



6

MARZO

VENDER A
TRAVÉS DE LAS
EMOCIONES

10.00 horas



**GENERALITAT
VALENCIANA**

IVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Marketing Emocional

(Para emprendedores)



Yolanda Pérez
Lda. y Dra. en Psicología
Experta en habilidades y competencias profesionales

Bloque I. La comunicación y las emociones en el proceso de venta

- El lenguaje de las palabras
- Comunicación verbal, no verbal y para-verbal
- Cómo atraer al cliente
- “El buen vendedor” y el comportamiento del consumidor (psicología del cliente)
- La influencia de la emociones en el proceso de venta

EL LENGUAJE DE LAS PALABRAS



Entre lo que pienso,
Lo que quiero decir,
Lo que creo decir,
Lo que digo,
Lo que quieres oír,
Lo que oyes,
Lo que crees entender,
Lo que quieres entender,
Lo que entiendes....

!!! EXISTEN 9 POSIBILIDADES
DE NO ENTENDERSE !!!

¿Comunicación?



COMUNICACIÓN VERBAL

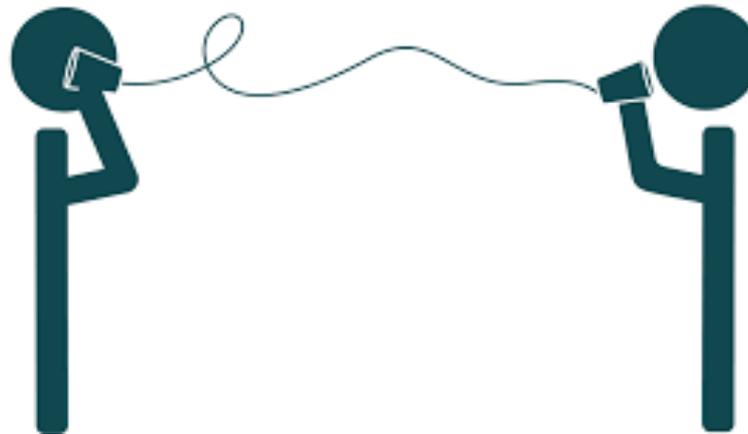
NO VERBAL

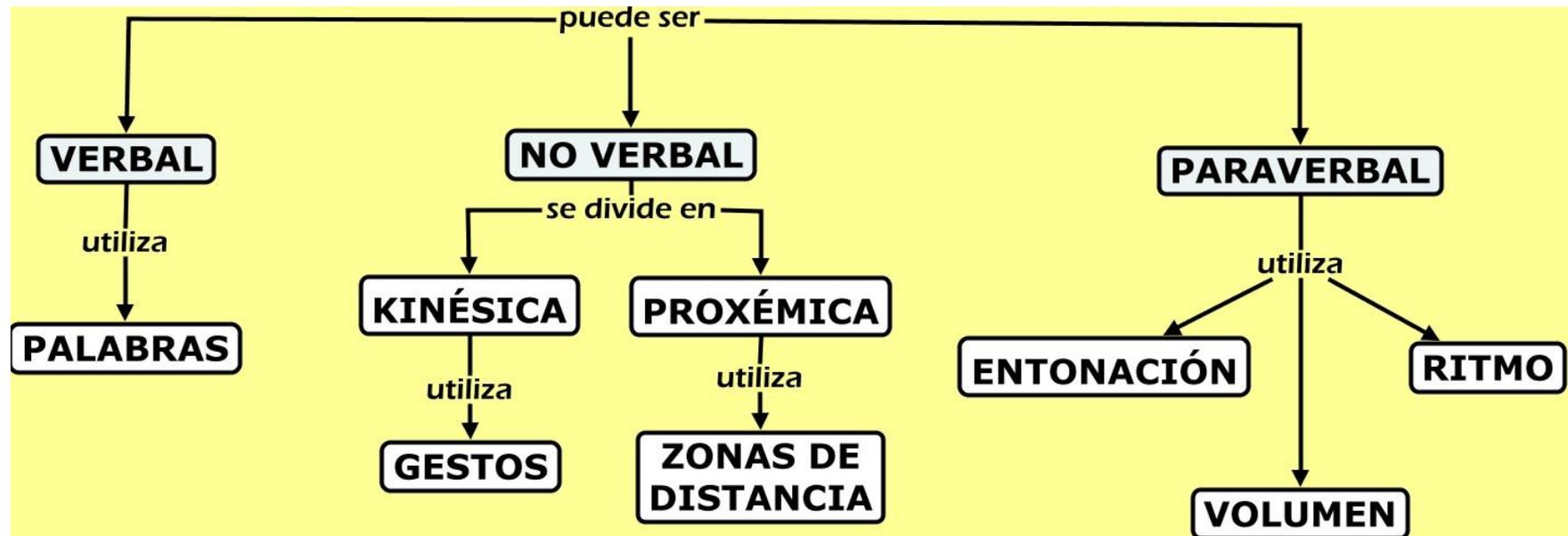
PARAVERBAL



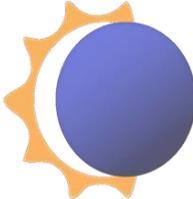
Psicología

empleo



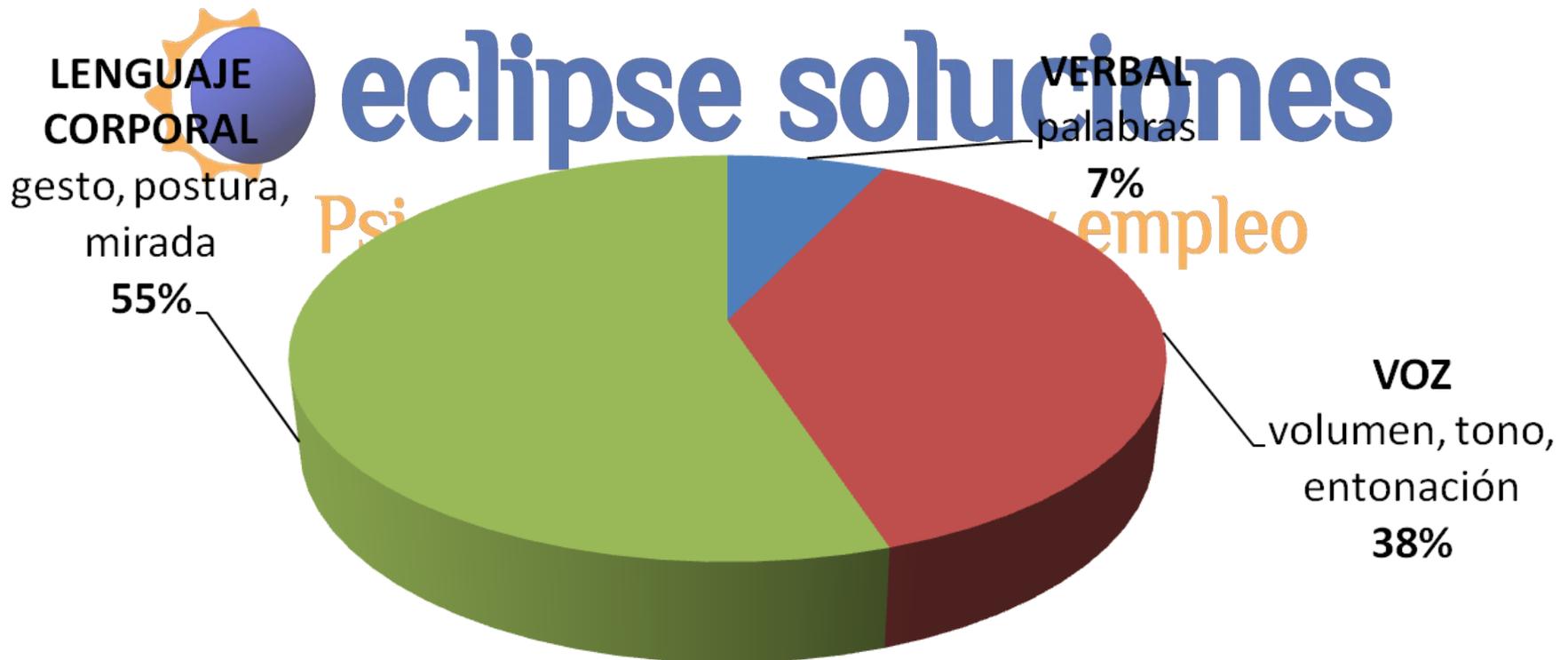


¿Importancia de cada elemento?

 **eclipse soluciones**
Psicología, formación y empleo



Albert Mehrabian – Regla **7-38-55**



- Contenido (QUÉ DICE)
- Humor **eclipse**
- Preguntas
- Respuestas a preguntas



- Expresión facial
- **Mirada**
- Sonrisa
- **Postura**
- Orientación
- **Proxémica**
- Kinésica
- **Apariencia personal**
- Automanipulaciones
- **Movimientos nerviosos**



