



**FECHAS Y LUGAR DE REALIZACIÓN.** El Seminario se celebrará los días 10 y 11 de febrero de 2009, en las instalaciones que IE Business School tiene en la calle María de Molina, 27 de Madrid, según el horario que figura en el programa.

**DOCUMENTACIÓN.** Todos los asistentes al Seminario recibirán el material didáctico que se utilice en las jornadas. Esta documentación será un manual de obligada consulta para resolver cualquier duda o interrogante sobre el tema.

**DERECHOS DE INSCRIPCIÓN.** El precio total del Seminario será de 1.850 euros, incluyendo además de su asistencia a las sesiones, la documentación, el almuerzo y los cafés. Los Antiguos Alumnos de Programas Master de IE Business School, podrán acceder a una bonificación del 10% y para miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos de IE Business School la bonificación será del 30

**CANCELACIONES.** En caso de no poder asistir al curso, una vez formalizada la matrícula, se devolverá el 90% del importe, siempre que se comunique con al menos tres semanas de antelación a la fecha del inicio. La sustitución de la persona inscrita por otra de la misma empresa podrá efectuarse hasta el día anterior del inicio del Seminario.

**CERTIFICADO.** Los participantes recibirán un certificado acreditativo de su participación en el Seminario.

**ALOJAMIENTO.** Con objeto de facilitar el alojamiento a las personas de fuera de Madrid, IE Business School mantiene acuerdos de colaboración con diferentes hoteles próximos a la Escuela, donde se ofrecen interesantes descuentos para los asistentes al curso.

**DIVISIÓN DE PROYECTOS IN-COMPANY.** Executive Education de IE Business School a través de su división de Proyectos In-Company, ofrece la posibilidad de desarrollar acciones de formación y consultoría, tanto en el ámbito nacional como internacional, acordes con las necesidades específicas de su empresa. Pueden ampliar esta información en el teléfono 91 745 47 61.

## La comunicación emocional aplicada a las ventas

Cómo alcanzar la excelencia en la comunicación de ventas aprendiendo a leer y a adaptarse al lenguaje verbal y no verbal de su cliente y a utilizar técnicas de influencia.

**Madrid, 10 y 11 de Febrero de 2009**

## La comunicación emocional aplicada a las ventas

Cómo alcanzar la excelencia en la comunicación de ventas aprendiendo a leer y a adaptarse al lenguaje verbal y no verbal de su cliente y a utilizar técnicas de influencia.



**Madrid**

**10 y 11 de Febrero de 2009**

### FORMALIZACIÓN DE LA MATRÍCULA

La formalización de la matrícula se podrá realizar:

- Por teléfono: **902 30 21 30 / 91 745 47 60**
- Por correo electrónico: enviando sus datos a la dirección: **inscripciones@ie.edu**
- A través de nuestro Boletín de Inscripción on-line, disponible en nuestra web: **http://www.execed.ie.edu/programas\_abiertos**

**La inscripción se realizará por riguroso orden de reserva.**

**IE BUSINESS SCHOOL**  
Castellón de la Plana, 8 - 28006 Madrid  
Tel: 902 30 21 30  
Fax: 91 561 77 68  
e-mail: [Begona.deMiguel@ie.edu](mailto:Begona.deMiguel@ie.edu)  
[http://www.execed.ie.edu/programas\\_abiertos](http://www.execed.ie.edu/programas_abiertos)

 **business school**  
Executive Education  
Castellón de la Plana, 8. 28006 Madrid. España. UE  
Tel.: (34) 902 30 21 30 - (34) 91 745 47 60  
Fax: (34) 91 745 47 62  
[www.execed.ie.edu](http://www.execed.ie.edu)



**IE Business School, escuela de negocios fundada en 1973, tiene como objetivo formar los mejores líderes en los campos de la creación, la dirección y el asesoramiento de empresas, líderes que contribuyan a la creación de valor colectivo desde iniciativas empresariales competitivas, responsables y comprometidas con el entorno.**



Proponemos en este taller un atractivo, práctico y eficaz itinerario para alcanzar la excelencia en la comunicación de venta. A través de distintas técnicas y una metodología de comprobada utilidad, los asistentes descubrirán cómo identificar las claves emocionales que transmitimos en la situación comercial, así como a realizar una lectura emocional de sí mismos y del cliente, con el fin de adecuarse a él.

