



MODULO N° 3

TALLER

CREER PARA EMPRENDER

Vender no es insistir, es inspirar.

Es comprender profundamente las necesidades de las personas y ofrecer una solución que mejore su vida.

En este módulo aprenderás a conectar con tus clientes desde la autenticidad, descubrirás tu propio estilo de vendedor/a y aplicarás técnicas prácticas de comunicación, negociación y neuroventas.

Porque cuando tu propósito guía tu venta, tu negocio crece y también crece el impacto que generarás.

Presentado por:

Lic. Carolina Miraglio

CM
CONSULTORA MIRAGLIO

INTRODUCCION

Vender no es convencer.

Vender es conectar, entender, ayudar y crear valor.

Muchas personas emprendedoras sienten resistencia a la venta porque la asocian con presión o manipulación. Pero cuando tu propuesta nace de un propósito claro y responde a una necesidad real, vender se convierte en una extensión natural de tu misión.

En este módulo vas a descubrir cómo transformar tu mirada sobre las ventas, aprendiendo a:

- Identificar y comprender profundamente a tu cliente.
- Reconocer tu estilo de vendedor/a y potenciar tus fortalezas.
- Aplicar técnicas de comunicación, negociación y neuroventas con autenticidad.
- Desarrollar habilidades que te permitan cerrar ventas con confianza y coherencia.

Porque vender con propósito no es “colocar un producto”, sino impactar positivamente la vida de las personas mientras hacés crecer tu negocio.

EL CLIENTE: TU ALIADO PRINCIPAL

“El cliente no es alguien a quien convencer, sino alguien a quien comprender.”

Antes de hablar de vender, tenemos que hablar de personas.

Emprender no se trata solo de tener un producto o servicio, sino de conectar con quienes lo necesitan.

Tu cliente no es un número en una planilla, es un ser humano con historias, miedos, deseos y motivaciones.

Cuando lográs entenderlo desde la empatía, la venta deja de ser presión y se convierte en una conversación significativa.

Toda venta empieza con una pregunta:

👉 *¿A quién quiero ayudar y qué problema le resuelvo?*

Conocer profundamente a tu cliente ideal te permite:

- Diseñar mejores propuestas.
- Comunicarte de forma efectiva.
- Evitar frustraciones y pérdidas de tiempo.
- Construir relaciones de largo plazo.

“Cuanto más conozcas a tu cliente, más fácil será conectar desde el valor.”

Tipos de clientes y cómo abordarlos

No todos los clientes compran igual, ni por las mismas razones.

Cada tipo requiere una comunicación y energía diferente.

A continuación, te explico alguno de los perfiles más comunes y cómo abordarlos desde la autenticidad y la estrategia.

EL CLIENTE: TU ALIADO PRINCIPAL

1) El cliente racional

Cómo es:

Analítico, prudente, necesita datos, garantías y argumentos lógicos antes de decidir.
Compara precios, revisa detalles y evalúa el costo-beneficio.

Cómo abordarlo:

- Presentá datos, cifras y resultados concretos.
- Evitá los rodeos: sé claro, preciso y profesional.
- Mostrale cómo tu producto ahorra tiempo, dinero o mejora procesos.
- Envió información por escrito, fichas técnicas o demostraciones.

Clave: La confianza de este cliente se gana con evidencia y claridad.

2) El cliente emocional

Cómo es:

Decide desde la conexión y la experiencia.
Compra cuando siente que lo entienden o que comparte tus valores.

Cómo abordarlo:

- Mostrarte auténtico/a, contale tu historia y escuchá la suya.
- Enfatizá el impacto emocional o simbólico de tu producto.
- Usá frases sensoriales: “imaginate cómo te vas a sentir cuando...”
- Hablá de valores, propósito y transformación.

Clave: No le vendas un producto, vendé una emoción positiva.

3) El cliente impulsivo

Cómo es:

Toma decisiones rápidas, se guía por la intuición y la emoción del momento.
Le atrae la novedad, la exclusividad o la energía del vendedor.

Cómo abordarlo:

- Mantené una comunicación dinámica, ágil y entusiasta.
- Mostrale beneficios concretos e inmediatos.
- Evitá sobrecargarlo de información técnica.
- Creá sentido de urgencia con promociones o ediciones limitadas.

*Clave: No lo frenes con exceso de datos;
guíalo hacia la acción con entusiasmo y claridad.*

EL CLIENTE: TU ALIADO PRINCIPAL

4) El cliente leal

Cómo es:

Ya te conoce o ha tenido buenas experiencias previas.
Valora la confianza, la constancia y el trato personalizado.
Es tu mejor embajador, porque recomienda.