1. Posición central

2. Como mapa de la presentación

Introducción, desarrollo y conclusiones

3. Como diagrama temporal

Para comparar

4. Como comparación-contraste

5. Como rango de opciones

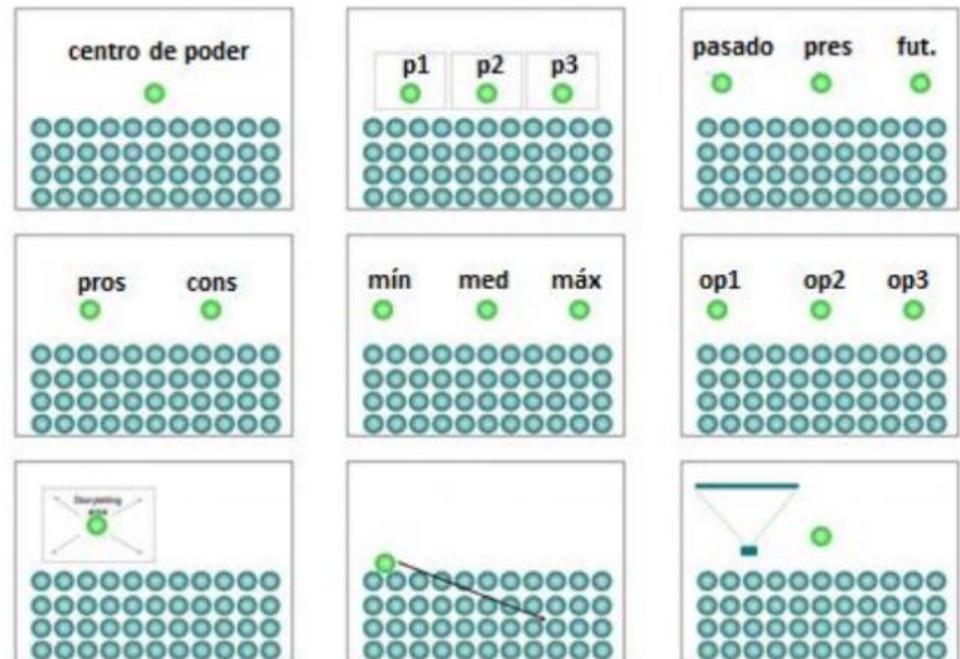
6. Como alternativas

7. Recreando una zona de historias

8. Moviéndote entre la audiencia

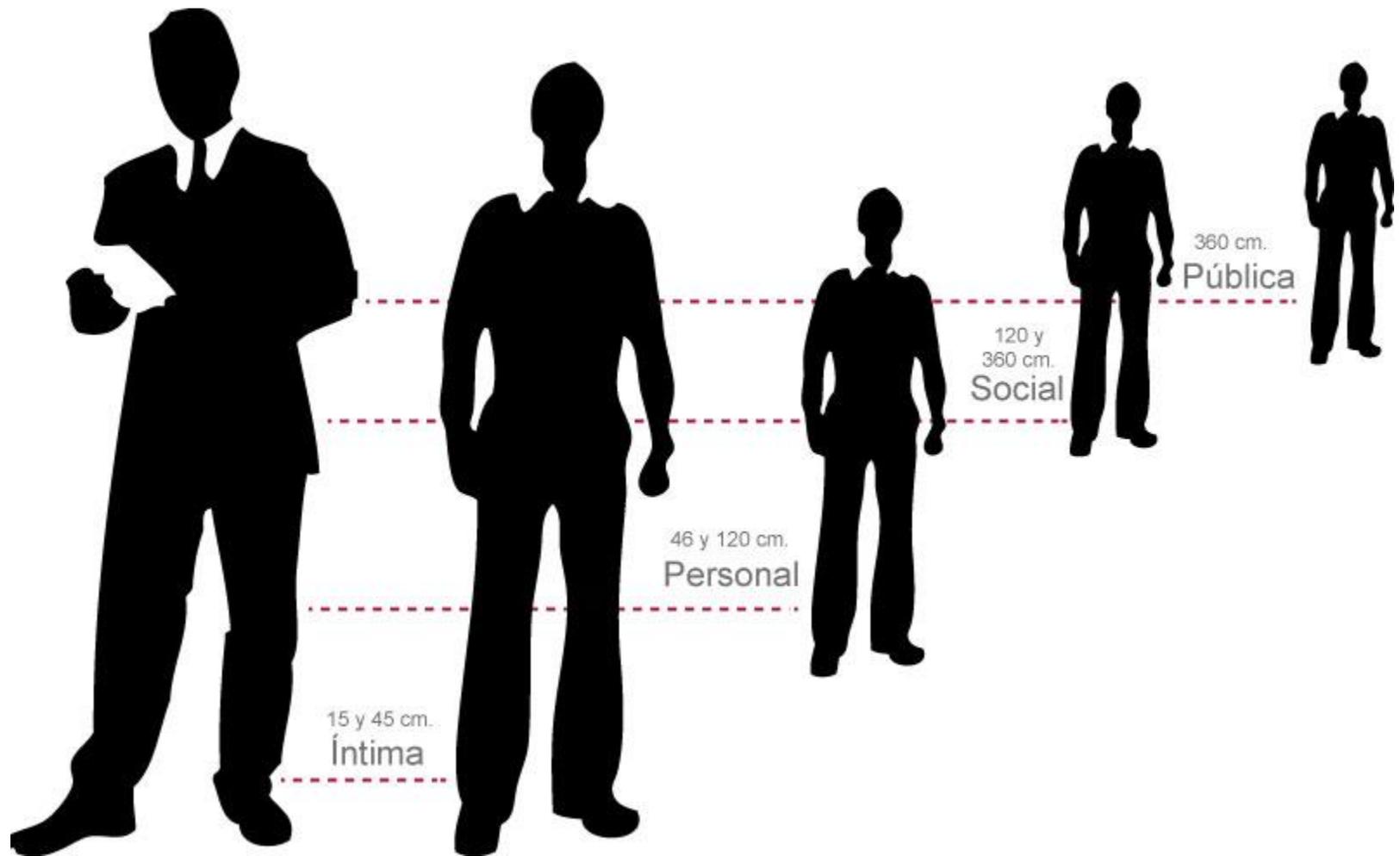
9. Coreografiando un Ballet junto a las transparencias

recorriendo el escenario



- Expresión facial
- **Mirada**
- Sonrisa
- **Postura**
- Orientación
- **Proxémica**
- Kinésica
- **Apariencia personal**
- Automanipulaciones
- **Movimientos nerviosos**

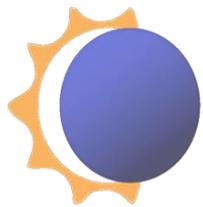




- Expresión facial
- **Mirada**
- Sonrisa
- **Postura**
- Orientación
- **Proxémica**
- **Kinésica**
- **Apariencia personal**
- Automanipulaciones
- **Movimientos nerviosos**



Tiranosaurus Rex



1



res

leo

Cuidado con estas otras



Fuente: Viktor Schmidt School of Presentations. <http://www.viktorpresentation.com/stage/hands/hidsom.html>