El objetivo del taller es, en definitiva, incrementar la consciencia de lo que acontece en la entrevista comercial, utilizando los recursos más adecuados y, como consecuencia de ello, mejorar los resultados en la venta.

#### Testimonios de los asistentes:

*"Muy útil, muy práctico, muy interesante. Aprendí muchas cosas". "Ayuda a ampliar miras, a ampliar la visión. Te conecta con distintos puntos de vista y te ayuda a tratar con gente difícil". "Te ayuda a observar y preguntar más. Te permite corregir errores". "Te da más armas y por tanto más seguridad. Ha sido muy útil grabar". "Muy bien el trabajo en pequeños grupos con distintas personas". "Excelente profesora, muy profesional"*

Al finalizar el taller, los asistentes habrán alcanzado los siguientes objetivos:

- Saber calibrar. Determinar el tipo de cliente con el que está tratando y sus necesidades.
- Saber sincronizar con el cliente y adecuarse a él.
- Conocer y reconocer los elementos clave de la comunicación emocional
- Analizar, identificar y mejorar los recursos de cada uno en la venta.
- Utilizar medios de influencia.
- Aprender a utilizar adecuadamente el lenguaje
- Aprender a programar un objetivo individual de progreso.
- Saber aplicar estas técnicas en el entorno de las entrevistas comerciales
- Sistematizar y ampliar los conocimientos intuitivos de cada participante en la relación de venta e incrementar los resultados comerciales.

## METODOLOGÍA

El taller se basa en un entrenamiento permanente y experimentado. Todos los contenidos se explicarán y transformarán en ejercicios para el adiestramiento en el aula. La metodología del taller utiliza el trabajo en pequeños grupos para el entrenamiento práctico de las distintas técnicas y su posterior puesta en común en sesión plenaria. Las exposiciones teóricas, basadas en recientes investigaciones, introducirán y concluirán los ejercicios.

Por otro lado, se escenificarán y grabarán dos representaciones de situaciones de venta propuestas por los propios asistentes, para su análisis posterior y la observación de las técnicas explicadas previamente.

El taller aprovecha y rentabiliza todas las experiencias y ejercicios de modo acumulativo. Permite una aplicación práctica inmediata y un análisis personal y situacional a cada uno de los asistentes, que elaborarán un objetivo de progreso personal.

## A QUIÉN VA DIRIGIDO

Este programa está especialmente diseñado para aquellas personas interesadas en desarrollar y optimizar sus habilidades comerciales:

- Directores y Responsables Comerciales.
- Directores y Responsables de Ventas.
- Personal de las Áreas Comercial y de Ventas.

Asimismo está dirigido a aquellos profesionales que tengan interés en ser más conscientes de cómo comunican sus propósitos y deseos y cómo lo hacen sus clientes; y los que deseen profundizar en el lenguaje del rostro y del cuerpo. Todo ello, con el fin de mejorar su poder e influencia para incrementar y programar mentalmente sus objetivos comerciales.

## Programa

### Martes, 10 de Febrero de 2009

9,00 a 11,00 h.

#### INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DE EXCELENCIA

- El modelo orquestal de la comunicación. La comunicación multicanal
- La importancia de la comunicación emocional
- En qué consiste el modelo de mundo, cómo se establece
- Postulados básicos de la comunicación
- Postulados de los grandes comunicadores

11,00 a 11,30 h.

Café

11,30 a 14,00 h.

#### LA LECTURA DE COMUNICACIÓN EMOCIONAL EN LA COMUNICACIÓN NO VERBAL. CÓMO ESTABLECER Y MANTENER LA RELACIÓN CON EL CLIENTE

- Entrar en contacto con el cliente
  - En qué consiste la calibración
  - Cómo y qué observar
  - Qué nos dicen los movimientos oculares
  - La expresión de las emociones básicas
  - Cómo observar la expresión del rostro
  - Qué nos cuenta el cuerpo
  - Ejercicios
  - La congruencia, lectura global de la comunicación

14,00 a 16,00 h.

Almuerzo

16,00 a 17,30 h.

#### TÉCNICAS DE INFLUENCIA NO VERBAL: CÓMO EMPATIZAR CON EL CLIENTE

- Adaptarse al cliente en su modelo de funcionamiento
  - ¿Qué es la sincronización?
  - Las neuronas espejo, base biológica de la sincronización
  - Tipos de sincronización: total, parcial, directa y cruzada, verbal o no verbal
  - Ejercicios

17,30 a 19,00 h.

