

# cabrera<sup>mc</sup>

ACELERANDO LA TRANSFORMACIÓN

---

EQUIPANDO A SU ORGANIZACIÓN CON LA MENTALIDAD,  
COMPETENCIAS Y HABILIDADES QUE NECESITAN PARA TRANSFORMARSE  
EN UN MUNDO EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

# *acelera*

Ventas

DESARROLLANDO LAS NUEVAS CAPACIDADES DE  
VENTAS CON “INSIGHT”

NUEVAS FORMAS DE  
CONECTAR, CONVENCER Y COLABORAR  
CON LOS CLIENTES

## —¿POR QUÉ UN IMPULSO COMO ESTE PARA EL EQUIPO COMERCIAL?

Es momento de acelerar las ventas y de mantener la moral del equipo alta, al tiempo que ponemos en "cuarentena" comportamientos del pasado.

Es hora de explorar en equipo las nuevas formas de vender, incluyendo **virtualmente**, en un momento en el que es fundamental conectar, convencer y colaborar con los clientes.



Photo: Visita a GooglePlex

## — ¿QUÉ HA CAMBIADO?

HEMOS EXPERIMENTADO LOS BENEFICIOS DE LA INTERACCIÓN VIRTUAL A ESCALA

Los clientes quieren interactuar mucho más por medios virtuales que antes.

El **41%** de los CSO han creado nuevos roles híbridos de campo/virtuales.

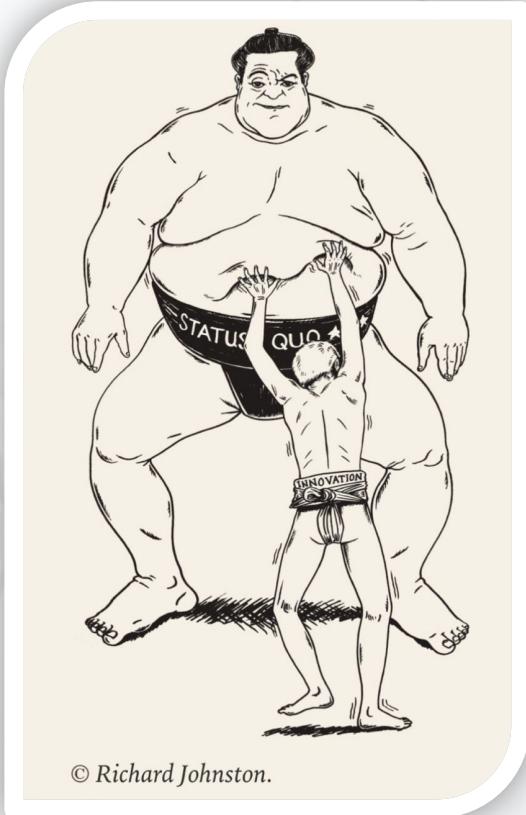
El **37%** de los CSO han hecho una transición permanente de algunas o todas las ventas de campo a roles virtuales.

Fuente: Gartner CSO 2Q2021



Foto: Linkedin Sales Solutions

## —¿DÓNDE ESTÁ LA OPORTUNIDAD A NIVEL COMERCIAL?

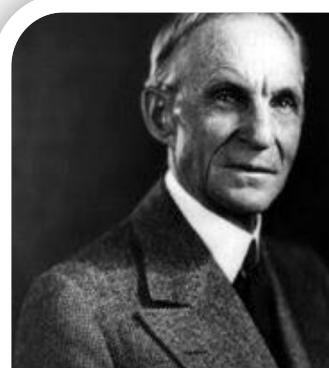


© Richard Johnston.

**El equipo comercial** está para dar forma a las ideas e inspirar cambios que podrían beneficiar el negocio del cliente.

**Los clientes** están más interesados en su **experiencia de compra** y en la respuesta a "por qué" deberían comprar, en lugar de "qué" deberían comprar.

