

Genera experiencias positivas, liderando la comunicación



**GENERALITAT
VALENCIANA**

iVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

CEEI
VALENCIA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

**“Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del
Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020”**

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

www.adamorales.es



ada  **morales**
coach

COACHING LIDERAZGO FORMACIÓN

ada  **morales**
coach

Aprender conocimientos claves de la comunicación humana.

**Identificar patrones de comportamiento afectan negativamente a la comunicación,
la relación y al trabajo en equipo.**

Desarrollar habilidades de relación, conexión, confianza y colaboración.

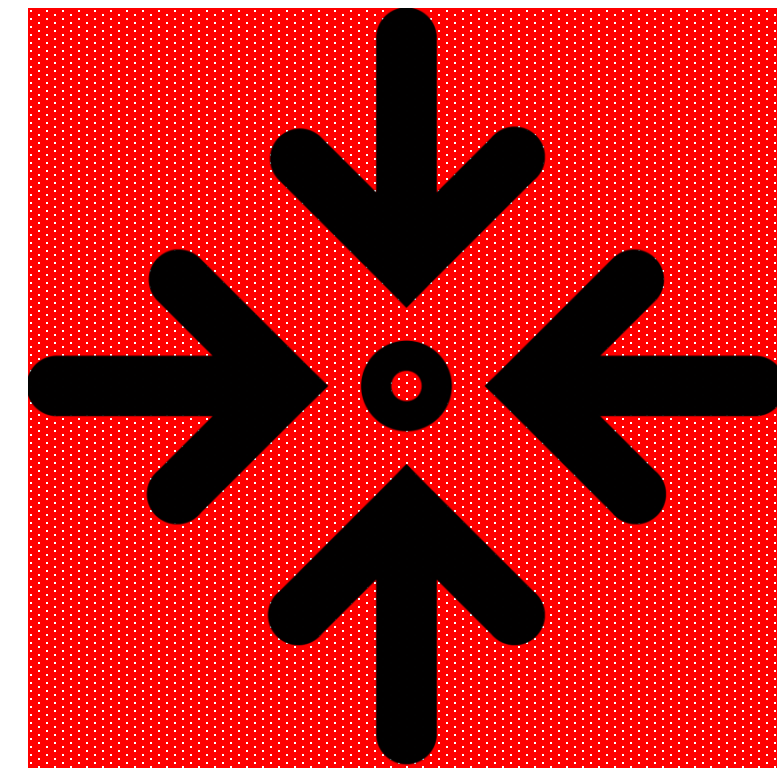
Aprender a preguntar para obtener información de valor.

Generar experiencias positivas en tus clientes y liderar la comunicación.

Alianza

¿Qué es?

¿Para qué sirve?



ada  morales
coach

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

Alianza

Tiempo

Compartir, clarificar, expresar

necesidades

contexto

¡PREGUNTAR!

EXPECTATIVAS

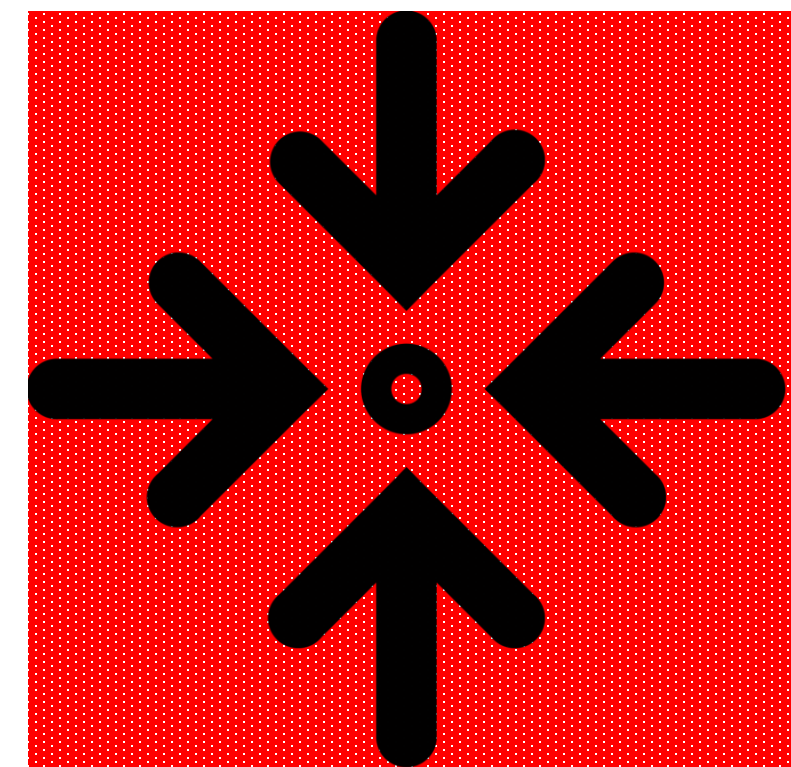
Ajustes

¡Reajustes!