Cómo abordarlo:

- Cuidá la relación: recordá fechas, detalles o gustos.
- Pedile feedback sincero y hacelo sentir parte del proceso.
- Recompensá su fidelidad con atención preferencial.
- Mantené una comunicación constante, aunque no te compre siempre.

Clave: No des por sentado al cliente fiel. Nutrí el vínculo con gratitud y coherencia.

5) El cliente escéptico

Cómo es:

Cuidadoso, desconfiado o con experiencias negativas previas.
Necesita pruebas concretas antes de creer.

Cómo abordarlo:

- Evitá exageraciones o promesas poco realistas.
- Presentá casos reales, testimonios y ejemplos visuales.
- Mostrale resultados medibles o pruebas de tu experiencia.
- Sé paciente y coherente: la credibilidad se construye con calma.

Clave: La seguridad que transmitís es más poderosa que cualquier argumento.

¿Qué tipo de cliente predomina en tu negocio?

Cada emprendimiento atrae distintos perfiles.

Por ejemplo, si ofrecés asesorías o coaching, tus clientes suelen ser emocionales o racionales, mientras que en productos de consumo rápido pueden predominar los impulsivos o escépticos.

Conocer esto te permite adaptar tu comunicación, elegir los canales adecuados y diseñar estrategias más efectivas.

EL CLIENTE: TU ALIADO PRINCIPAL

Ejercicio práctico – “Mi mapa de clientes”

- Elegí tres clientes (reales o potenciales).
- Escribí:
 - ¿Qué buscan?
 - ¿Qué los motiva emocionalmente?
 - ¿Qué los frena al decidir?
 - ¿Qué tipo de cliente son (racional, emocional, impulsivo, leal o escéptico)?
- Analizá:
 - ¿Cuál es el tipo que más se repite?
 - ¿Qué podrías ajustar en tu mensaje para conectar mejor con él?

Tip: Si no tenés clientes todavía, imaginá a tu “cliente ideal” y completá el ejercicio igual. Te ayudará a clarificar tu público objetivo.

Vender no es cambiar lo que hacés para agradar a todos, sino entender a quién podés servir mejor.

Cuando lográs identificar el tipo de cliente que se alinea con tus valores y propuesta, la venta deja de ser un esfuerzo y se convierte en una relación de confianza.

“Conocer a tu cliente es el primer paso para acompañarlo, no para convencerlo.”

EL VENDEDOR: CONOCÉ TU ESTILO

Vender no es un talento innato, es una habilidad que se construye desde el autoconocimiento.

Cuando sabés quién sos, cómo comunicás y qué energía transmitís, podés conectar de forma más auténtica con tus clientes.

“La venta más importante es la que hacés con vos mismo: creer que lo que ofrecés tiene valor.”

Cada persona tiene una manera única de acercarse al cliente. Algunos inspiran, otros planifican, otros generan empatía inmediata. Ninguno es mejor que otro —lo importante es identificar tu estilo y aprender a equilibrarlo.

Tipos de vendedor/a y cómo potenciarlos

Te presento los cinco perfiles más comunes.

Podés reconocer rasgos de más de uno: eso es normal. Lo esencial es descubrir cuál predomina en vos y cómo usarlo a tu favor.

1) El vendedor relacional

Cómo es:

Cálido, empático, genera vínculos auténticos. Le interesa más la relación que la transacción.

Le cuesta decir “no” o pedir el cierre, pero logra fidelizar clientes a largo plazo.

Fortalezas:

- Escucha activa.
- Genera confianza y cercanía.
- Entiende las emociones del cliente.

Desafíos:

- Evitar involucrarse en exceso.
- Aprender a poner límites y cerrar con claridad.

Cómo potenciarlo:

- Prepará tus cierres de venta con frases naturales (“¿Querés que avancemos?”).
- Formalizá acuerdos sin perder calidez.
- Anotá tus contactos y hacé seguimiento estructurado.

“Tu empatía es tu mayor fortaleza. No la cambies, organizala.”

EL VENDEDOR: CONOCÉ TU ESTILO

2) El vendedor técnico

Cómo es:

Metódico, estructurado, domina a fondo su producto o servicio.
Le gusta responder preguntas y brindar información detallada.

Fortalezas:

- Conocimiento sólido.
- Claridad en la presentación.
- Precisión y profesionalismo.

Desafíos:

- Evitar el exceso de datos.
- Aprender a conectar emocionalmente.

Cómo potenciarlo:

- Equilibrá la información con ejemplos y emociones.
- Practicá storytelling: contá cómo tu producto ayudó a alguien real.
- Recordá que el cliente no siempre quiere saber “cómo”, sino “por qué”.