## — ¿COMÓ PODEMOS APORTAR AL CLIENTE?



“IF I HAD ASKED PEOPLE  
WHAT THEY WANTED,  
THEY WOULD HAVE SAID:  
**FASTER HORSES...**”

Henry Ford

“El equipo comercial de mi proveedor me ofrece **perspectivas únicas** y valiosas en el mercado, me ayuda a navegar por la disruptión de mi industria, me educa sobre las nuevas tendencias y oportunidades de mi sector, y me ayuda a **transformar los riesgos y amenazas en oportunidades** de negocio”.

[insights de negocio]

“**No me hace perder el tiempo**, me desafía y siempre me enseña algo nuevo”.

[insights de interacción]

## —¿CUÁL ES EL RETO DEL EQUIPO PARA VENDER MÁS Y MEJOR?



# — ¿CÓMO EVOLUCIONAR EL EQUIPO COMERCIAL?

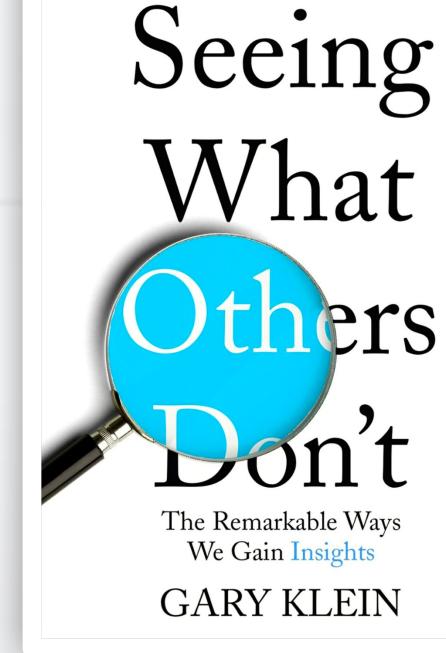
## NIVEL INDIVIDUAL:

### Evolucionar hacia un nuevo tipo de comercial

El perfil retador se enfoca en clientes e interlocutores diferentes, y cuando aborda una oportunidad despliega 3 habilidades de manera sistemática:

1. **Conecta con insights**, ofreciendo perspectivas únicas y diferenciándose de la competencia.
2. **Convierte el insight en oportunidad**, adaptando las palancas de valor al contexto.
3. **Colabora manteniendo el control** y acelerando el proceso.

'No one has taught me more about decision-making' [Malcolm Gladwell](#)



# — ¿CÓMO EVOLUCIONAR EL EQUIPO COMERCIAL?

## NIVEL INDIVIDUAL: Incorporar las competencias de venta digital.

El **74%** de los líderes de ventas (CSO) está incluyendo las habilidades virtuales al perfil de los vendedores.

1. **Destreza Digital**, habilidad y entusiasmo por trabajar en virtual.
2. **Alfabetización en los Datos**, habilidad para comprender, comunicar y actuar con datos .
3. **“Virtual primero”** como forma efectiva de simplificar y acelerar el proceso de compra del cliente [interacciones síncronas y asíncronas].

