

$$\begin{aligned}
 & \frac{a}{2} \frac{x^y}{a} + \frac{a}{2} \in \frac{x}{a} \Rightarrow \frac{dy}{dx} = \frac{1}{2} \sqrt{1000^3} / \frac{x}{y} = \sqrt{87} \text{ to the 4th power} \\
 & (8)^{-7/10} \div \sqrt{4} \pi \text{ add bean } \frac{1}{2} \sqrt{481} \frac{2}{a_3} \sqrt{\frac{87}{2}} \geq n \geq 3 + 6 \\
 & 9 + \frac{1}{2} = y + 11 \times 22 + 87 \\
 & N \geq \text{beard} \sum_{n=1}^{\infty} -57 \frac{1}{14261(135-n)} 8 \left(\frac{1}{2} \right) \text{exino} + \frac{1}{2} \text{folliclitus} \frac{2}{224} \\
 & (47)^{-6/32} \div \frac{7}{145} \\
 & \text{wise + acre} = \left(\frac{9}{10} \right) 2 \sqrt{48(1)} + \left(\frac{1}{2} + \frac{1}{92} \right) \frac{22}{203} \left\{ \frac{4^\circ}{87} \right\} 1 \sqrt{\frac{85}{125}} \\
 & z \geq \frac{7}{108} \frac{75^\circ}{8} < 626 > (C) \frac{148}{199} P=55 \left(\frac{6}{275} \right) + \frac{\pi}{\sqrt{319}}
 \end{aligned}$$

La fórmula del éxito para la venta webinar



CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

- ¿Sabías que?

El 75% de los nuevos productos / servicios/ empresas FRACASAN en su primer año de vida

- LA VENTA es generar o encontrar ideas, seleccionarlás, implementarlas y **comercializarlas.**

- Lo importante no es tenerlo



- Sino venderlo!

- Adriana Rubio

*Hola
Que tal?*





Eres buen@,

- Tu madre te lo ha dicho siempre
 - Véndete
 - Siempre
 - Sin complejos
 - Sin mentiras
 - Sin toda la verdad...



**Yes
You
can**

EMPREENDEDOR=PRODUCTO

- Si no te compras tú
- Nadie más lo hará



El Comercial

- ¿Nace o se hace?



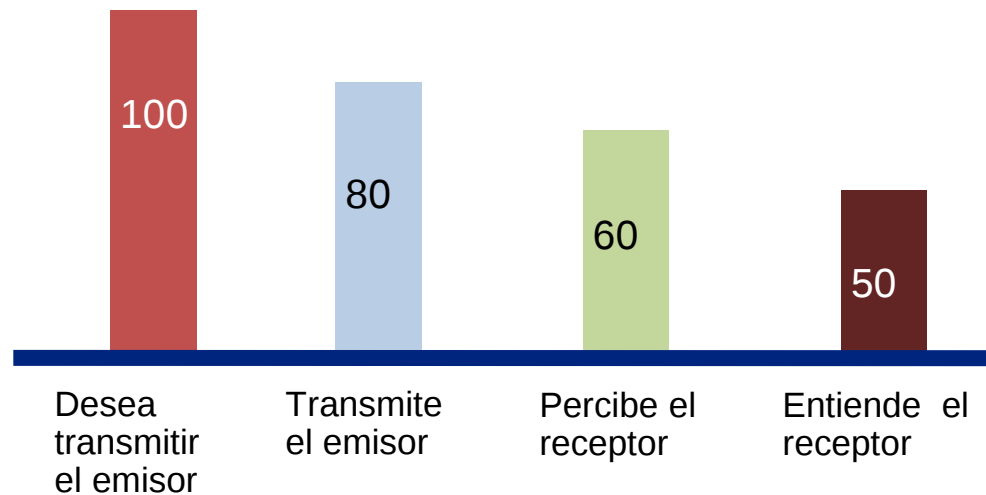
¿ QUÉ ES EL VENDEDOR ?