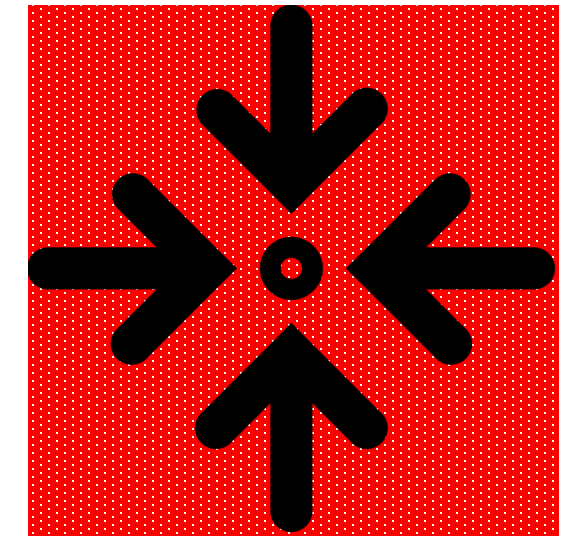
DESEOS

ACTITUDES

comportamientos



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”



¿Qué necesitas tú de mi?
¿Qué necesito yo de ti?

Alianza

ENTORNO V.U.C.A.

↑
+
COMO DE BIEN PUEDES PREDECIR LOS RESULTADOS DE TUS ACCIONES
-
-

C
COMPLEJIDAD
Complexity

V
VOLATILIDAD
Volatility

A
AMBIGÜEDAD
Ambiguity

U
INCERTIDUMBRE
Uncertainty

-
CUANTO SABES ACERCA DE LA SITUACIÓN
+

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”



EL MERCADO

Situación actual:

- ⊙ Entorno Incierto
- ⊙ Mercados saturados por la GLOBALIZACIÓN
- ⊙ ESCASEZ DE DEMANDA: - Consumo
- ⊙ EXCESO DE OFERTA: + Competencia + Agresiva
- ⊙ Escasa diferenciación entre productos y servicios
- ⊙ INFOXICACIÓN= Avalancha de información y publicidad
- ⊙ INFLUENCERS: Nuevos líderes de opinión
- ⊙ Proliferación de las nuevas tecnologías
- ⊙ Nuevas formas de comunicación
- ⊙ Pérdida de credibilidad de los medios tradicionales

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

EL CLIENTE

Consumidor actual:

- ♀♂ Sofisticado
- ♀♂ Promiscuo
- ♀♂ Actitud crítica
- ♀♂ Consumidor Eficiente
- ♀♂ Consciente de su poder
- ♀♂ Compra inteligente
- ♀♂ Emocional: en busca de la satisfacción inmediata
- ♀♂ Experto en nuevas tecnologías

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

¿Jugamos?