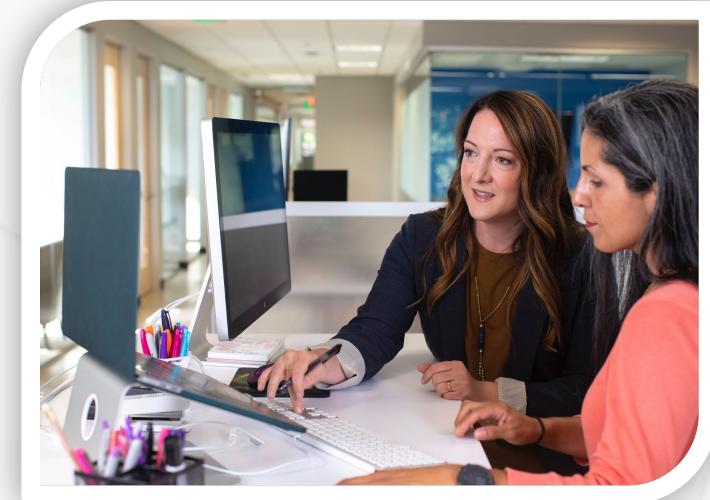


Foto: LinkedIn Sales Solutions

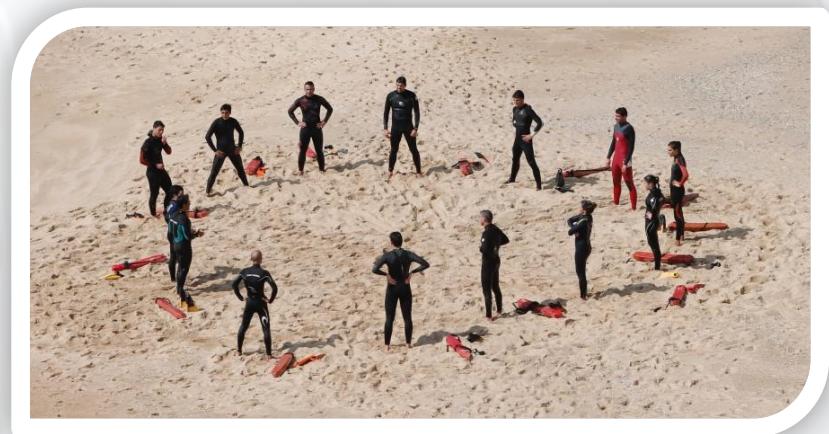
# — ¿CÓMO EVOLUCIONAR EL EQUIPO COMERCIAL?

## NIVEL EQUIPO:

### Construir un equipo comercial ágil e innovador

Un propósito renovado en el que la innovación es parte de la cultura de ventas a través de la generación de insights.

Enfocando al equipo a desarrollar la capacidad de reformular la forma en la que el cliente asigna valor a las áreas en las que superas a tus competidores.



Fotos: Pasar de “Doers” a “Thinkers”, Unsplash

## — EL PROGRAMA

# acelera

Ventas

### PILARES

Equipo de alto rendimiento basado en Insight selling.

Capacidades de venta basadas en Challenger Sale.

Desarrollo de la destreza digital.

Estrategia de ventas y desarrollo de negocio.

Cultura ágil y colaborativa.

Aplicabilidad del contenido.

### RESULTADOS

Aproximación basada en Insight.

Habilidades de venta retadora.

Oportunidades mejor cualificadas.

Aceleración de las ventas.

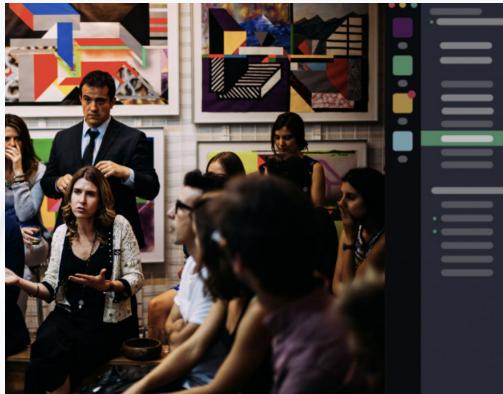
Iniciativas de exploración.

Profesionales con marca personal.

Compromiso con el aprendizaje.