#### GRABACIÓN DE UNA SITUACIÓN DE VENTA. EJERCICIO DE APLICACIÓN PRÁCTICA

En esta sesión se realizará la grabación de una situación de venta, en la que todos los asistentes podrán calibrar el conjunto de técnicas no verbales entrenadas durante el día

- Análisis de la representación
- Visionado de la grabación en vídeo
- Observación y análisis conjunto de las técnicas practicadas durante la sesión

### Miércoles, 11 de Febrero de 2009

9,00 a 11,00 h.

#### CÓMO CONSEGUIR LA BUENA INFORMACIÓN. EL USO DE LA COMUNICACIÓN VERBAL EN LA ENTREVISTA DE VENTAS

- Conocer la necesidad del cliente
- Calibrar el lenguaje del cliente
- Introducción al Metamodelo. Distorsión, generalización y supresión
- Precisar la información, concretar y fijar los datos en la entrevista
- Las herramientas clave en la comunicación verbal.
- Cómo utilizar la pregunta
- Aplicación a las objeciones
- Ejercicios

11,00 a 11,30 h.

Café

11,30 a 14,00 h.

#### REPRESENTACIÓN DE UNA SITUACIÓN DE VENTA. EJERCICIO DE APLICACIÓN PRÁCTICA

Durante el taller se elaborarán dos role play o representación de papeles basados en los casos reales de los asistentes. Para ello es necesario que expongan sus necesidades y perfilen las características y personajes de la situación

- Observación y análisis conjunto en la representación de las técnicas aprendidas en el taller, aprovechando las experiencias de todos los asistentes
- Calibración y sincronización verbal
- Calibración y sincronización no verbal
- La puesta en práctica de la comunicación emocional en la venta

14.00 a 16.00 h.

Almuerzo

16,00 a 17,30 h.

#### APRENDER A PROGRAMARSE PARA EL ÉXITO

- Cómo definir nuestro objetivo de progreso
- Aplicación de los criterios básicos de la programación de objetivos.
- Aprender a programar nuestra mente: diferencias entre el lenguaje verbal y el lenguaje mental
- Identificar nuestros recursos / resistencias.
- Aumentar sus recursos en la situación de venta.

17,30 a 19,00 h.

#### APRENDER A PROGRAMARSE PARA EL ÉXITO. APLICACIÓN PERSONAL

- Elaboración individual de un programa personal de mejora para la puesta en práctica de la comunicación emocional en la venta, aplicando las técnicas aprendidas en el curso
- Programar objetivos de excelencia en las ventas, con la orientación de la experta directora del taller



[www.execed.ie.edu](http://www.execed.ie.edu)

## Ponente

### SEBASTIÁN, Carmen

Licenciada en Psicología, especialidad de Psicología Industrial, Universidad Complutense de Madrid. Doctoranda en Ciencias de la Información. Tecnicien en Programación Neurolingüística por el Instituto Francés de la PNL, e introductora de éste modelo en España aplicado al mundo empresarial, a principios de los 90.

Socia fundadora de Comunicación Emocional® y experta en la materia. Ha desarrollado su carrera profesional en el sector de la consultoría y la formación, con una experiencia de más de 20 años. Especializada en desarrollo personal y comunicación.

Ha realizado la Formación de Portavoces y Coaching a medida para el Gobierno de Andorra, Gobierno de Aragón, Galderma, Elecnor, Dow Chemical. Ha diseñado e impartido Formación en habilidades para Caja Madrid, ONCE, Telefónica, Solvay, Ayuntamiento de Alcobendas, Galderma, Riu Hotels, Häagen Dazs, Ministerio de Fomento, DHL, IBM... Colabora en la formación grado y postrado con diversas Universidades. Es ponente en congresos nacionales e internacionales.

En el área de Consultoría o Gestión de la Comunicación ha trabajado, entre otros, para Telefónica, Volkswagen Finance, ATT Microelectrónica, Banesto, INSS, Procter and Gamble, Red Eléctrica, SGAE, Trillo Central Nuclear, MS&D, Schering Plough...

Autora de numerosos artículos y del libro "La Comunicación Emocional". Miembro de la Asociación de directivos de Comunicación ADC Dircom.

Profesora asociada de IE Business School.