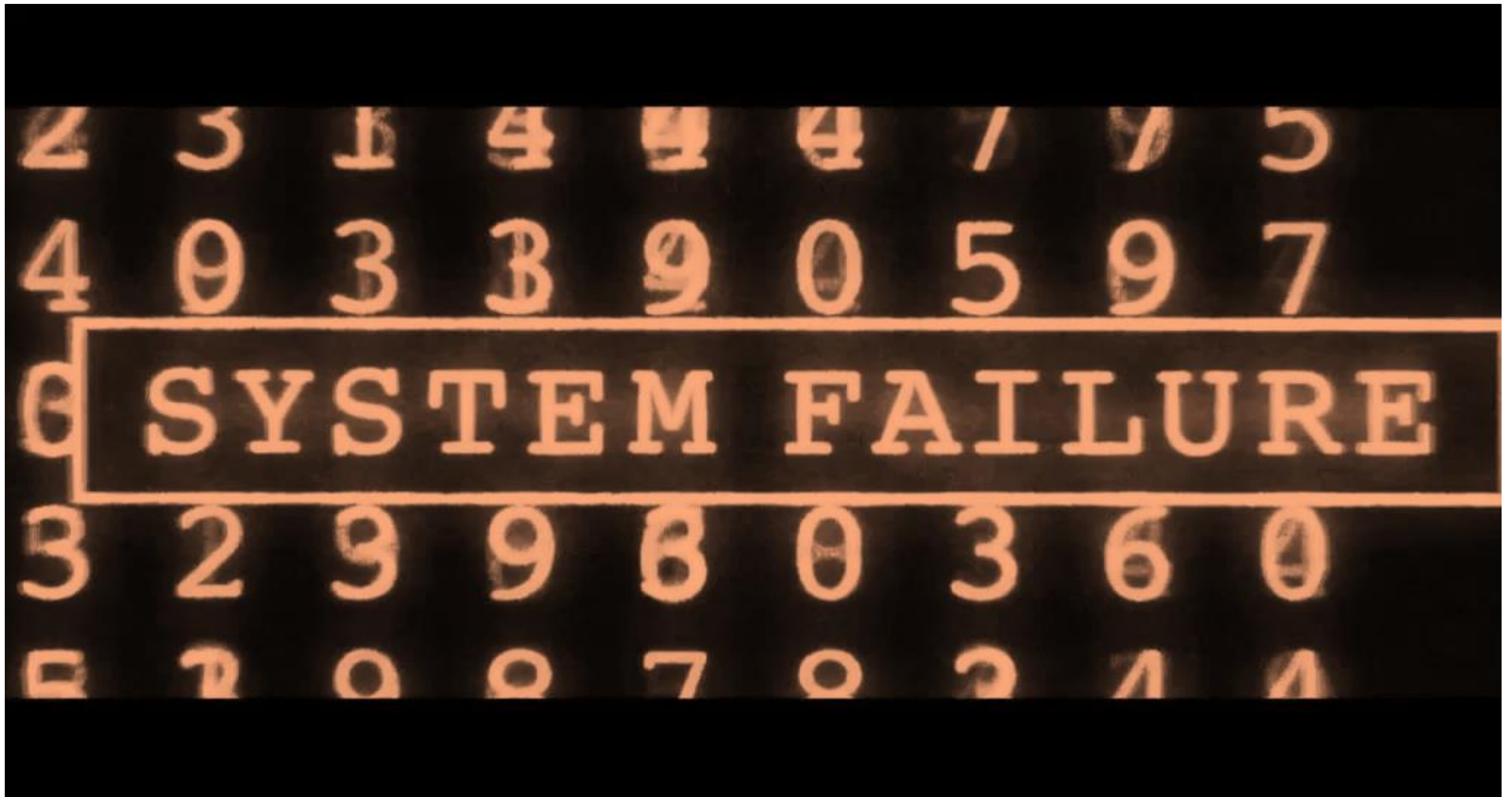
ada @ morales
coach

ada @ morales
coach

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

El cuerpo no miente



¿Juegas para perder?

o

¿Juegas para ganar?

