

Tabla de contenido

Introducción	9
El contenido	9
¿A quién está dirigido este libro?	9
¿Cómo inicie la práctica del coaching?	11
¿En qué consiste?	12
¿Y el gerente de ventas?	13
Fundamentos de psicodinámica en las ventas	17
Dominio 1: diseño de prácticas y distinciones de ventas y servicio al cliente	18
Cantidad de actividades de ventas	18
Calidad de las actividades de ventas	20
Fluidez situacional	22
Dominio 2: diseño de estados de ánimo apropiados para el quehacer del profesional de las ventas	23
¿Qué es Programación Neurolingüística?	24
Antecedentes	24
Aplicación de la PNL en mi práctica	25
Estado de ánimo representativos en el profesional de las ventas	26
Dominio 3: diseño de prácticas de comunicación, persuasión e influencia	28
Aplicaciones de la PNL en el dominio de la comunicación no verbal y la persuasión	29
Unión de los dominios de prácticas y distinciones	30
Dominio 4: diseño de la imagen personal del profesional de las ventas	31
Un ejemplo de mal manejo de presentación.....	31
Una atenta invitación	33
Capítulo I. Psicodinámica en el vendedor.....	35
El efecto cantina	35
Cómo los juicios e interpretaciones atentan contra las metas definidas por la mañana	36
Cómo recuperar tu experiencia exitosa como vendedor con PNL	40
La entrevista	41

Resultados	44
Procedimiento	45
Pasos	46
Otros elementos clave en el procedimiento	46
Resumen de prácticas exitosas modeladas de acuerdo con su propia experiencia	48
Cómo ayudar con PNL a un vendedor a disolver sus resistencias.....	48
La transformación de un problema metáfora y su descripción	49
Contacto con “la resistencia”	51
Resultados	53
Procedimiento de la intervención con PNL.....	53
Contra lo inútil de los cursos de ventas.....	54
Los problemas más frecuentes.....	57
Enemigos del vendedor profesional	58
El ego: otro enemigo del vendedor.....	61

Capítulo II. Transiciones y conciencia en la vida del vendedor

Rediseño de la forma de vender de un agente de seguros	65
Características no verbales.....	66
Recomendaciones.....	68
Rediseño de la entrevista.....	69
Recomendaciones para el dominio de la comunicación verbal y no verbal para las ventas	74
Identificación de prácticas de ventas inútiles y frustrantes	77
La inconsciencia en el vendedor.....	80
Acoplamiento estructural del vendedor	81
Nuevas dimensiones	83
Cómo aminorar el impacto de la inconsciencia	83
De empleado a agente de seguros	84
La transición obligada de algunos agentes de seguros	87
La transición.....	88
Alternativas de solución.....	89