UN COMUNICADOR

¿Qué es Comunicación?
Y Como usarla en nuestro Beneficio

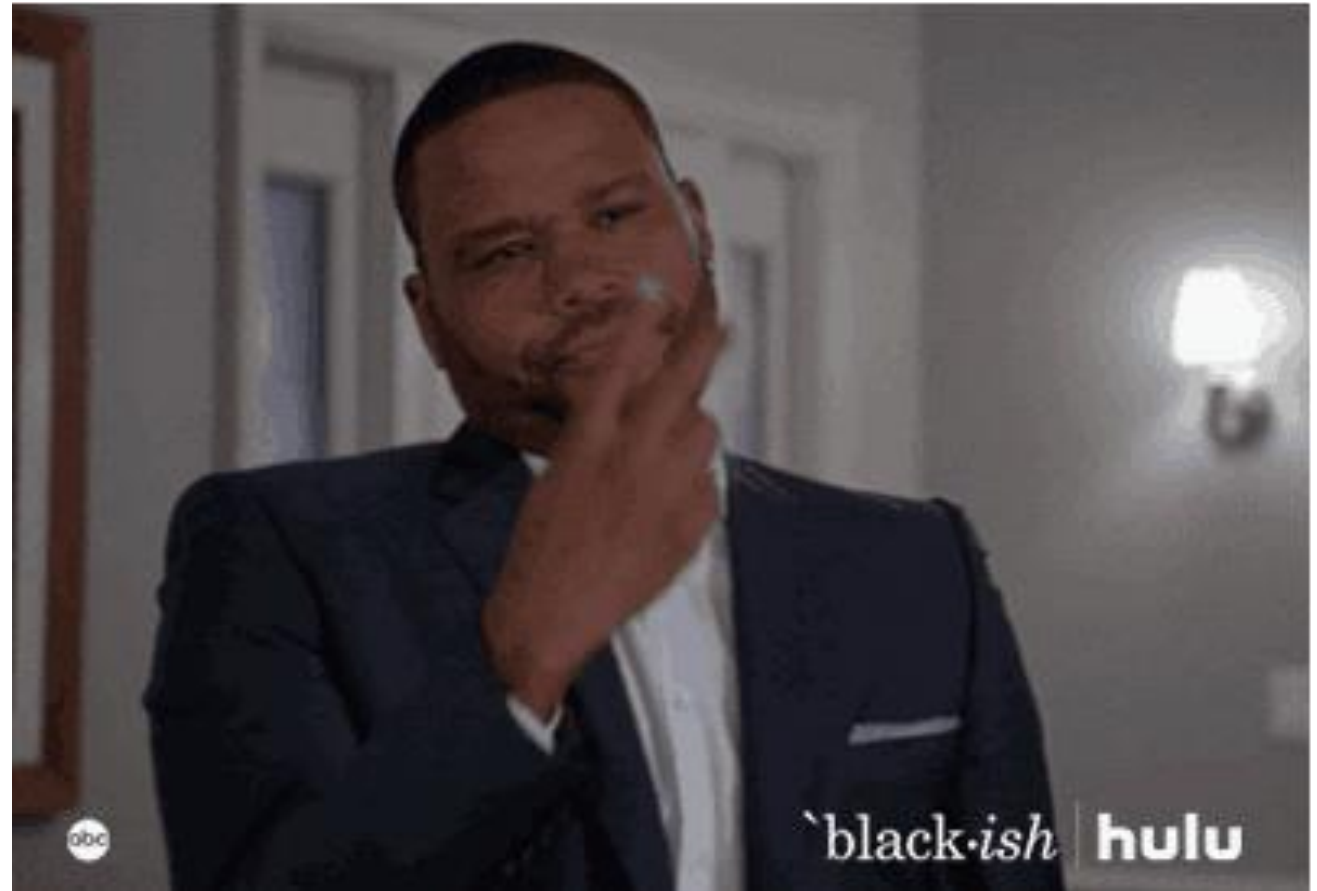
**La *comunicación* es un proceso
mediante el cual un sistema transmite
información a otro sistema que es
capaz de recibirla**

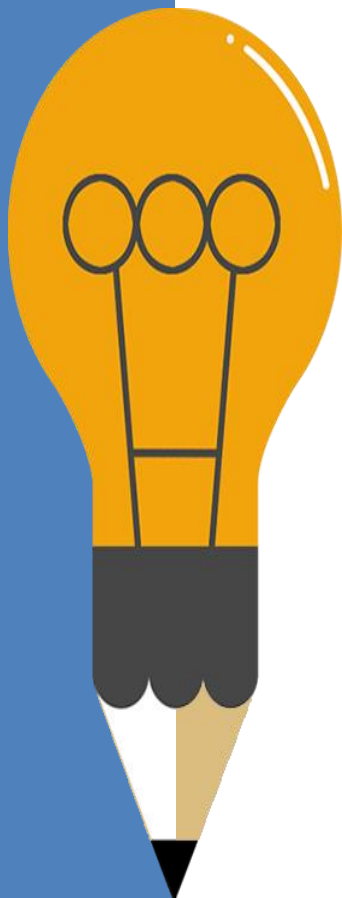
LEY de la Degradación de la comunicación



