa tipo apartamento que ha sido diseñada en este desarrollo.

Los compradores normalmente aspiran a una casa mejor y algunos de ellos, al no completar los puntos para comprar casas de mayor costo, tienden a posponer la decisión.

Por otra parte, en este fraccionamiento se promueven las visitas a través de invitaciones directas y aproximadamente uno de cada tres clientes cierran la compra, pero el gerente de ventas quiere aumentar la cifra a dos de cada tres.

### Paso 2

El Facilitador, con las tarjetas impresas previamente, dará a escoger al comprador una opción de cada una de las categorías, una de las técnicas de escucha activa, otra de las lecturas de comunicación verbal, otra de los estilos sociales y así sucesivamente. Ese conjunto de características le dará el papel que debe interpretar en la Práctica.

Por ejemplo, al seleccionar las cartas puede resultar que es un desinteresado, visual, amable y que no tiene tiempo. Otra posible combinación sería verbal, conductor, deshonesto y no tiene dinero. Podrán surgir múltiples combinaciones de compradores.

Es importante que el vendedor no sepa cuáles opciones eligió el compañero, así no estará preparado a lo que se enfrentará.

NOTA: la única categoría de la cual no elegirá, será de las técnicas de manejo de objeciones y las técnicas de cierre.

### Paso 3

El vendedor, por otra parte, elegirá dos tarjetas de cada una de las categorías restantes: manejo de objeciones y técnicas de cierre. Éstas serán las opciones que podrá usar durante la venta, aunque no es necesario que las aplique obligatoriamente, ya que tiene mayor libertad para convencer al cliente.

Además tendrá que pasar por las etapas de la entrevista de ventas:

- Entrada
- Acercamiento
- Detección de necesidades
- Argumentación
- Manejo de objeciones
- Cierre

También buscará identificar el tipo de comprador al que enfrenta y adaptarse a su estilo.

### Paso 4

El juego de roles se conducirá frente a la clase, en él la labor del vendedor consistirá en tratar de vender la casa de interés social al comprador, valiéndose de las técnicas vistas a lo largo del curso. Por su parte, el comprador interpretará el papel que obtuvo en la elección de tarjetas, objetando, argumentando o negándose.

Mientras tanto, el resto de los participantes del grupo deberán analizar la entrevista y tomar notas, de acuerdo a los contenidos vistos en clase, para retroalimentar a los dos voluntarios.

El juego de roles durará hasta que se concrete la venta o bien, hasta que el Facilitador considere adecuado. De hecho, es recomendable que éste participe cuando amerite una intervención correctiva o de orientación en el proceso.

### Paso 5

Al terminar el juego de roles el comprador muestra al vendedor las tarjetas que seleccionó y da una retroalimentación sobre su desempeño. Enseguida, todo el grupo que presencié la representación dará su opinión crítica y constructiva al vendedor.

Posteriormente el propio vendedor hará una reflexión sobre su desempeño en la entrevista de ventas especificando áreas de mejora particulares.

El Facilitador da su opinión final tratando de generar un cierre que ayude a los participantes a entender cómo usar todas las habilidades que ha visto en el curso. Si el tiempo es suficiente, y si el Facilitador lo considera oportuno, puede repetir la Práctica con otros participantes.

## Tema 8

### Instrucciones para la actividad de microventa

La actividad requiere de una organización previa por parte del Facilitador, se sugiere que de acuerdo a la lista del grupo se asignen los roles de comprador y vendedor sucesivamente, es decir, el primer participante de la lista le venderá al segundo, el segundo al tercero, el tercero al cuarto, así hasta llegar al último participante que le venderá al primero.

Esto con la finalidad de que sea más difícil para los participantes ponerse de acuerdo sobre el resultado de la simulación de venta y así poder hacer un ranking de los vendedores.

Los participantes tendrán que ponerse de acuerdo para llevar a cabo las dos entrevistas con quien les haya tocado antes de la segunda sesión y deberán grabar en video a quién asuma el rol del vendedor en una toma de medio cuerpo.

El Facilitador pedirá a los participantes que lleven los videos para la segunda sesión de la semana, pues los presentarán frente al grupo para ser criticados de manera constructiva y para saber cómo aplicaron cada uno de los temas del curso vistos hasta el momento.

El participante que consiga vender el equipo de cómputo al precio más alto será el ganador de esta simulación, el Facilitador realizará un ranking de vendedores según el precio que obtuvieron y analizará qué hicieron para alcanzar esta negociación.

## Tema 9

### Práctica 1

En la Práctica 1 es su labor dar seguimiento a la bitácora de tiempo que realizará el participante, esta no será evaluable pero le ayudará a entender la importancia del adecuado manejo del tiempo. Puede sugerir otro formato o dar consejos alrededor del cumplimiento de las actividades planeadas.

### Actividad

Para la actividad debe comentar a los participantes que es importante evitar conflictos con las tiendas, por lo que si surge algún inconveniente deberán comentar que la observación la hacen para una tarea.

