



proyecto ítaca

Seguimiento Empático a las Gestiones Comerciales

Patricia Velásquez
Martínez.

Abril 05- 2024

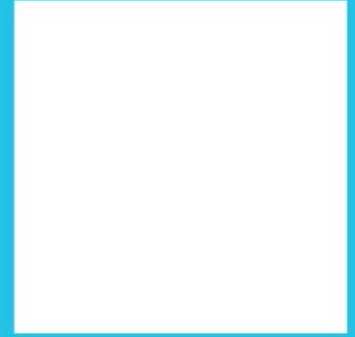
www.proyectoitaca.co



¿QUIÉN SOY?



- **Ejecutivo especializado en temas de Mercadeo y Ventas en Multinacionales del sector de Telecomunicaciones**
- **Especialista en servicio al cliente, Comunicación estratégica y Marketing digital**
- **Más de 25 años manejando equipos comerciales y de servicio.**
- **Experiencia trabajando con equipos comerciales multiculturales.**





¿Cuál es nuestro objetivo de hoy ?



Descubrir que habilidades debemos desarrollar para mejorar la satisfacción del cliente, impulsar las ventas y construir relaciones comerciales sólidas y a largo plazo.



①

Conceptos
claves

②

Importancia de
la empatía en
nuestro día a día

③

Comunicación
verbal vs No
verbal

④

Técnicas para
una reunión
empática

⑤

Generación de
confianza

⑥

Escucha activa
y preguntas
efectivas

⑦

Mapas de
empatía

⑧

Habilidades de
un buen
vendedor





Sabemos que :
La empatía en el proceso
comercial es un componente
esencial para construir relaciones
duraderas

¿Qué es la Empatía ?

Autor	Definición de Empatía	Aspectos Clave
Carl R. Rogers	Entrar en el mundo privado del otro sin hacer juicios, apreciar su ser como si fuera el propio.	Comprensión no juzgante, ser comprendido y aceptado.
Daniel Goleman	Capacidad para comprender emociones de los demás y reaccionar adecuadamente a ellas.	Reconocimiento de emociones, relaciones humanas efectivas.
Simon Baron-Cohen	La empatía se compone de la cognitiva (reconocer y comprender) y la afectiva (responder emocionalmente).	Distinción entre empatía cognitiva y afectiva.



①
Conceptos claves

¿La empatía en nuestro día a día?

Autoconciencia:

Empieza por entender tus propias emociones y cómo éstas afectan tus pensamientos y comportamientos. La autoconciencia es el primer paso hacia la comprensión empática de los demás.

Escucha Activa:

Dedica tiempo a escuchar realmente lo que otros están diciendo, tanto en sus palabras como en su lenguaje no verbal.

Perspectiva Múltiple:

Trata de ver situaciones desde diferentes ángulos, no solo desde tu propio punto de vista.

Práctica Reflexiva:

Después de las interacciones, reflexiona sobre cómo podrías haber mostrado más empatía y considera formas de mejorar en futuras interacciones.

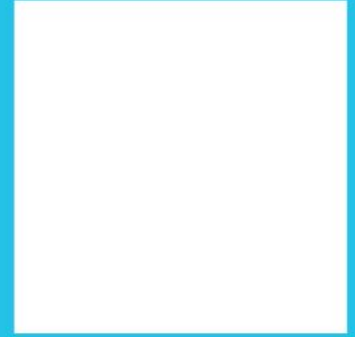
Acción Compasiva:

Basa tus acciones en una comprensión empática, actuando de maneras que demuestren cuidado y consideración por los sentimientos y experiencias de los demás.

Desarrollar la empatía requiere tiempo y esfuerzo, pero se puede lo



¿Les pasa a todos?





®
Técnicas de
comunicación
verbal y no
verbal

Técnicas de comunicación verbal

Implica el uso de palabras en la comunicación, ya sea hablada o escrita. Es el aspecto del lenguaje que se ocupa del significado de las palabras y frases en un contexto particular.