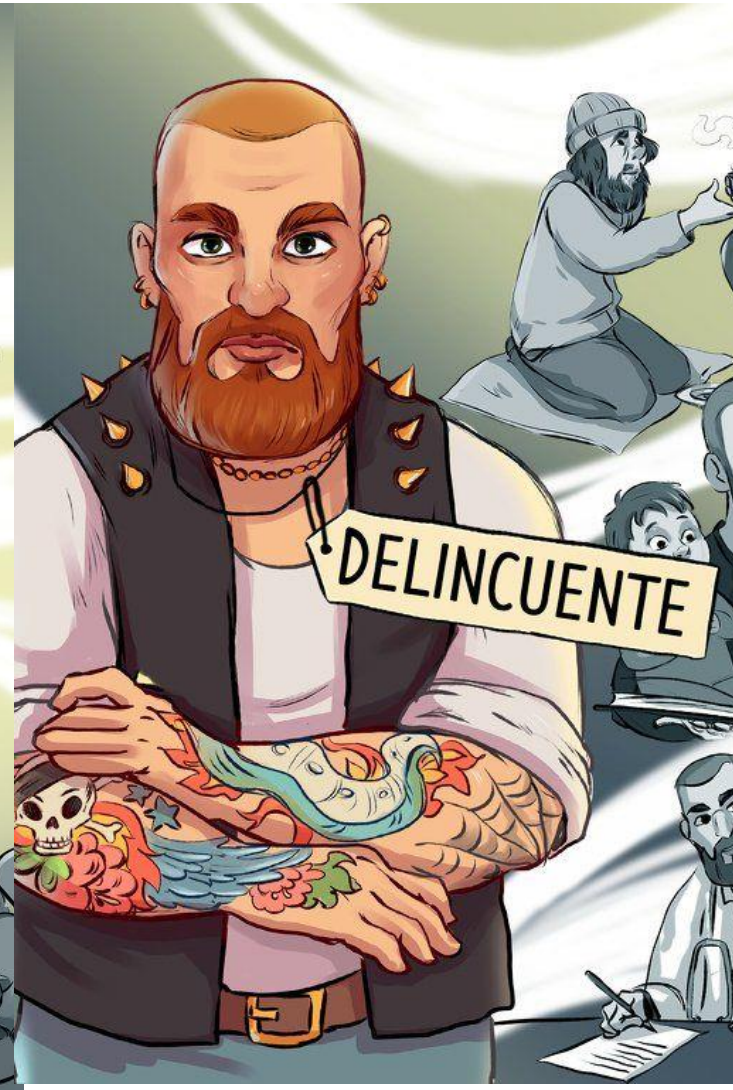
Lo importante en la comunicación no es lo que el emisor dice,
sino lo que el receptor entiende

La Comunicación para la VENTA





• @ADRIANA RUBIO PERIS



ESCUCHA ACTIVA Y VENTA

Comunicar NO ES FÁCIL
Hablar Sí

*“Lo más importante en la comunicación es escuchar lo que
no se dice.”
Peter Drucker.*

$$\begin{aligned}
 & \frac{a}{2} \frac{x^y}{a} + \frac{a}{2} \in \frac{x}{a} \Rightarrow \frac{dy}{dx} = \frac{1}{2} \sqrt{1000^3} / \frac{x}{y} = \sqrt{P7} \text{ to the 4th power} \\
 & (B)^{-7/10} \div \sqrt{4} \pi \text{ add bean } \frac{1}{2} \sqrt{481} \frac{2}{a_3} \sqrt{\frac{87}{2}} \geq n \geq 3 + 6 \\
 & 9 + \frac{1}{2} = y + 11 \times 22 + 87 \\
 & N \geq \text{beard} \sum_{n=1}^{\infty} -57 < \hat{a} \text{ k } x > ! \frac{1}{6} < \text{DIAMETER} \\
 & (47)^{-6/32} \div \frac{7}{145} \frac{22}{203} \left\{ \frac{4^\circ}{87} \right\} \frac{1}{125} \sqrt{\frac{85}{125}} \\
 & \text{wise + acre} = \left(\frac{9}{10} \right) 2 \sqrt{48(1)} + \left(\frac{1}{R} + \frac{1}{92} \right) \frac{22}{203} \left\{ \frac{4^\circ}{87} \right\} \frac{1}{125} \sqrt{\frac{85}{125}} \\
 & z \geq \frac{7}{108} \frac{75^\circ}{R} < \underline{626} > (C) \frac{148}{199} P=55 \left(\frac{6}{275} \right) + \frac{\pi}{\sqrt{319}}
 \end{aligned}$$

La fórmula de la Venta $CT = V + B/D$

- Características técnicas = Ventajas + Beneficios / Desventajas



No es lo mismo...

Tenemos los mejores cochedones del mercado

Si quieres que tus sueños se cumplan, has venido a la tienda adecuada, nuestros colchones, los hacen todos realidad.



Venta persuasiva

Venta informativa

Venta persuasiva

~~Racional~~ vs. Emocional

Informar de datos vs. generar vínculos



FÓRMULA DE LA VENTA

Ejercicio

- Para facilitar el trabajo de venta rellene el siguiente cuadro para sus productos o servicios y tendrá un buen conocimiento de su producto, pero desde la óptica del cliente.

CARACTERÍSTICAS-FUNCIONES-VENTAJAS-BENEFICIOS				
Características (qué es)	Funciones (qué hace)	Ventajas (en qué es mejor)	Beneficios (para el cliente)	Desventajas (en qué es peor)
• • •	• • •	• • •	• • •	• • •



Rellene este cuadro apuntando todo lo que se le ocurra, aunque sea obvio y después pregúntese si algunas de las ventajas que tiene su producto son relevantes para su cliente. Si es así ¡enhorabuena!

Y si no vas a por todas....

¿A QUÉ VAS?