# — ¿CÓMO INVOLUCRAMOS PERSONALMENTE A LOS PARTICIPANTES?

“WHAT'S IN IT FOR ME?”  
LAS TRES VACUNAS PARA LA EMPLEABILIDAD



Competencias  
Digitales



Aprendizaje para  
toda la vida



Espíritu  
emprendedor

# —¿CÓMO LO CONSEGUIMOS EN POCAS SEMANAS?

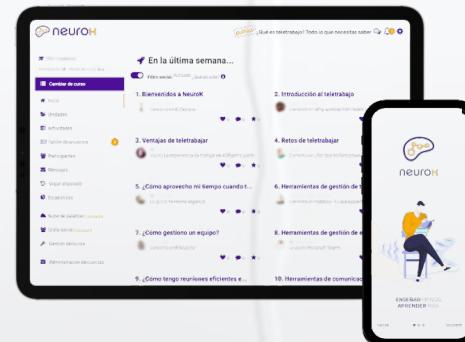
Sesiones  
Online  
Dinámicas



Plataforma de  
aprendizaje  
social



Impacto  
real



Excelente  
**NPS**

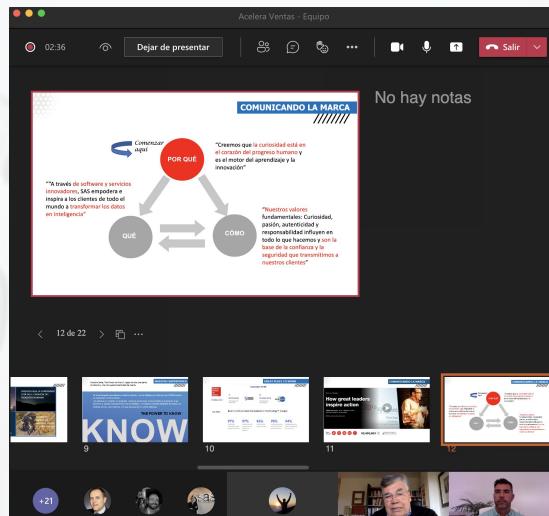
Net Promoting Score  
+75% de los participantes  
**promotores activos del programa**



# — ¿QUÉ HACEMOS PARA ACELERAR EL APRENDIZAJE?

## Sesión Masterclass

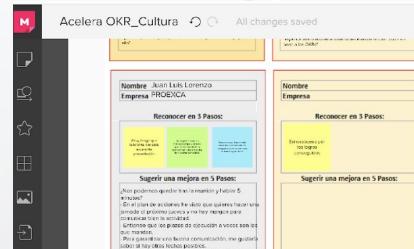
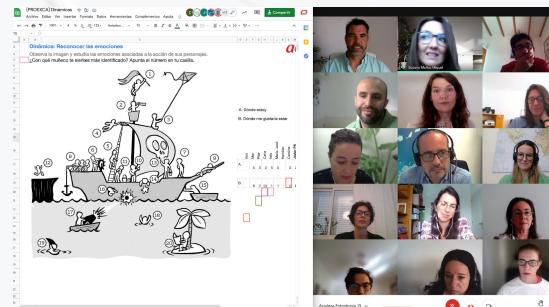
Inicio Semana 90 MINUTOS



Fotos reales programas Acelera

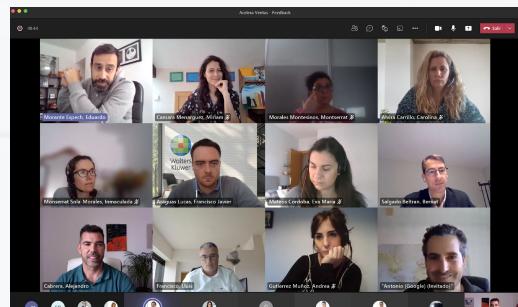
## Sesión Equipo

Mitad Semana 60 MINUTOS



## Entrevista “Practitioners”

Viernes 30 MINUTOS



"Lo que más me ha gustado es la combinación entre teoría y práctica. Las prácticas en conjunto y el intercambio de opiniones entre mis compañeros"