## Tema 10

A lo largo de este tema se dan consejos generales sobre las presentaciones de ventas, se habla de elementos como gráficas, videos y otros apoyos audiovisuales para una presentación, además se muestran ejemplos de gurús de las presentaciones y cómo ellos usan herramientas para atrapar la atención del cliente. Sin embargo, será en el siguiente tema donde se aborde a profundidad la estructura de una presentación de ventas propiamente.

Por lo tanto se debe recordar al participante que si surge una duda, piense que lo que ha visto en el tema le servirá más adelante.

Es necesario que le recuerde a los participantes que deben observar los videos y ejemplos proporcionados en los recursos de apoyo del curso.

### Práctica 1

Para la práctica el Facilitador debe elegir dos de las opciones sugeridas, además debe asegurarse que los videos propuestos sigan disponibles, si no es así entonces es su obligación mostrar otros que haya encontrado.

### Actividad

En el desarrollo de la actividad es necesario que le recuerde a los participantes que deben observar los videos y ejemplos proporcionados en los recursos de apoyo del curso. Al final de la actividad, se debe invitar a los participantes a ser objetivos y describir las características que observan en cada una de las presentaciones para considerarla la mejor. El Facilitador contabilizará los votos y comunicará al grupo quién es el ganador, los cuales recibirán un incentivo.

## Tema 11

### Actividad

La actividad del tema está dividida en dos partes, la primera se hará fuera del salón de clases, pero la segunda implica la participación del Facilitador y el resto del grupo, por ende se llevará a cabo dentro del salón.

Para llevarla a cabo es necesario hacer equipos de seis personas, cada uno de ellos deberá tomar el papel que le corresponda para que la actividad se desarrolle adecuadamente. De igual manera es importante que se les instruya y recuerde que su participación es vital.

En la primera parte de la actividad los participantes harán presentaciones en PowerPoint tomando en cuenta lo que vieron en el tema de Apoyos de ventas, además grabarán una simulación en torno al caso.

Durante la segunda parte presentarán el video, además mencionarán y explicarán a detalle la respuesta a la que llegaron. Es importante que el Facilitador dé retroalimentación tanto a los

## Tema 11

vendedores como a los compradores, enfocándose en las razones por las que se compró o no, dando una opinión de las presentaciones y externando indicaciones sobre las áreas de oportunidad que pueden mejorarse. Asimismo debe propiciar la participación del resto de los participantes, orientando a una crítica constructiva.

## Tema 12

Como parte de la explicación es necesario que el Facilitador lleve ejemplos físicos de los tipos de folletos de los que se habla, de esta manera los participantes podrán tener la oportunidad de manipularlos y constatar en vivo las cualidades de las que se habla.

### Práctica 1

La Práctica 1 debe llevarse a cabo antes de la explicación del tema, de esta manera los participantes podrán analizarlo sin tener conocimientos que sesguen su juicio sobre el folleto. Se debe proyectar el ejemplo para que todos tengan oportunidad de verlo.

### Práctica 2

Promueva la reflexión de la pregunta planteada en la Práctica 2, quizá sea buena idea volver a proyectar el ejemplo de tríptico.

### Práctica 3

Debe proveer de hojas tamaño carta para que los participantes puedan realizar la Práctica 3.

## Tema 13

### Práctica 1

Probablemente los participantes realizarán scripts largos y de toda la llamada, sin embargo se les debe decir, al final de la práctica, que el mejor script sólo maneja la apertura de la llamada, no el cuerpo de la misma.

### Práctica 2

Se sugiere que delimite el tiempo a dedicar en la práctica, así como establecer si se puede hacer en el salón o bien fuera del mismo.

### Actividad

## Tema 13

En este caso es responsabilidad del Facilitador crear la base de datos de los contactos. Probablemente se presentarán casos donde los participantes no deseen compartir esta información, por lo tanto debe comentarse que el objetivo de la actividad es practicar llamando a personas que no conocen, pero sin molestar a individuos que no tengan relación con los miembros del grupo. Debe repartir a cada participante cinco contactos que no sean suyos.

Puede generar alternativas si no se logra reunir el total de contactos.

## Tema 14

La actividad del tema será la de mystery shopper, por lo tanto los participantes necesitan tener una idea clara de en qué consiste esta metodología.

## Tema 15

En este tema no se pide actividad evaluable, pues se presentará y entregará la evidencia final del curso. No obstante es necesario que el Facilitador haga una reflexión seria y profunda de todas las implicaciones éticas que conlleva la actividad del vendedor. Puede ser que a través de un caso real el Facilitador ejemplifique cómo es posible que los vendedores puedan caer en malas prácticas y, más importante aún, deberá mencionar cómo pueden evitarse.

### Práctica 1

Es importante que los participantes identifiquen el ser, el deber ser y las acciones para evitar caer en malas prácticas, no obstante, será más enriquecedor generar un código de ética del vendedor en base de todas estas situaciones identificadas.

### Práctica 2

La segunda práctica es individual y da pie a que el Facilitador dé un cierre al curso, antes de la presentación de evidencias.