“La información abre la puerta; la conexión hace que el cliente entre.”

3) El vendedor inspiracional

Cómo es:

Motivador, entusiasta, transmite pasión y propósito. Suele ser excelente en eventos, presentaciones o charlas.
A veces se deja llevar por la emoción y puede olvidar los detalles prácticos.

Fortalezas:

- Inspira y contagia energía.
- Genera entusiasmo inmediato.
- Motiva la acción.

Desafíos:

- Mantener la constancia.
- Estructurar procesos y seguimiento.

Cómo potenciarlo:

- Combiná tu energía con herramientas concretas (CRM, agenda, checklist).
- Cerrá tus presentaciones con pasos claros: “El siguiente paso sería...”.
- Usá tu propósito como hilo conductor de cada conversación.

“Tu pasión abre puertas; tu organización las mantiene abiertas.”

EL VENDEDOR: CONOCÉ TU ESTILO

4) El vendedor estratega

Cómo es:

Planificador, analítico, busca resultados medibles. Organiza el proceso comercial con objetivos y métricas.

Tiende a centrarse en los resultados más que en la emoción.

Fortalezas:

- Claridad de metas.
- Orden y seguimiento.
- Capacidad de análisis.

Desafíos:

- Evitar parecer distante o poco humano.
- Recordar que detrás de cada número hay una persona.

Cómo potenciarlo:

- Incorporá preguntas empáticas en tus entrevistas de venta.
- Practicá escuchar sin interrumpir.
- Medí también indicadores emocionales: satisfacción, confianza, vínculo.

“La estrategia es el mapa, pero la conexión es el camino.”

5) El vendedor creativo

Cómo es:

Original, espontáneo, rompe moldes. Ve oportunidades donde otros no las ven. Su entusiasmo genera ideas innovadoras, aunque puede dispersarse.

Fortalezas:

- Capacidad de innovación.
- Flexibilidad ante los cambios.
- Gran energía para generar ideas nuevas.

Desafíos:

- Mantener foco.
- Cumplir rutinas de seguimiento y cierre.

Cómo potenciarlo:

- Usá tu creatividad para diseñar experiencias memorables para tus clientes.
- Establecé rituales simples de organización (listas diarias, agenda visual).
- Traducí tus ideas en acciones medibles.

“Tu creatividad es luz: canalizala para que ilumine el camino del cliente.”

EL VENDEDOR: CONOCÉ TU ESTILO

Encontrá tu equilibrio

No hay un “tipo ideal”.

Los grandes vendedores mezclan lo mejor de varios estilos, según el cliente y el momento.

Por ejemplo:

- Ante un cliente racional, usá tu lado técnico y estrategia.
- Ante un cliente emocional, activá tu perfil relacional o inspiracional.
- Ante un cliente escéptico, combiná técnica, empatía y constancia.

“La venta efectiva no depende de cambiar quién sos, sino de usar tu autenticidad con inteligencia.”

Ejercicio – “Mi perfil de vendedor/a”

Parte 1: Autoconocimiento

Marcá con un ✓ los rasgos que más te identifican:

Rasgo	Me representa
Escucho y conecto fácilmente con las personas.	
Soy detallista y me gusta explicar cómo funciona todo.	
Me entusiasma hablar de lo que hago.	
Planifico mis pasos con estrategia.	
Tengo muchas ideas nuevas todo el tiempo.	

Parte 2: Reflexión

1. ¿Qué tipo de vendedor/a predominó en vos hasta ahora?
2. ¿Qué tipo necesitás potenciar para alcanzar mejores resultados?
3. ¿Qué acción concreta podés hacer esta semana para equilibrar tu estilo?

Ejemplo:

“Soy muy relacional y emocional, pero me cuesta cerrar. Esta semana voy a practicar frases de cierre con seguridad.”

El mejor vendedor no es el que más habla, sino el que más escucha.

El que entiende que cada cliente tiene su propio ritmo, y que su rol es acompañar ese proceso con propósito, coherencia y servicio.

*“Cuando vendés desde tu esencia, inspirás confianza.
Y cuando hay confianza, la venta llega sola.”*

HABILIDADES Y TÉCNICAS DE VENTA

De la venta tradicional a la venta consciente

Durante años se enseñó a vender desde la presión o la persuasión forzada: técnicas que ponían el foco en cerrar a cualquier precio.

Hoy el paradigma cambió. El nuevo vendedor —el que genera resultados sostenibles— entiende que la venta es un acto de servicio.

“No se trata de convencer, sino de comprender.”

Vender con propósito significa escuchar activamente, descubrir lo que el otro necesita, y ofrecer una solución coherente con eso.