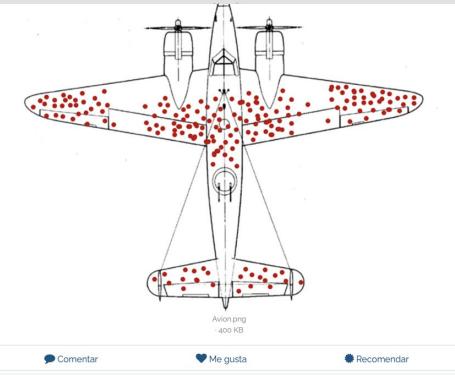
## **ACELERA VENTAS**

### APRENDIZAJE COLECTIVO

A screenshot of a TED talk video. The title 'Want to be happy? Be grateful | David Steindl-Rast' is at the top. The TED logo is in the top-left corner. A play button icon is in the center. The video frame shows a smiling man with a beard, wearing a brown vest over a white shirt. In the bottom-left corner of the video frame, there's a smaller inset image of the same man's face. At the bottom left, there are buttons for 'Ver en' and a YouTube logo. At the bottom right, there are icons for sharing: a person icon, a circular arrow icon, and a 'Compartir' (Share) button.



A white Zipline delivery drone is shown in flight, carrying a medical supply payload. The drone has a black horizontal stabilizer with the word "zipline" written on it in blue. It is flying over a landscape of green fields and hills under a cloudy sky. A video player interface is overlaid on the bottom right of the image, showing the title "Zipline drones airdrop medical supplies to African villages" and a play button.



# ACELEERA VENTAS

## CONTENIDO ESTRUCTURADO Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS DURANTE LA SEMANA

### 3. Semana 1: Nueva mentalidad comercial.

Publicado 11-01-2021



Antes de lanzarnos al mundo de las ventas, trabajemos de dentro hacia afuera. Te sonará el famoso. ABC. Always be closing. Usemos este mismo acrónimo para sumergirnos en algo muy sencillo que tiene un impacto enorme en nuestro bienestar: el modelo ABC. **“beliefs (B) about an adversity (A)—and not the adversity itself—cause the consequent (C) feelings.”** “Tus creencias sobre una adversidad, y no la adversidad en sí misma, causa...

### 4. Semana 2: Crecer con un equipo de ventas moderno.

Publicado 18-01-2021



Las comerciales somos personas orientadas a la acción. Somos más “doers” que “thinkers” por lo general. En el mundo actual esto tiene muchas ventajas. Igualmente, hemos de dedicar tiempo a poner en orden nuestras acciones, actuar bajo un mínimo plan, iterar y aprender. Todo ello en colaboración con todos los que forman parte de la cadena de valor hacia el cliente (Marketing, Preventa, Postventa, Partners...). En esta...

### 5. Semana 3: Conectar con una propuesta de valor diferenciada.

Publicado 25-01-2021



En esta unidad cubriremos lo que es una **propuesta de valor diferencia** y seguiremos **ahondando en** el concepto de **“insight”**. Hablaremos sobre el papel fundamental que el trío **“Marketing, Ventas y Postventa”** juegan para desarrollar las capacidades organizativas que nos permitan su elaboración y puesta en práctica a escala. Para pasar a la acción os compartimos durante la sesión de equipo **3 herramientas** que ayudan a alinear ambos...

### 6. Semana 4: Convencer con los “Insights”

Publicado 01-02-2021



Después de **conectar** con una buena propuesta de valor diferenciada, seguimos añadiendo insights en las fases de cualificación, descubrimiento y discurso de ventas para **convencer** con una propuesta ganadora. En esta unidad seguiremos avanzando en el concepto de **“insight”** y adoptaremos un sencillo marco de comunicación para inspirar a los clientes a la acción (con nosotros). Cubriremos la estructura de las...

### 7. Semana 5: Colaborar para acelerar.

Publicado 08-02-2021



Como hemos venido insistiendo a lo largo del programa, conforme vamos avanzando en el proceso de ventas debemos ser capaces de ir generando valor para el cliente al tiempo que **co-creamos** con él. Ello nos ayudará a diferenciarlos y a poder defender el valor de nuestros servicios y soluciones. Compartimos en esta unidad una serie de prácticas que nos facilitarán esta colaboración. Una herramienta fundamental son los...