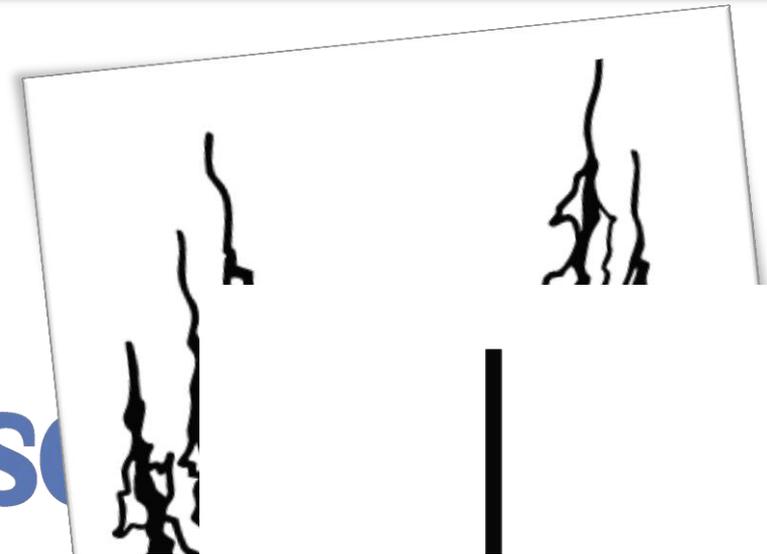
si estamos de pie, sería correcto



Fuente: Viktor Schmidt School of Presentations, <http://www.viktorpresentation.com/stage/hands/usethe1.html>

- Garra o Claw
- Verticales y horizontales
- Fechas
- Números

Psicología, form



ASPECTOS PRÁCTICOS GESTOS

- Evitar el T-Rex
- Gestos específicos sin ruido
- Brazos entre hombros y cintura
- Mantener gestos durante 2-3 s
- Volver posición reposo
- Ambas manos



- Expresión facial
- **Mirada**
- Sonrisa
- **Postura**
- Orientación
- **Proxémica**
- Kinésica
- **Apariencia personal**
- **Automanipulaciones**
- **Movimientos nerviosos**





eclipse soluciones
Psicología, formación y empleo

**Errores típicos
en el movimiento**

- Talonamiento
- Balancín
- Enroscamiento
- Procesionario



- Volumen de la voz
- **Entonación**
- Timbre (sonar de la voz)
- **Fluidez Verbal**
- Claridad
- **Tiempo de habla**
- Pausas/silencios