Cuando tu producto o servicio mejora la vida de alguien, vender se transforma en un puente de transformación, no en una transacción.

Las habilidades esenciales del vendedor consciente

Estas son las 5 habilidades clave que distinguen a los vendedores de alto impacto.

1) Escucha activa

No es solo oír palabras: es captar emociones, silencios, gestos y necesidades ocultas. Un cliente puede decir “lo voy a pensar”, pero su tono puede expresar miedo, duda o falta de confianza.

Escuchar activamente es leer entre líneas.

Ejercicio práctico:

Durante tu próxima conversación de venta, anotá tres cosas que el cliente no dijo directamente pero pudiste percibir.

HABILIDADES Y TÉCNICAS DE VENTA

2) Comunicación empática

La empatía es la llave de entrada al corazón del cliente.

Consiste en ponerse en su lugar, comprender su punto de vista y responder con autenticidad.

No es decir “te entiendo”, sino demostrarlo con tono, lenguaje y actitud.

Tips para aplicar:

- Usá un lenguaje claro, sin tecnicismos.
- Parafraseá lo que el cliente dice para mostrar comprensión (“Entonces lo que buscás es...”).
- Validá sus emociones (“Es lógico que tengas dudas, a muchos les pasa antes de decidir”).

“La empatía vende más que cualquier argumento.”

3) Habilidad para detectar necesidades

Cada cliente compra por una razón diferente: resolver un problema, alcanzar un deseo o sentirse más seguro.

Tu rol es descubrir el “por qué real” detrás de cada compra.

Herramienta: Método SPIN (Neil Rackham).

SPIN son las siglas de cuatro tipos de preguntas que te ayudan a guiar la conversación:

- Situación ⇒ ¿Cómo es tu contexto actual?
- Problema ⇒ ¿Qué dificultad estás enfrentando?
- Implicación ⇒ ¿Qué pasa si eso no cambia?
- Necesidad/Solución ⇒ ¿Qué te gustaría que ocurra?

“Cuando el cliente se escucha a sí mismo hablando de su problema, está más cerca de aceptar tu solución.”

HABILIDADES Y TÉCNICAS DE VENTA

4) Storytelling: contar para conectar

Las historias activan la mente emocional.

Cuando compartís una experiencia real —tuya o de un cliente—, ayudás al otro a imaginarse dentro de esa historia.

Ejemplo:

“Hace poco una emprendedora que empezó sin saber cómo ofrecer sus servicios aplicó este método, y en tres meses duplicó su facturación. Lo que cambió fue su forma de comunicarse.”

Ejercicio:

Escribí una mini historia de éxito de un cliente o experiencia propia que refleje el valor de tu producto o servicio.

“Las personas compran emociones que luego justifican con razones.”

5) Manejo de objeciones

Las objeciones no son obstáculos, son señales de interés.

Si el cliente objeta, significa que está pensando en comprar, pero necesita más información o seguridad.

Tipos comunes de objeciones:

1. Precio: “Es caro.”
2. Tiempo: “No tengo tiempo ahora.”
3. Comparación: “Estoy viendo otras opciones.”
4. Desconfianza: “No sé si me va a funcionar.”

Cómo responder:

- Escuchá sin interrumpir.
- Agradecé la sinceridad. (“Gracias por contarlo, así puedo explicarte mejor.”)
- Reformulá la objeción como una pregunta.

Ejemplo: “¿Querés que te cuente qué incluye este valor?”

- Volvé al beneficio.
- “Entiendo que estás comparando precios, y justamente por eso te muestro lo que te asegura resultados concretos.”

“Las objeciones no se combaten: se comprenden y se acompañan.”

HABILIDADES Y TÉCNICAS DE VENTA

La secuencia natural de una venta efectiva

1. **Preparación:** conocé a tu cliente (perfil, contexto, emociones).
2. **Conexión:** abrí la conversación desde el interés genuino, no desde la urgencia.
3. **Exploración:** hacé preguntas inteligentes (SPIN).
4. **Presentación:** mostrá la solución enfocándote en beneficios, no en características.
5. **Validación:** escuchá las dudas y respondé con empatía.
6. **Cierre:** pedí el compromiso con naturalidad.
7. **Seguimiento:** fortalecé la relación, incluso si no compra aún.

Ejercicio vivencial – “Del producto al propósito”

Objetivo: aprender a traducir lo que vendés en un mensaje emocional que conecte con la necesidad real del cliente.

1. Escribí qué ofrecés (producto o servicio).
2. Anotá qué problema soluciona.
3. Identificá qué emoción genera cuando se resuelve.
4. Redactá una frase de venta con propósito.

Ejemplo:

“Ofrezco mentorías para emprendedores.