### 8. Semana 6: Continuar con una Cultura de Éxito

Publicado 15-02-2021



A lo largo del curso hemos aprendido varias técnicas y “frameworks” que nos ayudarán a **conectar**, **convencer** y **colaborar** con los clientes. **Nos acercamos al cierre**, y aunque ya hemos negociado en varios aspectos es el momento en el que deberíamos ver los frutos de haber posicionado nuestra propuesta de valor diferenciada (**con insights de negocio**) y nuestro saber hacer (**insights de interacción**). **¿Qué viene después?** ¿El...

### Actividad Personal: Creencias Comerciales



Los que estamos en ventas somos gente dinámica y proactiva, somos hacedores y podemos con “todo”. El día a día, la cifra, los nuevos clientes y los clientes con proyectos en ejecución ... muchas cosas.

Te propongo al hilo de lo que comentábamos sobre “la mentalidad de crecimiento” que reflexiones sobre tus creencias. Para ello tienes una

Mostrar detalles ▾

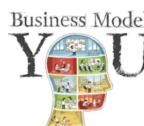
### Extra: Mejora de la productividad personal. Creando tiempo para la transformación



El objetivo de esta actividad es mejorar nuestra productividad para poder dedicar tiempo a la transformación del equipo de ventas sin impactar nuestros resultados del día a día. Esto lo vamos hacer identificando los ladrones de tiempo más significativos en nuestra jornada de trabajo y creando nuevos hábitos que nos permitan liberar tiempo para dedicarlo a la exploración y la innovación.

Mostrar detalles ▾

### Tú modelo de negocio



Os proponemos esta actividad con el fin de profundizar en la idea de que debemos **asegurarnos de nuestra capacidad para crear valor para nuestros clientes a lo largo de TODA nuestra vida profesional**.

Para ello, necesitamos un modelo de negocio profesional sostenible y “vacunarnos” para la complejidad, la incertidumbre y la volatilidad del

Mostrar detalles ▾

### Extracción de Insights en equipo



A lo largo del proceso de ventas debemos de **Conectar, Convencer y Colaborar** con el cliente, lo que en inglés se resumen en “Teach, Taylor and Take Control”. Para ello es fundamental que **aceleremos el aprendizaje de lo que funciona y de lo que no**.

¿Cómo? Dedicando tiempo a extraer los Insights de negocio y de

Mostrar detalles ▾

### Actividad Personal: Una nueva mirada a tus Oportunidades



Se trata de leer con atención este artículo de Harvard Business Review que “me cambió la vida”: aceleró mis ventas, y marcó un antes y un después en mi aproximación a los clientes y proyectos. Mucho de lo publicado en adelante toma de base el estudio al que se hace referencia en este artículo.

Mostrar detalles ▾

### Extra: Creando Equipos de Alto Rendimiento



Aunque los equipos en un mundo incierto y de cambios acelerados se enfrentan a un conjunto cada vez más complicado de desafíos, un número relativamente pequeño de factores tienen un gran impacto en su éxito. Como gerentes podemos lograr grandes avances si entendemos bien cuáles son esos factores y si enfocamos nuestros esfuerzos en llegar a tener un equipo de alto rendimiento.

Mostrar detalles ▾

### Actividad Equipo: Proceso de Ventas



En la sesión vimos que es fundamental tener un proceso de ventas de referencia para alinear nuestro esfuerzo con la percepción de valor del cliente. Tiene muchísimas ventajas y nos ayuda a tener una referencia para mejorar y entenderlos.