Albert Mehrabian es famoso por su regla del **7-38-55** en la comunicación: las palabras que decimos (7%) son menos importantes que el tono de voz y la musicalidad (38%) y nuestro lenguaje corporal (55%) cuando se trata de comunicar sentimientos o actitudes.

- Utiliza palabras y lenguaje.
- Es directo y limpio.
- Puede ser tanto oral como escrita.
- Sujeta a las reglas de la gramática y la sintaxis.
- Más fácil de documentar y registrar.

V Técnicas de comunicación no verbal

S

Incluye todos los aspectos de la comunicación que no utilizan palabras explícitamente. Esto incluye el lenguaje corporal (como gestos, posturas y expresiones faciales), el contacto visual, el tono de voz, el ritmo, la inflexión y otros sonidos vocales (como los suspiros o la risa), así como el espacio personal (proxémica).) y el tiempo (cronémica).

Joe Navarro ha escrito extensamente sobre la comunicación no verbal en el contexto del comportamiento humano y la detección de engaños, aportando un enfoque práctico en su libro "What Every Body is Saying".

- Prescinde de palabras, centrado en acciones y señales.
- A menudo es indirecta y puede ser ambigua.
- Incluye lenguaje corporal, tono de voz y más.
- No sigue reglas de gramática; es interpretativa.
- Más difícil de interpretar y puede ser más subjetiva



En la Práctica

Mini Video

TÉCNICA

***PARA GENERAR EMPATÍA
EN UNA REUNIÓN DE
VENTAS***

JUAN PABLO VILLANI





Técnicas de empatía en la gestión comercial

Técnica	Descripción	Cómo Aplicarlo
Escucha Activa	Prestar atención completa al cliente, entendiendo no solo las palabras, sino el sentimiento detrás de ellas.	Haz preguntas abiertas que fomenten al cliente a expresarse más ampliamente, y utiliza el parafraseo para demostrar que has entendido.
Validación de Sentimientos	Reconocer y validar los sentimientos y emociones del cliente, independientemente de la solución.	Usa frases como "Entiendo por qué eso puede ser frustrante" o "Es completamente razonable sentirse así ante esta situación".
Comunicación Clara y Transparente	Mantener al cliente informado sobre los pasos del proceso de seguimiento, ofreciendo información clara y precisa.	Proporciona actualizaciones regulares, incluso si no hay novedades, para que el cliente sepa que no ha sido olvidado.
Personalización	Adaptar la interacción basándose en el historial y las preferencias del cliente.	Utiliza el nombre del cliente y detalles específicos de interacciones anteriores para personalizar la comunicación.
Respuesta Oportuna	Responder a las consultas o preocupaciones del cliente de manera rápida y eficiente.	Establece y cumple plazos realistas para las respuestas y soluciones; si surge un retraso, comunícalo proactivamente.
Acción Proactiva	Anticiparse a posibles problemas o preguntas futuras y abordarlos antes de que el cliente tenga que volver a contactar.	Basado en la situación, ofrece soluciones adicionales o consejos que podrían beneficiar al cliente a largo plazo.
Feedback Constructivo	Solicitar feedback sobre la experiencia del cliente con el proceso de seguimiento.	Pide al cliente que comparta su experiencia y sugerencias después de resolver su consulta o problema.



Generación de Confianza

Asegura el 40%
del éxito de la
negociación





Escucha activa – preguntas efectivas

La comunicación empática debe tener 3 elementos principales:

- 1. Transparencia:** no ocultar las reacciones emocionales. Podemos estar en desacuerdo con alguien y eso se puede compartir, pero mentir bloquea la comunicación.
- 2. Autocontrol:** no confundir nuestras reacciones con las de la otra persona, ni imponer nuestras necesidades. No estamos siempre a la caza de consejos.
- 3. Aceptación incondicional:** evitar juzgar la conducta de los demás.