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

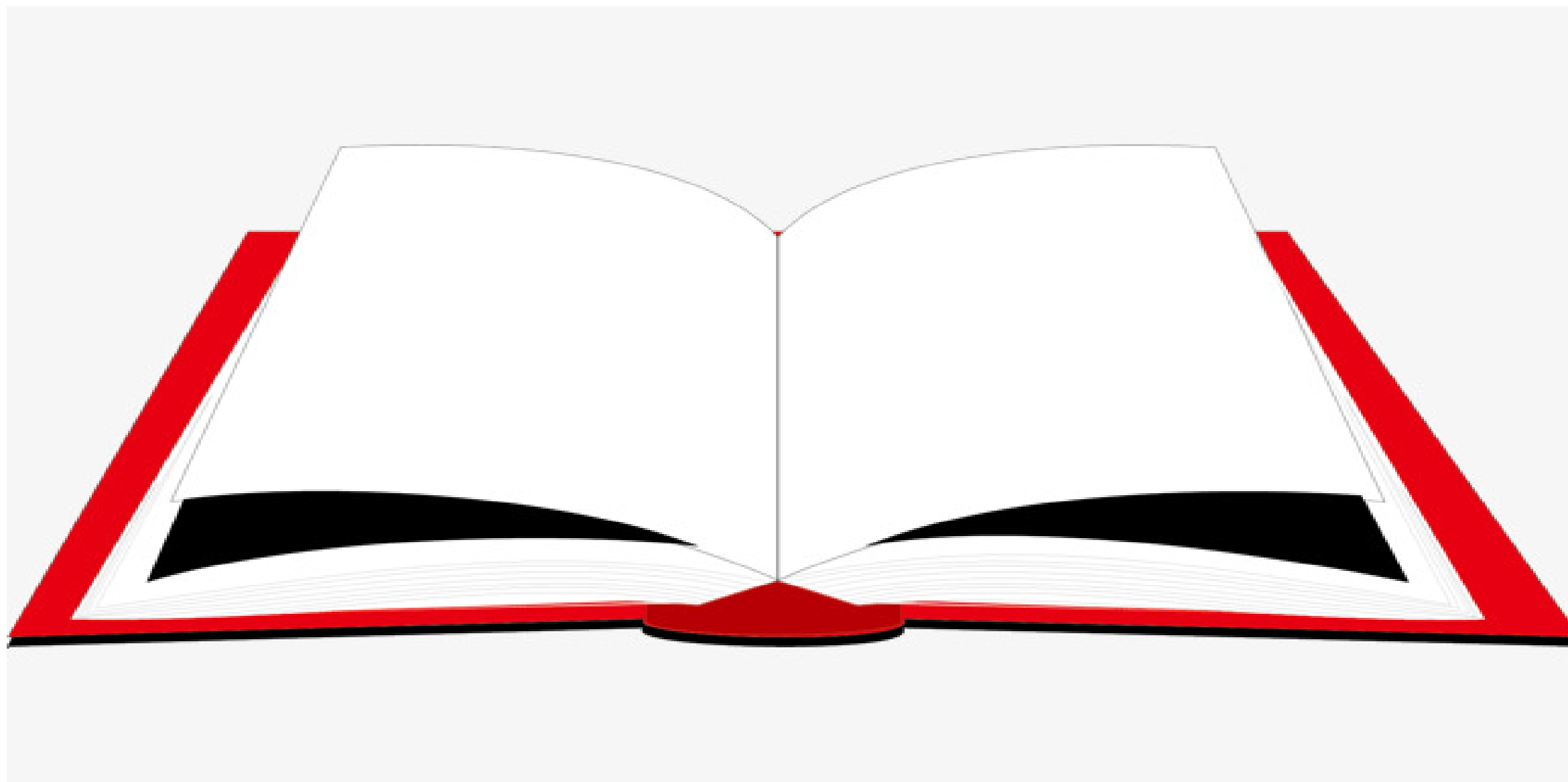


“El 50% de lo que hacemos en la vida
es comunicar,
el resto es todo lo demás”

– *Bill Clinton*
Expresidente de los EEUU

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

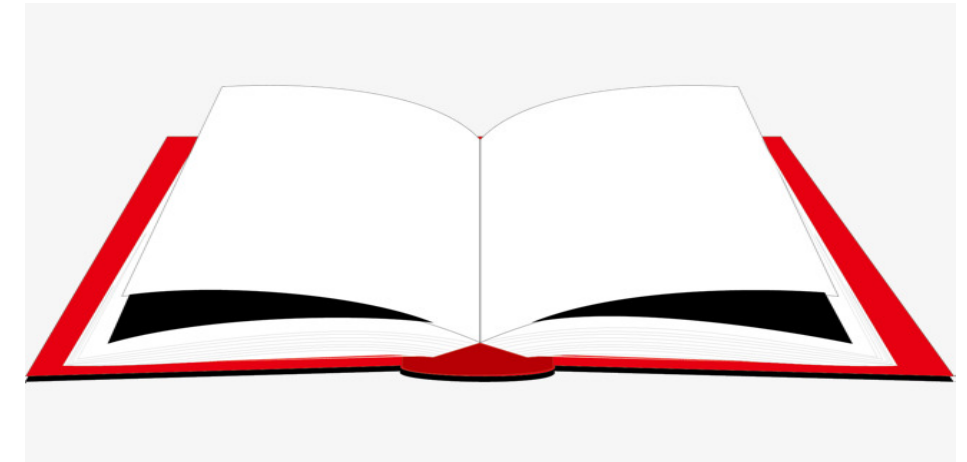
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

5 AXIOMAS:



1. Es imposible no comunicar
2. La comunicación tiene contenido y relación
3. No es lineal (acción/ reacción). **¡ES CÍCLICA!**
4. Implica a dos modalidades: digital y analógica.
5. Puede ser simétrica y complementaria

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”