INHIBIDO

ASERTIVO

AGRESIVO



eclipse soluciones

Psicología, formación y empleo

No le respetan sus derechos

Respetan los derechos del otro

No respeta los derechos del otro

Se aprovechan de él

Puede conseguir sus objetivos

Se aprovecha del otro

No consigue sus objetivos

Se siente frustrado, desgraciado

Se siente bien consigo mismo

Alcanza sus objetivos, a expensas del otro

Deja al otro elegir por él

Elige por sí mismo

Elige por el otro

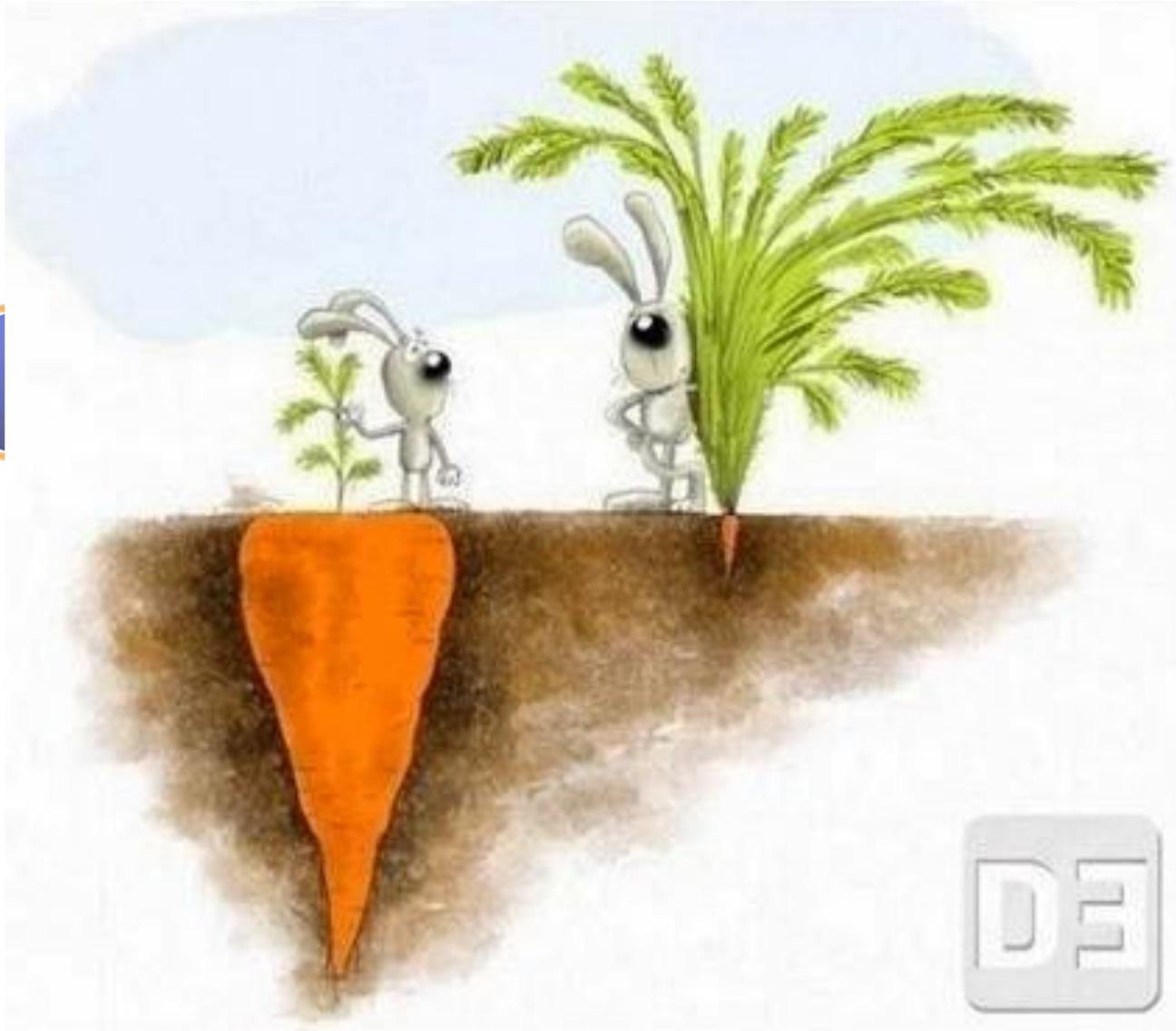
1. Algunas veces, usted tiene derecho a ser el primero.
2. Usted tiene derecho a cometer errores.
3. Usted tiene derecho a ser el juez último de sus sentimientos y aceptarlos como válidos.
4. Usted tiene derecho a tener sus propias opiniones y creencias.
5. Usted tiene derecho a cambiar de idea, opinión, o actuación.
6. Usted tiene derecho a expresar una crítica y a protestar por un trato injusto.
7. Usted tiene derecho a pedir una aclaración.
8. Usted tiene derecho a intentar cambiar lo que no le satisface.
9. Usted tiene derecho a pedir ayuda o apoyo emocional.
10. Usted tiene derecho a sentir y expresar el dolor.
11. Usted tiene derecho a ignorar los consejos de los demás.
12. Usted tiene derecho a recibir el reconocimiento por un trabajo bien hecho.
13. Usted tiene derecho a negarse a una petición, a decir «no».
14. Usted tiene derecho a estar solo, aun cuando los demás deseen su compañía.
15. Usted tiene derecho a no justificarse ante los demás.
16. Usted tiene derecho a no responsabilizarse de los problemas de los demás.
17. Usted tiene derecho a no anticiparse a los deseos y necesidades de los demás y a no tener que intuirlos.
18. Usted tiene derecho a responder, o no hacerlo.
19. Usted tiene derecho a ser tratado con respeto y dignidad.
20. Usted tiene derecho a tener sus propias necesidades y que sean tan importantes como las de los demás.