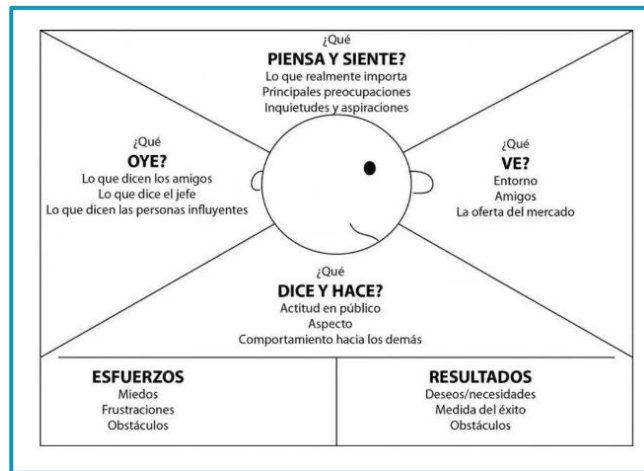
¿Qué es un mapa de empatía?

Es una herramienta de diseño centrado en el usuario.

Ayuda a los equipos a ganar una comprensión más profunda de sus clientes o usuarios.

- **Qué piensa y siente:** Captura los pensamientos y sentimientos del usuario sobre la experiencia o el producto. ¿Qué le preocupa? ¿Qué le motiva? Su lenguaje corporal al expresar su idea.
- **Qué ve:** Describe el entorno del usuario y lo que ve en su experiencia cotidiana. ¿Qué ve en el mercado en ofertas de productos similares? ¿Qué ven sus amigos?
- **Qué escucha:** Considera las influencias externas, como lo que el usuario escucha de amigos, colegas y en los medios de comunicación. ¿Qué están diciendo otros? ¿Qué consejos o qué críticas reciben?
- **Qué dice y hace:** Observa las acciones del usuario en público. ¿Cómo se comporta en diferentes situaciones? ¿Qué dice sobre el producto o servicio?
- **Esfuerzos :** Identifica los puntos de fricción, miedos, frustraciones y obstáculos del usuario. ¿Qué le impide alcanzar sus objetivos? ¿Cuáles son sus mayores desafíos?
- **Resultados :** Describe lo que el usuario quiere lograr. ¿Cuáles son sus medidas de éxito? ¿Qué esperanzas o deseos tiene?

El concepto de mapa de empatía fue desarrollado originalmente por Dave Gray, fundador de XPLANE, una empresa de diseño y consultoría.

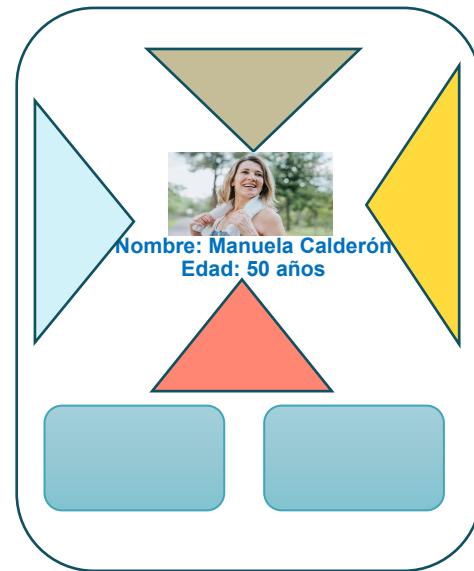
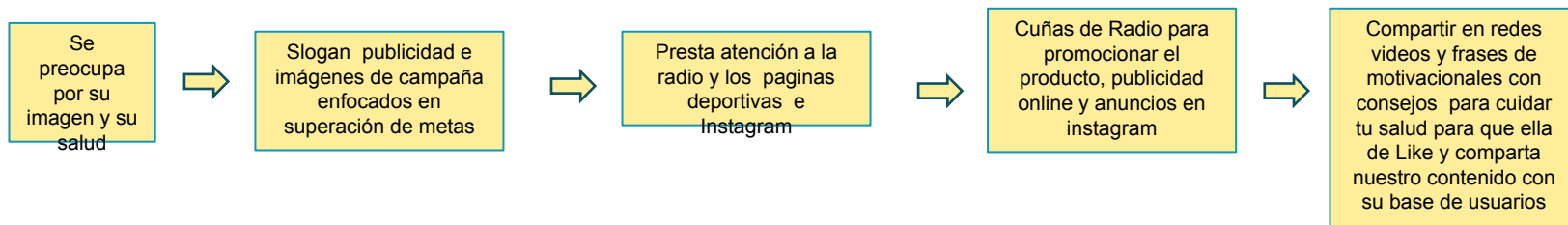