Ayudo a quienes se sienten estancados a encontrar claridad y acción.

Cuando logran avanzar, sienten confianza y motivación.

Mi frase de venta: ‘Te acompaño a convertir tus ideas en resultados reales, con claridad y propósito.’”

Vender es escuchar, entender y acompañar.

Cuando el foco deja de estar en “cerrar” y pasa a estar en “servir”, el proceso se vuelve natural, fluido y exitoso.

“No hay mejor técnica de venta que creer profundamente en el valor de lo que ofrecés.”

HABILIDADES Y TÉCNICAS DE VENTA

“Tu cuerpo también vende. La energía que transmitís puede abrir o cerrar una venta antes de que hables.”

1) La comunicación no verbal: el lenguaje que más vende

Más del 70% de la comunicación es no verbal.

Tu tono de voz, gestos, postura y mirada influyen más que las palabras que elegís. Por eso, en toda conversación de venta, vos sos el mensaje.

Elementos clave del lenguaje no verbal:

- Mirada: transmite confianza, seguridad y conexión. Evitá mirar al suelo o desviar la vista constantemente.
- Postura: erguida, relajada, con hombros abiertos. Denota seguridad y receptividad.
- Gestos: acompañan el mensaje, no lo exageran. Manos visibles y movimientos suaves generan credibilidad.
- Tono de voz: firme pero amable. El entusiasmo debe sentirse sin volverse invasivo.

“El cuerpo no miente. Si creés en lo que ofrecés, se nota.”

2) Rapport: el arte de generar sintonía

El rapport es una técnica esencial en ventas y coaching.

Significa crear una conexión genuina con la otra persona, a través de la sintonía emocional, verbal y corporal.

Cuando hay rapport, el cliente se siente cómodo, comprendido y confiado.

Cómo generar rapport:

1. Observá y espejá sutilmente el tono, ritmo y lenguaje corporal del cliente.
2. Si es tranquilo, bajá tu velocidad. Si es entusiasta, acompañá su energía.
3. Usá su mismo tipo de lenguaje: visual (“veo lo que decís”), auditivo (“te escucho”), o kinestésico (“siento que...”).
4. Buscá puntos en común: intereses, experiencias o valores compartidos.

“Cuando el cliente siente que lo entendés, deja de defenderse y empieza a confiar.”

HABILIDADES Y TÉCNICAS DE VENTA

Neuroventas: cómo funciona la mente del comprador

Las neuroventas estudian cómo el cerebro toma decisiones de compra.

Sabemos que el 85% de las decisiones se originan en el inconsciente emocional, no en la razón.

Por eso, vender eficazmente implica hablarle al cerebro emocional, no solo al racional.

Los tres cerebros en una venta:

- **Cerebro reptiliano: busca seguridad y supervivencia.**

Mostrá garantías, confianza, claridad y estabilidad.

- **Cerebro límbico: se mueve por emociones y vínculos.**

Usá historias, empatía y lenguaje humano.

- **Cerebro neocórtex: analiza datos y argumentos racionales.**

Apoyá con cifras, beneficios concretos y resultados.

“Las personas compran desde la emoción y justifican con la razón.”

Activadores mentales de decisión

Son estímulos que despiertan el interés o la acción de compra.

Usados con ética, potencian la comunicación y la conexión.

Principales activadores:

- Escasez: “Solo quedan 5 lugares.”
- Urgencia: “Cierre de inscripción mañana.”
- Autoridad: “Método probado por más de 200 emprendedores.”
- Prueba social: “Recomendado por quienes ya lograron resultados.”
- Pertenencia: “Formá parte de una comunidad de emprendedores que creen en su propósito.”
- Recompensa: “Inscribite hoy y recibí una sesión adicional de acompañamiento.”

“Un activador funciona cuando conecta con una emoción, no cuando manipula.”

HABILIDADES Y TÉCNICAS DE VENTA

Lenguaje de influencia positiva

El lenguaje crea realidades. En ventas, las palabras que elegís pueden abrir posibilidades o generar rechazo.

Ejemplos prácticos:

- En lugar de decir “No se preocupe”, decí “Está todo bajo control.”
- En lugar de “Si querés comprar”, decí “Cuando empieces a usarlo...”
- En lugar de “Es caro”, decí “Es una inversión que te permite...”
- En lugar de “No te va a fallar”, decí “Funciona con total garantía.”

Tip: evitá el “no”, “pero” y “problema”. Sustituílos por afirmaciones y soluciones.

“La influencia ética no busca manipular, sino inspirar confianza.”

Cómo cerrar una venta con confianza

El cierre no es el final del proceso, sino el resultado natural de una buena conexión. El cliente ya decidió emocionalmente; solo necesita un empujón racional y amable.