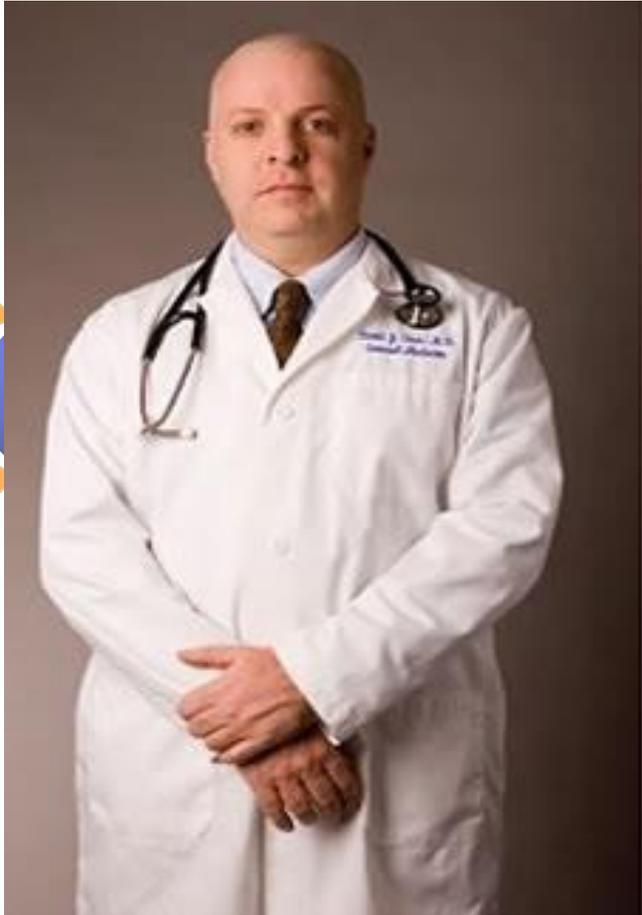
CÓMO ATRAER AL CLIENTE



El cliente ~~no~~ siempre tiene la razón,
pero siempre es el cliente.









S

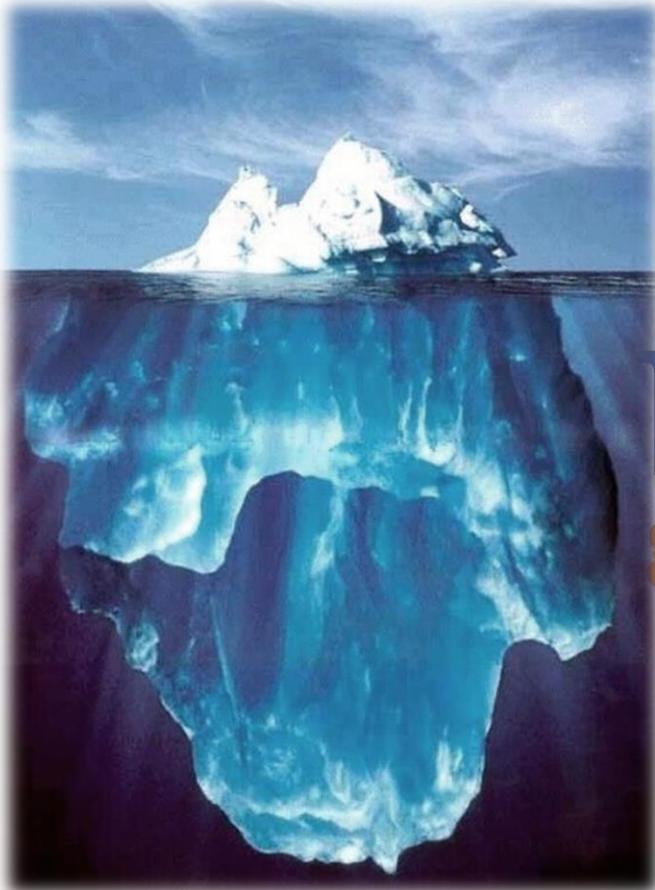






Según un estudio de una universidad inglesa, no importa el orden en el que las letras están escritas, la única cosa importante es que la primera y la última letra estén escritas en la posición correcta. El resto pueden estar totalmente mal y aun puedes leerlo sin problemas. Esto es porque no leemos cada letra por sí misma y la palabra es un todo. Personalmente me parece impresionante.

¿Qué debemos evitar?



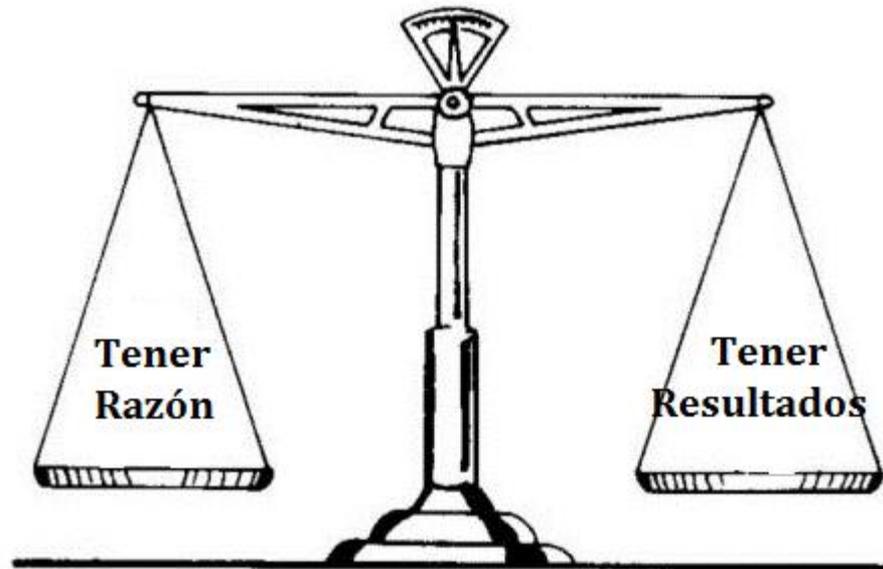
- **Soberbia** (pensar que no puedes aprender de los clientes)
- **Pesimista**
- Decir que nos **pondremos en contacto** y no hacerlo
- Dar **información personal** (la justa)
- Tratar como a un **amigo**
- **Criticar o hablar mal** de otras empresas o la competencia
- **Cerrar la tienda** cuando hay un cliente dentro
- **Fiar** o dejar que quede dinero a deber
- No realizar ventas de forma **complementaria**
- No reconocer nuestros **errores**
- **Utilizar expresiones que dirijan a los clientes**
 - 'Lo que tienes que hacer'*
- Evitar frases que puedan **herir susceptibilidades**
 - 'Si ya pero...'*
 - 'Es que no me está entendiendo'*
 - 'está usted muy equivocado'*
 - '¿Puedo hablar?' (interrumpir)*

Cualidades de atención al cliente

¿Sabes decírmelas?