El mapa de empatía es particularmente útil al inicio del proceso de diseño o desarrollo de estrategias para asegurar que el enfoque del proyecto esté alineado con las necesidades y deseos reales de los usuarios o clientes. Al centrarse en la experiencia humana, las empresas pueden crear productos, servicios y experiencias más resonantes y valiosas.



Ejemplo mapa de empatía

- **Qué piensa y siente:** Le preocupa perder su trabajo, quiere viajar para correr maratones, le preocupa subir de peso, le preocupa enfermarse por la situación de su EPS
- **Qué ve:** Escucha podcast de motivación, le gusta escuchar radio cuando hace deporte, le encanta las redes sociales tipo Instagram, casi no ve TV.
- **Qué escucha:** “El trabajo está mal”, “Ya no nos podemos endeudar”, “hay que cuidarse para dar una buena imagen y no enfermarse”, “está de moda hacer deporte”.
- **Qué dice y hace:** es usuario de redes y monta muchos videos de ella cuando hace deporte. Instagram es su red preferida.
- **Esfuerzos:** Perder su empleo, Contraer un cáncer o algo similar
- **Resultados:** Tener éxito profesional, bajar varios kilos, Ser reconocida en círculo de amigos, un mejor empleo.





La empatía como base para la personalización y la Innovación

La **empatía comercial** implica utilizar el **entendimiento del cliente** para **personalizar ofertas** y comunicaciones, y **como inspiración para la innovación.**

Reconoce la diversidad de los clientes y la importancia de **adaptar** los productos, servicios y experiencias a sus necesidades únicas.

Aplicación en el Proceso

Comercial: A través de la personalización y la innovación basadas en la empatía, las empresas pueden desarrollar soluciones que no solo satisfagan las necesidades actuales de los clientes, sino que también anticipen sus necesidades futuras, manteniendo a la empresa a la vanguardia de su industria.



Habilidades del buen vendedor

- **Querer ayudar con ese producto o servicio:**
Explorar que en que le puede beneficiar mi producto , lo que obliga a estudiar al cliente.
- **Vender valor dejando de lado el precio**
Dejar de lado el descuento y buscar la forma de mostrar a nuestro cliente que ese desembolso lo va a recuperar con los beneficios que le entrega mi producto / servicio.
- **Buscar oportunidades, no esperar a que me llame el cliente.**
Ser sociable y crear conexiones . La timidez no es un buen aliado
- **Disciplina en un plan de largo plazo**
El plan se puede mejorar, pero no se debe estar modificando
- **Preparación continua en el campo del cliente**
Un vendedor preparado no solo en el producto si no también en el entorno.
- **Priorizar las oportunidades**
El que mucho abarca se desenfoca y eso puede generar errores con el cliente.
- **Mantener optimismo**
Mantener el positivismo ya que las negativas deben ser una invitación a mejorar. Tu desanimo se puede interpretar como falta de capacidad para



Habilidades del buen líder de grupos de ventas

10 habilidades indispensables

Perfil de un o una gerente de ventas:

1. Dominio en atención a clientes.
2. Conocimiento en contabilidad y medición de estrategias.
3. Capacidad de trabajar ante desafíos.
4. Iniciativa y toma de decisiones.
5. Capacidad de liderazgo.
6. Trabajo en equipo.
7. Inteligencia emocional.
8. Gestión del tiempo.
9. Fiabilidad
10. ética de trabajo.



¡GRACIAS!

Patricia Velásquez Martínez.

patriciavelasquez@proyectoitaca.co

+3204982726

Síguenos en:



www.proyectoitaca.co

www.periplia.com

