



SIETE APORTES DEL COACHING COMERCIAL

1- LA NUEVA INFLUENCIA COMERCIAL:

Toda el razonamiento del por qué la gente compra y que **elementos lingüísticos facilitan la toma de la decisión** de comprarnos a nosotros y no a otro proveedor; Es el nuevo precepto que cada vendedor debe tener claro a la hora de proponer su servicio o producto pues focaliza al leads en aquel **futuro amigable**; La **Mayéutica Comercial**, la vía racional con explicaciones científicas por lo que nuestro **cerebro reacciona con objeciones**, y la forma cómo afrontarlas cerrando con éxito; esta aportación del Coaching aborda el tema del **Precio como principal de objeción** en la negociación y el acercamiento al **cierre después de la venta**; Si, eso, la **distinción de la venta vs cierre** se trata desde la influencia; Como preparar la **Entrevista Comercial** en clave Coaching; Las **relaciones comerciales duraderas**

2- LA MATRIZ CIREXCO:

Es el primer sistema de valoración de la excelencia comercial que permite conocer el punto de partida, te enseña el camino y pautas para llegar al estado óptimo de ventas, tanto la persona del vendedor, como el equipo comercial como la organización en general; La fuerza de ventas de las empresas están sometidas a constantes retos por factores internos (RRHH intrínseco de la empresa) como factores externos que están fuera del control de la empresa (la competencia, el mercado; la normativa entre otros)

3- EL MODELO CIRA DE GESTION DEL TALENTO:

Un sistema ordenado paso a paso, este modelo **CONTEXTO COMERCIAL; IDEALIZACION – FUTURO DE VENTAS DESEADO; RESULTADOS** como primer requisitos; y la **ACCION** o el **HACER** como segundo requisitos que permite crear nuevos hábitos, identificar gaps del vendedor o del equipo, centrar la atención en el futuro comercial deseado (los objetivos a alcanzar), promueve el entusiasmo a la hora de vender; elimina los bloqueos y temores de ventas, rentabiliza el recurso tiempo permitiendo la priorización de cuentas; estimula la prospección comercial, en definitiva el **MODELO C.I.R.A** materializa la expansión del talento comercial de las personas, el equipo y la organización.

4. PERFIL VENDEDOR CON HERRAMIENTAS DE COACHING COMERCIAL:

Es el nuevo **holograma o avatar de la persona que vende** en este comienzo de siglo, su sistema de **creencias y drivers de motivación**; la **carrera comercial profesional** dentro de la empresa; Los retos de ventas adicionales a los objetivos que le marca la empresa; su visión, misión y valores, alineados con los de la empresa; la **visión panorámica de negocios**, de **intra emprendedor** y como desarrollarla; Las nuevas **habilidades elásticas** que exige la venta de hoy que los cursos de técnicas de ventas convencionales han dejado de cubrir; El Rol de Gerente ahora en frente de un equipo; Las Siete Caras del **Cubo de Rubik Comercial** (Son seis + una) para llevar el equipo a buen puerto (futuro comercial deseado)

5. EL SISTEMA FOC:

La Formulación de Objetivos Comerciales es el nuevo y actualizado **PLAN DE VENTAS** de o **PLAN DE OBJETIVOS COMERCIALES** totalmente renovado y mejorado respecto a la concepción clásica de trazado de ventas; Tiene en cuenta más que las cifras frías, todo el sistema que envuelve cada operación comercial, los elementos del contexto, la fuerza o motivación intrínseca de cada vendedor, si tiene algún Talismán Comercial o elemento imaginario que mueve su voluntad.

6. LA MATRIZ FIBECA:

Una nueva forma de vender que hablando siempre desde la **FINALIDAD, LOS BENEFICIOS Y LAS CARACTERÍSTICAS**, el orden lógico de argumentación que facilita la influencia en la toma de decisión de comprar. Lo que sería la máxima expresión de lo que las técnicas de ventas tradicionales llamarán los momentos de la venta.

7. LA FIGURA DEL COACH COMERCIAL EN SU ORGANIZACIÓN:

Todo el circuito de porque el gerente de hoy debe tener herramientas y mecanismos de gestión que aporta el Coaching, como se nota una organización que tienen dentro una persona formada en Coaching comercial de una que sigue vendiendo en el estilo siglo 20; La información del por qué el Coaching de Ventas ha sobrepasado la demanda de Coaches Ejecutivos y de Coaches personales en la compañía pues se centra más en la **ACCIÓN** y en el **RESULTADOS** siendo sus efectos mucho más medibles y demostrables que disciplinas paralelas incluso más efectiva que otras especialidades.

. Información de **Becas y Ayudas** en [este enlace](#)