Escoja siempre entre



ies

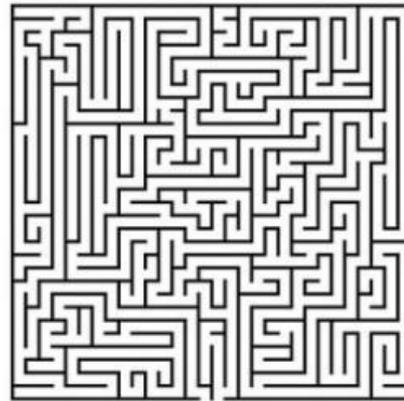
eo

1. Es claro, ordenado, no repetir

Dirigir la conversación **eclipse soluciones**

El vendedor va sobre seguro, no va de un tema para otro dejando cabos sueltos, sabe lo que quiere vender y lo que quiere producir en la mente del comprador.

Psicología, formación y empleo



2. Se adapta al cliente

Estructura su "plan", no actúa como autómatas y sabe que tratar de venderle a una señora de 70 años es muy diferente que intentarlo con una de 25.



3. Hacer participar al cliente

 Le pregunta, le pide su opinión, le deja ver situaciones, le enseña a utilizar los objetos con el fin de acercarla a ellos y hacer que pierda el "temor", logra una verdadera relación con el cliente.

Psico



4. ‘Mi producto’, ‘de ellos’

Pluraliza, hace ver al cliente que está respaldado por una gran empresa y que todos en ella hacen parte de un gran equipo lo cual genera confianza, la base de los negocios.



5. No exalta demasiado

No 'sobrepromete', sólo dice que tiene el mejor producto cuando está seguro de ello, es honesto.



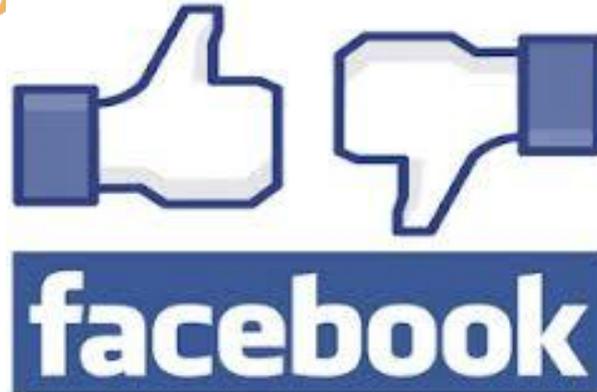
eclipse soluciones

Psicología, formación y empleo

6. No habla sólo de ventajas

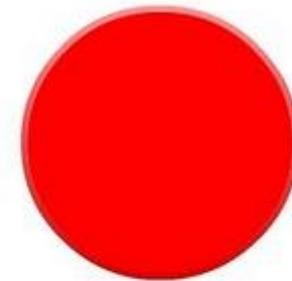
 Presenta toda la información al cliente, no esconde información que puede ser determinante para decidir la compra, muestra la letra pequeña.

Psicología, formación y empleo



7. No presiona

Sabe que un cliente que toma la decisión de compra bajo presión jamás será un cliente fiel y que cualquier problema que tenga con lo que adquirió será un mayor problema para él y para la empresa, por eso, siempre deja que el cliente tome su decisión sin afán, presentándole todas las alternativas.



NO PRESIONAR

8. Capacidad de escucha

Al cliente le gusta ser escuchado, y para un vendedor saber escuchar es un arma poderosa. A través de lo que el cliente le diga, puede conocer sus necesidades y expectativas.

Psicología, formación y empleo

9. Autocontrol y pensamiento positivo

Cliente agresivo



10. Autoestima y seguridad



Utilización del lenguaje (*'Estoy convencido'*)
Cuidar las palabras (*'Me has entendido mal'*)
Técnicismos

Naturalidad (no querer aparentar)

Reconocer las limitaciones (no querer asumir lo que no se sabe)

Aceptar errores

Aceptar críticas y un 'No' por respuesta

No tomarnos las cosas como algo personal (*)

¡ERES UN IDIOTA!



'Las cosas son lo que son, otra cosa es la interpretación que hagamos de ellas'

Todos tenemos cualidades positivas y 'negativas'

No nos comportamos de la misma manera en todos los sitios

P.ej: Una persona 'un mal día', 'no mala persona'

Tú no eres "ni mejor ni peor que otro sino simplemente TÚ

(Único, distinto e irrepetible)

Cuando alguien te juzga

(No tomárselo como algo cierto simplemente es la opinión de otro)



Lenguaje no peyorativo ni etiquetas

(P.ej: 'soy lo peor')

Lenguaje preciso y concreto

(P.ej: 'la atención telefónica se me da bastante mejor que la atención personal')

Términos como "nunca, siempre, todos los días..."

(P..ej: Siempre que me preguntan por un tema como este, lo digo mal')



11. Buscar soluciones y dar alternativas

 **‘Regalar’** **eclipse soluciones**

Ps



empleo

12. Asertividad



Pasos para una comunicación asertiva

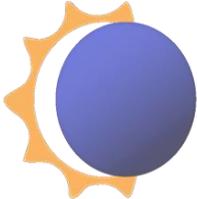


- 1 Expresa cómo te sientes.
- 2 Manifiesta lo que piensas.
- 3 Di lo que quieres que suceda.

Sin agredir a los demás y a la vez sin someterse a la voluntad ajena.