Pasos del cierre efectivo:

1. Confirmá el interés (“¿Te gustaría que te acompañe con esto?”).
2. Reforzá el beneficio clave (“Esto te va a permitir resolver...”).
3. Pedí la acción de forma natural (“Podemos avanzar hoy mismo si te parece bien.”).
4. Celebrá la decisión (“Excelente, estás dando un paso importante.”).

“Cerrarás una venta cuando abrís una relación.”

HABILIDADES Y TÉCNICAS DE VENTA

Ejercicio – “Neuroventa en acción”

Objetivo: integrar comunicación verbal, no verbal y emocional en una presentación de venta.

1. Elegí un producto o servicio que ofrezcas.
2. Identificá el problema que soluciona (cerebro reptiliano).
3. Escribí qué emoción positiva genera (cerebro límbico).
4. Detallá un dato o resultado concreto (neocórtex).
5. Armá una mini presentación de 30 segundos que combine los tres niveles.

Ejemplo:

“Mi programa de mentoría ayuda a emprendedores que se sienten estancados (seguridad).

Cuando logran claridad y foco, recuperan la confianza y motivación (emoción).

En solo 8 semanas, más de 200 personas ya transformaron su proyecto en resultados reales (razón).”

Vender no es un talento innato: es una habilidad que se aprende, se practica y se pule con conciencia.

El secreto está en alinear mente, cuerpo y emoción, para que lo que decís, hacés y sentís transmitan coherencia.

“Cuando tu mensaje y tu energía dicen lo mismo, la venta se convierte en una conversación natural entre dos personas que se entienden.”

NEGOCIACIÓN Y PERSUASIÓN

La negociación como parte natural del proceso de venta

Negociar no significa “regatear” o “ceder”, sino encontrar un punto de equilibrio entre las necesidades de ambas partes.

Es un proceso de comunicación, empatía y estrategia donde el objetivo no es imponer, sino crear valor conjunto.

“Un buen negocio es aquel en el que ambas partes quieren volver a encontrarse.”

La negociación no empieza cuando el cliente dice “¿podés hacerme un descuento?”, sino desde el primer contacto.

Cada palabra, gesto y actitud que tengas influye en la percepción del valor.

Antes de negociar, prepárate mentalmente

El 80% del éxito en una negociación depende de la preparación previa.

Antes de sentarte a conversar, preguntate:

1. ¿Qué quiero lograr realmente? (Mi objetivo principal)
2. ¿Qué puedo ofrecer y qué no estoy dispuesta/o a ceder?
3. ¿Qué gana la otra parte si llegamos a un acuerdo?
4. ¿Qué alternativas tengo si no se cierra este trato?

Este último punto se llama BATNA (Best Alternative To a Negotiated Agreement): tu mejor alternativa posible fuera del acuerdo.

Conocer tu BATNA te da seguridad y evita negociar desde la necesidad.

“Quien necesita vender a toda costa, pierde poder. Quien conoce su valor, negocia desde la confianza.”

NEGOCIACIÓN Y PERSUASIÓN

Estilos de negociación

Existen distintos modos de encarar una negociación. Ninguno es mejor o peor, pero conocerlos te permite adaptarte al otro y elegir el más conveniente para cada situación.

Estilo	Descripción	Riesgo	Cuándo usarlo
Competitivo	Busca ganar rápido. Prioriza su propio interés.	Rompe relaciones a largo plazo.	En acuerdos únicos o de corto plazo.
Evasivo	Evita el conflicto o posterga la decisión.	Puede perder oportunidades.	Cuando el contexto emocional está tenso y conviene esperar.
Acomodador	Cede con facilidad para mantener la relación.	Puede sentir frustración.	Cuando el vínculo vale más que el resultado puntual.
Colaborador (ganar-ganar)	Busca soluciones que beneficien a ambas partes.	Requiere tiempo y comunicación abierta.	En relaciones a largo plazo y alianzas estratégicas.

“El mejor negociador no es el que cede, sino el que escucha y construye puentes.”

NEGOCIACIÓN Y PERSUASIÓN

Claves de una negociación efectiva

- *Escuchar antes de hablar.*

Entendé qué valora realmente el otro. A veces el precio no es el problema, sino la confianza o el tiempo.

- *Preguntar con intención.*

“¿Qué es lo más importante para vos en esta decisión?” abre puertas que un argumento no lograría.

- *Reconocer emociones.*

Las negociaciones no se traban por los números, sino por los egos. Validar la emoción del otro reduce la tensión.

- *Buscar intereses comunes.*

Más allá de lo que cada uno pide, preguntate: ¿qué necesidad compartimos?

