

ESAMA Business School

PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO COMERCIAL

ARGUMENTACIÓN Y PRESENTACIÓN COMERCIAL EFECTIVA

Un programa intensivo con todo lo que hay que saber para diseñar, estructurar y ejecutar presentaciones comerciales memorables y persuasivas que aumenten tu tasa de cierres.

B2C • B2B • SERVICIOS • RETAIL • INDUSTRIA

ROMPE EL MURO DE LA INDIFERENCIA

Si lo que dices y cómo lo dices suena parecido al resto, deberás competir por precio. El programa **Argumentación y Presentación Comercial Efectiva (AyPCE)** te enseña a estructurar tus mensajes para impactar tanto en la razón como en la emoción del cliente.

¿A quién está dirigido?

- **Ejecutivos comerciales y vendedores** que necesiten diferenciar su propuesta de valor y captar la atención de clientes exigentes desde el primer minuto.
- **Líderes de equipo y directores** que deseen estandarizar una narrativa comercial poderosa, profesional y estructurada.
- **Emprendedores y profesionales** que requieran presentar sus servicios o buscar inversores con discursos de alta persuasión e impacto.

El Modelo de las 4 P

La presentación no es un PowerPoint; es un evento. Para aumentar exponencialmente la tasa de cierres, el modelo AyPCE propone un ciclo de 4 pilares: **Planificar** y activar el proceso, **Preparar** la argumentación, **Practicar** los ajustes y realizar una impecable **Puesta en escena** (El Gran Estreno).

Los Dominios del Súper Comercial

Dominio Técnico

Conocimiento exhaustivo del producto, la competencia, el mercado, los procesos internos y el sector. Es la base que da seguridad a la propuesta.

Dominio Relacional

Habilidades comerciales de comunicación, persuasión, influencia y conexión emocional. Es el dominio que transforma los datos fríos en historias que venden.

ESTRUCTURA, PSICOLOGÍA Y ADAPTACIÓN

Las decisiones de compra son emocionales y luego se racionalizan. Para entrar en la mente del cliente, es vital alinear la estructura del contenido con la inteligencia relacional.

01. Metodologías de Diseño

Estructuramos el mensaje utilizando el **Principio de la Pirámide de Minto** (ir directo a la respuesta y luego argumentar), **Mapas Mentales** para la claridad visual y el **SCQA Framework** (Situación, Complicación, Pregunta, Respuesta) para definir problemas e hipótesis de valor.

02. Herramientas de Impacto

Uso estratégico del **Elevator Pitch** (45 segundos estructurados), **Storytelling** (narrativas donde el protagonista es el problema del cliente, no el vendedor) y la **Metodología TED** para presentaciones ágiles y memorables.

03. Adaptación al Cliente (DISC)

Lectura rápida del comportamiento para ajustar el tono, el lenguaje corporal y el vocabulario. Cómo presentar a perfiles **D**ominantes (resultados), **I**nfluyentes (personas), **E**stables (seguridad) o **C**oncienzudos (procesos y datos).

04. La Intención y la Voz

Vender desde el Dar Valor y no desde la desesperación por Conseguir. Apagar la "alarma anti-vendedores" utilizando frases de empatía. Manejo de la velocidad de la voz (120-170 ppm) y uso estratégico de pausas para generar credibilidad (Ethos).

NEUROCIENCIAS Y DISEÑO VISUAL

El cerebro es biológicamente incapaz de prestar atención a cosas aburridas o de procesar múltiples fuentes complejas de forma simultánea.

Las Reglas del Cerebro en Presentaciones

Basados en las reglas de John Medina y la psicología cognitiva, el programa enseña a diseñar experiencias que capturan y retienen la memoria del cliente a largo plazo.

La Regla de los 10 Minutos

La atención del auditorio cae drásticamente a los 9 minutos. Entrenamos el uso de "anzuelos" (Estímulos Emocionalmente Competentes) como historias, enigmas, videos o cambios de ritmo cada 10 minutos para resetear la atención.

Teoría de Codificación Dual

Las personas aprenden más profundamente combinando palabras y gráficos que solo con texto. Evitamos la "muerte por PowerPoint" aplicando simplicidad, limitando la carga cognitiva y haciendo que lo visual potencie el discurso oral.

Jerarquía Visual y Psicología del Color

- **La Regla del 6:** Si hay más de 6 elementos en una diapositiva, el cerebro humano tarda un 500% más en procesar la información. El cliente deja de escuchar al orador.
- **Distribución del tiempo:** 10% introducción (decir qué diremos), 80% desarrollo, 10% cierre impactante (decir qué dijimos y llamar a la acción).
- **Psicología del Color:** Selección de paletas (monocromáticas, análogas, complementarias) para establecer estados de ánimo y facilitar la comprensión sin abrumar visualmente.

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

0

Bienvenida e Introducción

Pautas de auto-coaching y metodología ESAMA para transformar el contenido en áreas de oportunidad reales y acciones prácticas en tu día a día.

DIAGNÓSTICO • AUTO-COACHING • TRANSFERENCIA

1

Argumentación y Presentación Comercial Efectiva

El modelo de las 4 P. Los dominios técnicos y relacionales ("The Big Jump"). Detección y superación de las interferencias y barreras de la comunicación.

EFFECTIVIDAD • BARRERAS • CONEXIÓN EMOCIONAL

2

El Contenido de la Argumentación

Fase de prediseño. Metodologías de estructuración: Principio de la Pirámide, Mapas Mentales y Framework SCQA. Uso estratégico del Elevator Pitch, Storytelling y modelo TED.

STORYTELLING • PIRÁMIDE • ELEVATOR PITCH

3

El Expositor y el Inicio de la Presentación

Gestión de la intención (dar valor) y el clima relacional. Desactivación de la "alarma anti-vendedores". PNL, influencia vs manipulación, lenguaje no verbal y control del miedo escénico.

INTENCIÓN • LENGUAJE CORPORAL • PERSUASIÓN

4

Los Apoyos Visuales

Velocidad de procesamiento visual. Teoría de codificación dual y regla de los 10 minutos (anzuelos emocionales). Principios de jerarquía, tipografía y psicología del color.

DISEÑO VISUAL • CODIFICACIÓN DUAL • ATENCIÓN

5

Adaptación a los distintos tipos de Clientes

Uso de la Metodología DISC para perfilar al cliente en tiempo real (Dominante, Influyente, Estable, Conciencizado). Claves para ajustar lenguaje, tono y propuesta de valor según cada estilo.

METODOLOGÍA DISC • EMPATÍA • LECTURA DE CLIENTES

Puesta en Escena y el Gran Estreno

Las 12 reglas del cerebro (John Medina). Preparación del escenario físico/virtual y check-lists. Gestión del feedback del cliente (directo, indirecto, constructivo, NPS) como motor de evolución.

NEUROCIENCIAS • PUESTA EN ESCENA • FEEDBACK

Metodología y Experiencia de Aprendizaje

El diseño del programa combina comprensión teórica, profundización, autodiagnóstico y aplicación práctica inmediata.

- **Cápsulas de video:** Explicaciones conceptuales directas.
- **Manual Express y del Participante:** Fijación y profundización.
- **Plan de Mejora Personal:** Diagnóstico y acciones inmediatas (auto-coaching).

Certificación Internacional

Al completar el recorrido y aprobar las evaluaciones, el participante accede a la certificación oficial de **ESAMA Business School**.

ESAMA Business School

Especialización profunda en performance comercial desde 1991.

35+

Años de experiencia

850+

Clientes

30

Países

WWW.ESAMA.COM