 www.alimentatubienestar.es

13. No adelantarnos y preguntar

 Mami, qué significa virgen

Psicología, formación y empleo



14. Cumplir con tu palabra

No incoherencias

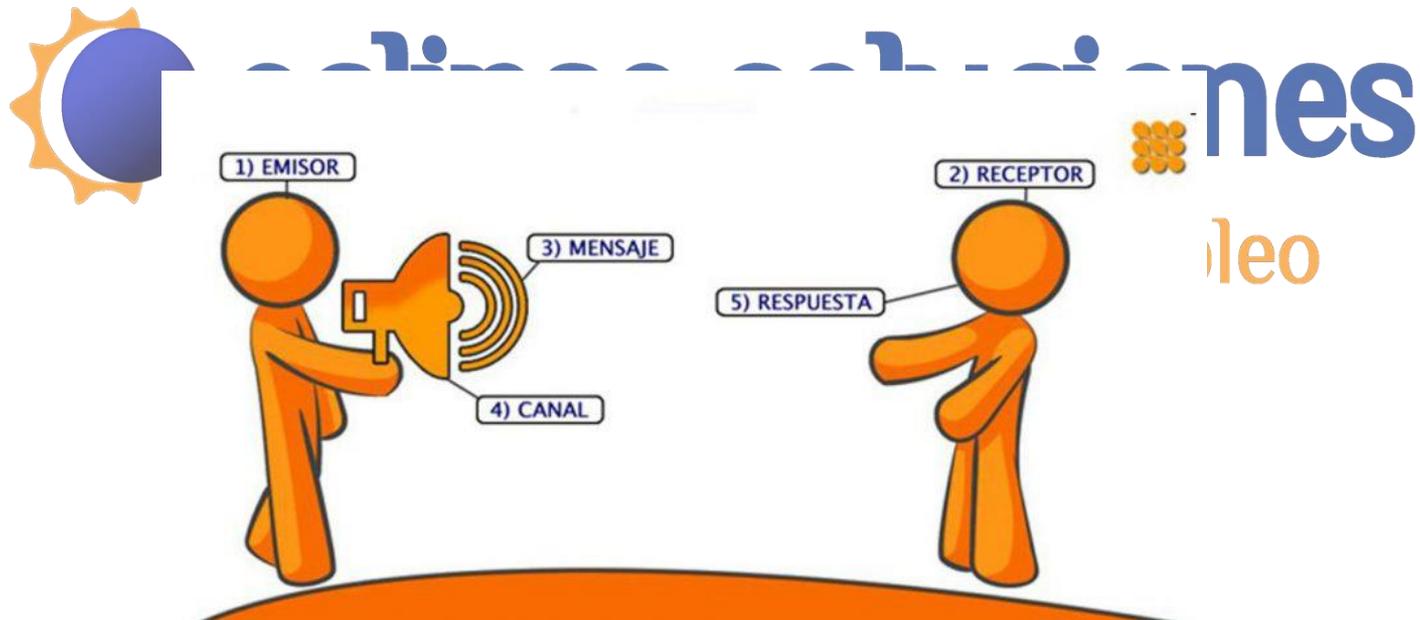
Estar coordinados



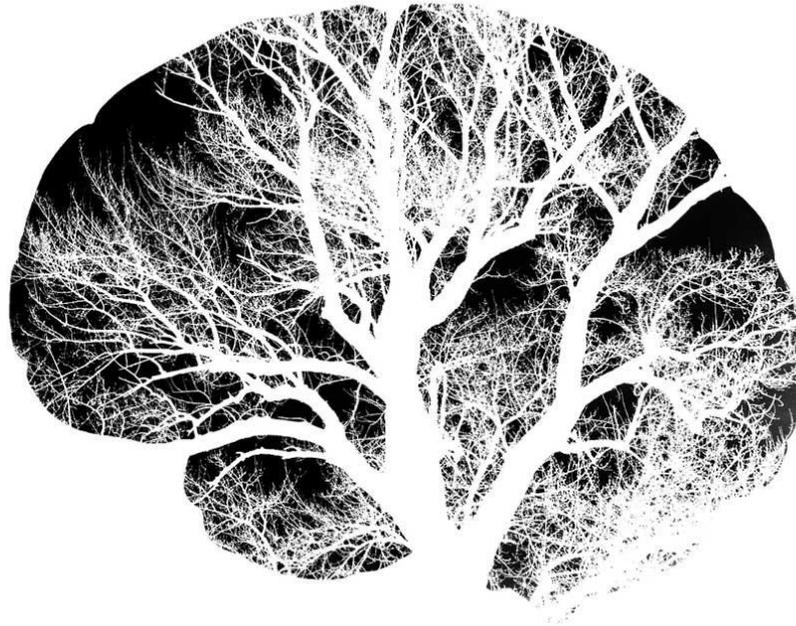
15. Empatía



16. Comunicación



17. Buena memoria



ones
npleo

18. Creatividad e imaginación

 **ec** **ciones**
Psico **y empleo**



19. Entusiasmo



soluciones
Psicología y empleo

- [1] tengo que decirte algo mira al 11.
- [2] lo siento mira al 14.
- [3] esta es la ultima vez lo juro mira al 13.
- [4] se paciente mira al 9.
- [5] la respuesta es mira al 15.
- [6] por favor no te enfades mira al 3.
- [7] no se como decirlo mira al 10.
- [8] no te enfades mira al 2.
- [9] calmate no te enojas mira al 6.
- [10] no te enojas mira al 12.
- [11] primero mira al 5.
- [12] te debes estar cansando mira al 4.
- [13] solo queria decirte que te quiero.
- [14] queria decirte que... mira al 7.
- [15] espero que no te enfades mira al 8.



es

)