- *Cuidar el lenguaje corporal.*

Mantener contacto visual, una postura abierta y tono tranquilo genera credibilidad.

“En toda negociación, el respeto es la moneda que más valor tiene.”

Persuasión: influir sin imponer

Persuadir no es manipular.

La manipulación busca el beneficio propio; la persuasión consciente busca el beneficio mutuo.

Se trata de influir en las percepciones del otro con integridad, mostrando cómo lo que ofrecés puede realmente ayudarlo.

Las 3 bases de la persuasión ética:

1. Confianza: sin credibilidad, no hay influencia.
2. Claridad: los mensajes simples se recuerdan; los confusos se olvidan.
3. Coherencia: cuando lo que decís coincide con lo que hacés, generás seguridad.

“Las palabras convencen, pero el ejemplo arrastra.”

NEGOCIACIÓN Y PERSUASIÓN

Estrategias de persuasión práctica

- Reformulación positiva: si el cliente dice “es caro”, respondé “entonces querés estar seguro de que vale lo que cuesta, ¿verdad?”.
- Prueba social: mostrale resultados de otros clientes que se beneficiaron con tu propuesta.
- Lenguaje futuro: usá frases como “cuando empieces a usarlo” o “vas a notar los resultados”.
- Reciprocidad: ofrecé algo de valor antes de pedir. Un consejo, una muestra, una atención personalizada.

“El cerebro humano está programado para devolver el favor. Si ayudás primero, el cierre llega solo.”

Ejercicio – “Tu estilo de negociación”

Objetivo: identificar tu estilo personal y fortalecer tu enfoque.

1. Recordá una situación reciente de negociación (laboral, con un cliente o incluso personal).
2. Anotá:
 - ¿Qué resultado lograste?
 - ¿Qué estilo usaste (competitivo, evasivo, acomodador, colaborador)?
 - ¿Cómo te sentiste?
3. Reflexioná: ¿Qué podrías mejorar para lograr un acuerdo más equilibrado y satisfactorio?

“Cada negociación es una oportunidad de conocerte mejor y crecer como líder.”

Negociar con conciencia es una habilidad esencial para cualquier emprendedor. No se trata de ganar una batalla, sino de construir relaciones sostenibles donde el valor se multiplica.

Tu capacidad de comunicarte con respeto, empatía y visión marcará la diferencia entre una venta puntual y una alianza duradera.

“Negociar con propósito es liderar desde la confianza.”

NEGOCIACIÓN Y PERSUASIÓN

“El verdadero poder de la persuasión no está en hablar más fuerte, sino en escuchar más profundo.”

El poder emocional en la negociación

Toda negociación tiene dos niveles: el racional (precio, plazos, condiciones) y el emocional (confianza, miedo, ego, percepción de valor).

Podés dominar los argumentos, pero si no sabés leer las emociones, difícilmente cierres acuerdos duraderos.

“Las personas olvidan lo que dijiste, pero nunca olvidan cómo las hiciste sentir.” — Maya Angelou

La clave está en equilibrar emoción y razón: conectar primero, argumentar después. Cuando el cliente se siente comprendido, baja su resistencia y abre su mente a las posibilidades.

Neurociencia de la persuasión

La neurociencia aplicada a las ventas demuestra que las decisiones se activan en el sistema límbico —el cerebro emocional— y luego se justifican con el neocórtex.

Por eso, una presentación racional sin conexión emocional genera interés, pero no acción.

Los tres gatillos cerebrales que activan el “sí”:

- **Relevancia personal:** el cerebro solo presta atención a lo que percibe como útil o significativo. Mostrá cómo tu propuesta impacta directamente en su vida o negocio.
- **Simplicidad:** menos es más. Explicaciones breves y visuales se procesan más rápido.
- **Visualización:** ayudá al cliente a imaginar el resultado. “Imaginate dentro de unos meses disfrutando los resultados de este cambio...”

“El cerebro compra imágenes, no argumentos.”

NEGOCIACIÓN Y PERSUASIÓN

Lenguaje emocional de influencia

El lenguaje tiene poder: puede inspirar confianza o generar rechazo. Usar palabras que activen emociones positivas fortalece la conexión.

Ejemplos de lenguaje emocional efectivo:

- En lugar de “ofrecer”, decí “acompañar”.
- En lugar de “producto”, decí “solución”.
- En lugar de “vender”, decí “ayudar a lograr”.
- En lugar de “cliente”, decí “persona con propósito”.

“Las palabras crean puentes invisibles entre lo que el otro siente y lo que vos querés transmitir.”