En esta actividad trabajaremos con un grupo reducido de voluntarios

Mostrar detalles ▾

“Me ha gustado la parte práctica para tener un momento de frenar y ponerme a pensar e interiorizar cómo puedo mejorar a través de los ejercicios de Neurok”

# —LA EXPERIENCIA AL SERVICIO DEL PROGRAMA

Una sólida experiencia  
en innovación empresarial



Un equipo de expertos  
y partners



Una metodología  
probada



Una plataforma  
de aprendizaje colaborativa



# ITINERARIO DEL PROGRAMA

GENERANDO VALOR Y ENTREGANDO IMPACTO SEMANA A SEMANA

## 1. EL NUEVO MINDSET COMERCIAL

Autoconocimiento  
Creencias comerciales  
Crear tiempo para transformar  
Ventas Virtuales

## 3. CONECTAR CON UNA PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIADA

Confianza de Marca  
Marketing y Ventas  
Propuesta de Valor  
Iniciativas Desarrollo

## 5. COLABORAR PARA ACCELERAR

Tomar el control del Proceso  
Negociación y Cierre  
Identificar los “Gives & Gets”  
Mapeo con el proceso de ventas

Semanas 1-2

Semanas 3-4

Semanas 5-6

## 2. CRECER CON UN EQUIPO DE VENTAS MODERNO

Equipos de Alto Rendimiento  
Narrativa del equipo  
OKR Comerciales  
CRM como aliado

## 4. CONVENCER CON LOS “INSIGHTS”

Descubrimiento y Discurso  
Modelo de comunicación  
Social Selling  
Marca Personal

## 6. CONTINUAR GENERANDO NEGOCIO CON UNA CULTURA DE ÉXITO

Éxito del cliente (Customer Success)  
Adopción y Gestión del Cambio  
Mapa conductual del equipo  
Retrospectiva

# — ¿QUÉ OPINAN LOS PARTICIPANTES TRAS EL PROGRAMA?

“Me ha despertado el cambiar mi manera de dirigirme al cliente, el mejorar a la hora de focalizar la venta. También a optimizar mi tiempo”

“Consigues evaluar lo que haces y lo que es mejor, cómo empezar nuevas dinámicas para mejorar tu trabajo como comercial retador”

“Es de valorar el equilibrio en este curso entre aprendizaje y el potencial de reflexión que se ha conseguido con las diferentes lecturas y el poder compartir opiniones entre los compañeros con sus aportaciones”

“Me llevo herramientas prácticas que me han generado la confianza para apoyarme en ellas. También hemos podido generar un espacio para pensar y replantear aspectos pre-establecidos”

“Me ha encantado, y creo que a todos nos ha ayudado a hacer una reflexión interna y autocrítica del proceso de ventas”

“Me ha gustado mucho como los insights, te permiten ser mucho más eficiente, tanto como para vender, como para no vender y no perder tiempo en operaciones que no lo requieren”

“Excelente formato y aprendizajes, muy buenos tips y trucos para internalizar e ir practicando”

“Desde el primer momento consigue retar al equipo a poner en uso las mejores prácticas y hacer los cambios necesarios para llevar las ventas al siguiente nivel”

Puntúa el programa sobresaliente **+75%**

Valora la Metodología muy positivamente **+85%**

Incorpora la competencia de venta retadora **+85%**

Directivos valoran la aplicabilidad **100%**

# cabrera<sup>mc</sup>

ACELERANDO LA TRANSFORMACIÓN

---

CADA ORGANIZACIÓN COMERCIAL TIENE DESAFÍOS ESPECÍFICOS QUE DEBEN ABORDARSE

TE INVITAMOS A CONECTAR CON NUESTRO DIRECTOR DE PROGRAMA PARA EXPLORAR TUS  
NECESIDADES Y CO-CREAR JUNTOS EL PROGRAMA ACELERA VENTAS  
MÁS ADECUADO PARA TU ORGANIZACIÓN

**Alejandro Cabrera**

+34.628.367.567

[alejandro.cabrera@cabreramc.com](mailto:alejandro.cabrera@cabreramc.com)

[cabreramc.com](http://cabreramc.com)