20. Paciencia y tolerancia



dose-de-poesia

nes
pleo

INFLUENCIA DE LAS EMOCIONES

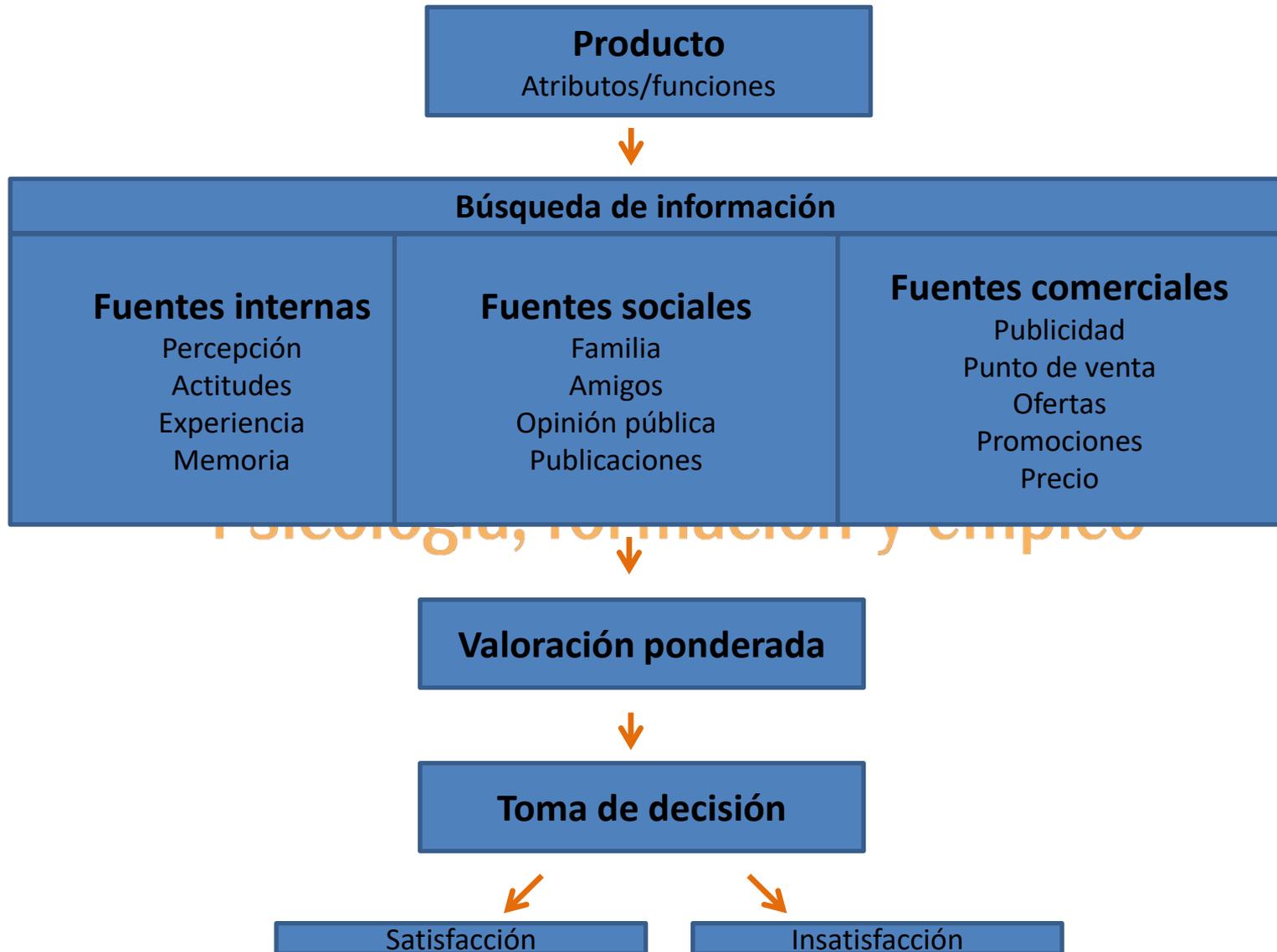
EN EL PROCESO DE VENTA



Psicol  mpleo

Diferentes enfoques en la toma de decisiones del consumidor:

- **Hombre económico:** proceso racional
Valor ventajas- inconvenientes
- **Hombre pasivo:** toma decisiones nula
Influencia de comunicación comercial y técnicas de venta
- **Hombre emocional:** influencia de emociones
Principal motivador necesidades emocionales: (asocia producto a emoción)
- **Hombre cognitivo:** procesamiento y valoración de todo



- **Accesibilidad**
- **Capacidad de respuesta** (sin tiempos muertos ni esperas)
- **Comprensión del cliente**
- **Comunicación**
- **Cortesía**
- **Credibilidad** (imagen de veracidad y credibilidad que eliminen dudas)
- **Fiabilidad** (capaces de ejecutar sin cometer errores ni dudas)
- **Profesionalidad**
- **Seguridad** (carecen de riesgos o peligros por su uso)



eclipse soluciones

Psicología, formación y empleo

Motivaciones del cliente y proceso de compra



eclipse soluciones

Método SONCAS

Psicología, formación y empleo

S e g u r i d a d

O r g u l l o

N o v e d a d

C o n f o r t

A r g e n t (dinero)

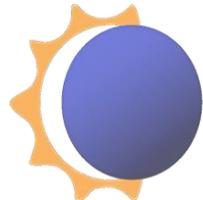
S i m p a t í a

Méthode SONCAS

◀
Sécurité
Orgueil
Nouveauté
Confort
Argent
Sympathie

eclipse soluciones

Psicología, formación y empleo

 **Signos de compra**
eclipse soluciones
Psicología



Signos verbales

- ¿Me deja que lo vea? ¿Qué lo pruebe? A ver...¿Podemos probarlo?
- ¿Lo tienen como este pero en otro color, forma, otra tienda...?
- ¿Cuánto tardaría? ¿Qué pasaría si...? Condicional
- ¿Qué facilidades de pago tienen?
- ¿Tendría que pasar yo a por ellos, vendrían, cómo sería?
- ¿A parte venden más piezas, se puede ampliar, reutilizar, usar, compartir...?
- Me encanta, es muy bonito, es estupendo...
- Siempre he querido tener algo como esto, siempre iba buscando pero nada...
- Un amigo mío ya ha venido, ya lo ha hecho y le encanta...
- Yo lo veo bien, ¿y tú?
- La gente me dice que puede ser una buena idea

Signos no verbales

- Asentir con la cabeza
- Sonreír con frecuencia
- Mirar al producto, señalarlo, mirarte a los ojos (70% del tiempo)
- Aparta la mira - atención
- Posición relajada y de escucha activa, concentración
- Pensativo o saca un papel para sacar cuentas
- Observa con atención lo que se le ha mostrado
- Se quita las gafas (sofá), se quita el reloj para probar algo...
- Rostro receptivo
- Palmas de las manos a la vista y posición abierta
 - Hacia arriba positividad
 - Muy rápido: agresividad
 - Gesto del hacha: autoridad, agresividad
 - Gesto de la lanza
 - Frotarse manos: 'algo entre manos'
 - Saludo: mano de pez (sumisión, dominancia, neutra)



e soluciones
Cliente indeciso
formación y empleo

Cliente silencioso



eclipse

Psicología, formación y empleo





Cliente entendido
o
egocéntrico

Cliente reflexivo o metódico



Cliente conversador o entusiasta





Cliente agresor o discutidor
Psicología, formación y empleo

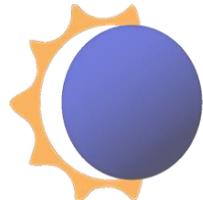
Cliente tímido

 **eclipse**
Psicología / formación y empleo

soluciones
/ empleo



Cliente escéptico



eclipse soluciones

Psicología y empleo



yolanda.perez@eclipsesoluciones.es
www.eclipsesoluciones.es

C/Benito Pérez Galdós, 4 – Elche
96 566 06 19 – 635 810 956

Muchas gracias