Cómo manejar el “no” con inteligencia emocional

Escuchar un no no significa perder una venta, sino recibir información. El no puede significar: “no ahora”, “no entiendo”, o “no confío todavía”. Tu tarea es descubrir qué tipo de no estás recibiendo.

Pasos para transformar el “no” en oportunidad:

1. *Respirá antes de responder.* No tomes el rechazo como algo personal.
2. *Preguntá con curiosidad:* “¿Podés contarme qué te genera duda?”
3. *Agradecé la sinceridad:* “Gracias por decírmelo, me ayuda a mejorar.”
4. *Mantené la conexión:* ofrecé un seguimiento o envío de información adicional.
5. *Anotá lo aprendido:* cada “no” te enseña algo sobre el mercado, el cliente o tu propuesta.

“El rechazo no es el final del camino, sino una señal para ajustar la estrategia.”

NEGOCIACIÓN Y PERSUASIÓN

Estrategias de cierre persuasivo

Un cierre persuasivo no presiona, acompaña.

El cliente debe sentir que está tomando una decisión libre y positiva.

Claves para un cierre auténtico:

- *Resumen emocional: recordá los beneficios que más lo movilizaron.*
“Hoy estás a un paso de lograr eso que tanto buscás.”
- *Validación personal: reforzá su confianza.*
“Se nota que estás decidido a crecer.”
- *Cierre suave: pedí el compromiso con naturalidad.*
“¿Querés que avancemos con este plan?” o “¿Te gustaría que te acompañe en este proceso?”
- *Celebración: reconocé su decisión.*
“Excelente, estás eligiendo apostar por vos y por tu proyecto.”

Persuasión ética: el liderazgo desde el servicio

Tu forma de vender y negociar habla de quién sos como líder.

La persuasión ética no busca convencer al otro, sino ayudarlo a tomar la mejor decisión para su bienestar.

Cuando creés en el valor de lo que ofrecés, cada conversación se convierte en un acto de servicio.

Esa coherencia emocional es lo que más inspira y genera fidelidad.

“La venta consciente no persigue, atrae. No impone, inspira.”

Ejercicio – “Transformá el No”

Objetivo: entrenar la escucha emocional y la reformulación positiva ante objeciones o rechazos.

1. Pensá en un no que hayas recibido recientemente (de un cliente, socio o incluso personal).
2. Escribí qué emoción te generó.
3. Reformulé esa situación como una pregunta que te ayude a aprender:
4. Ejemplo:
 - “¿Qué parte de mi mensaje no fue clara?”
 - “¿Qué podría mostrar mejor para generar confianza?”
5. Redactá una nueva respuesta que mantenga el vínculo abierto.

“Cada no que te duele te está preparando para un sí más sólido.”

INTEGRACIÓN, REFLEXIÓN Y PRÓXIMOS PASOS

“Vender no es convencer, es conectar. No se trata de hablar más, sino de escuchar mejor.”

Llegamos al final del Módulo 3, un recorrido en el que aprendiste a mirar la venta desde un lugar más humano y consciente.

Porque vender no es manipular, sino servir.

Y cuando el cliente siente que detrás del producto hay una persona auténtica, con propósito y coherencia, la confianza se convierte en la mejor estrategia de fidelización.

“El éxito no está en cerrar muchas ventas, sino en abrir muchas puertas.”

Cada conversación de venta es una oportunidad para crecer, entender y mejorar.

El cliente te muestra tus fortalezas, pero también tus áreas de mejora.

Por eso, te invito a escuchar con propósito, a adaptarte sin perder tu esencia y a recordar que cada intercambio es un reflejo de tu mentalidad emprendedora.

En Creer para Emprender vas a encontrar historias reales de emprendedores que transformaron su manera de vender aplicando estas herramientas, logrando negocios más rentables y humanos.

Si querés seguir fortaleciendo tu proyecto y llevar tu mentalidad emprendedora a un nuevo nivel, te invito a profundizar en mi libro “Creer para Emprender: convierte tu sueño en realidad” (Editorial Barenhaus), donde encontrarás herramientas prácticas, ejemplos reales y estrategias de venta con propósito.

Disponible en librerías o en carolinamiraglio.com.

En el siguiente módulo aprenderás a ordenar tus finanzas, planificar tus movimientos y crear una estructura económica sólida para tu negocio.

Temas que abordaremos:

- Reconocer ingresos, gastos y previsión.
- Planificar movimientos, recortes y cálculos.
- Confeccionar presupuestos y definir precios.
- Controlar inventarios y desarrollar hábitos de ahorro.
- Economía consciente y sostenibilidad emprendedora.

“Emprender también es aprender a administrar: porque la pasión sin control se convierte en estrés, y la organización transforma el esfuerzo en resultados.”