5 FRENOS EN LA COMUNICACIÓN

5 FRENOS EN LA COMUNICACIÓN

1. Código alterado dentro del canal
2. Falsa interpretación de la situación
3. Confundir contenido con nivel de relación
4. Prejuicios, juicios, suposiciones obstáculos, barreras....
5. Comunicación digital (QUÉ DIGO) no concuerda con la analógica analógica (CÓMO LO DIGO)



ada & morales
coach

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

**¿Cómo
solucionarlos?**

5 CLAVES PARA COMUNICAR

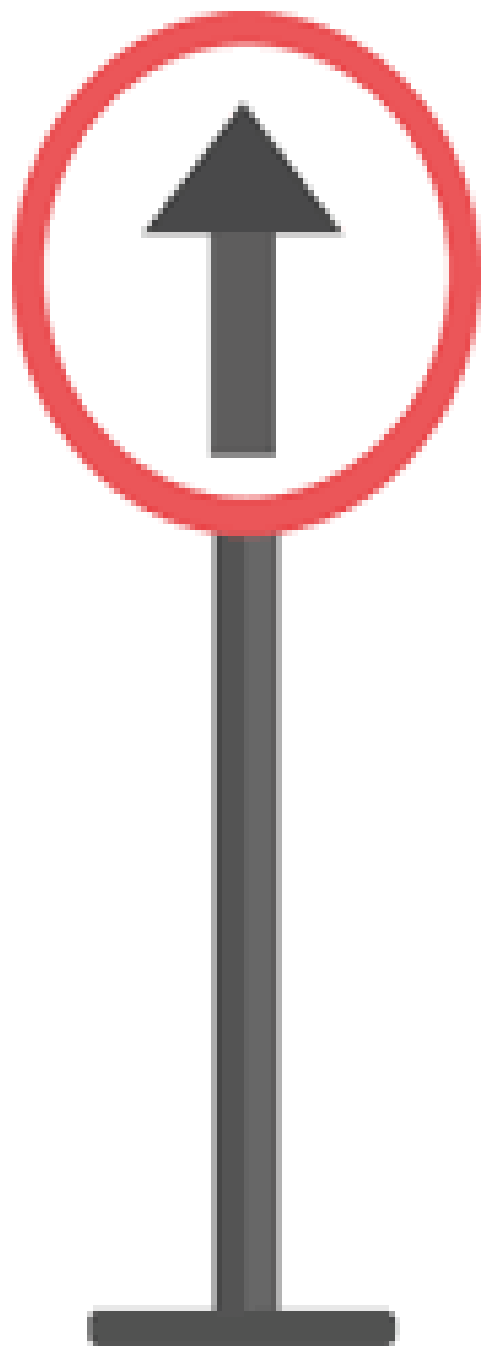
Utiliza un lenguaje positivo

Habla en 1ª persona

Ojo con la experiencia / Cada situación es única!

Envuelve tus palabras con silencios

Cuida tu comunicación no verbal



ada & morales
coach

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

1. Utiliza un lenguaje positivo



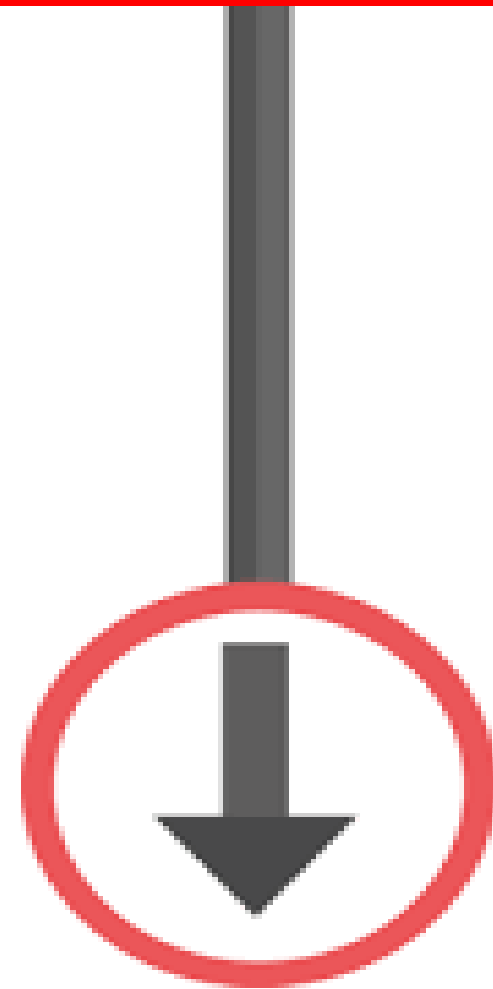
ada & morales
coach

Yes, we can!

– Obama

Ex presidente de los E.E.U.U

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

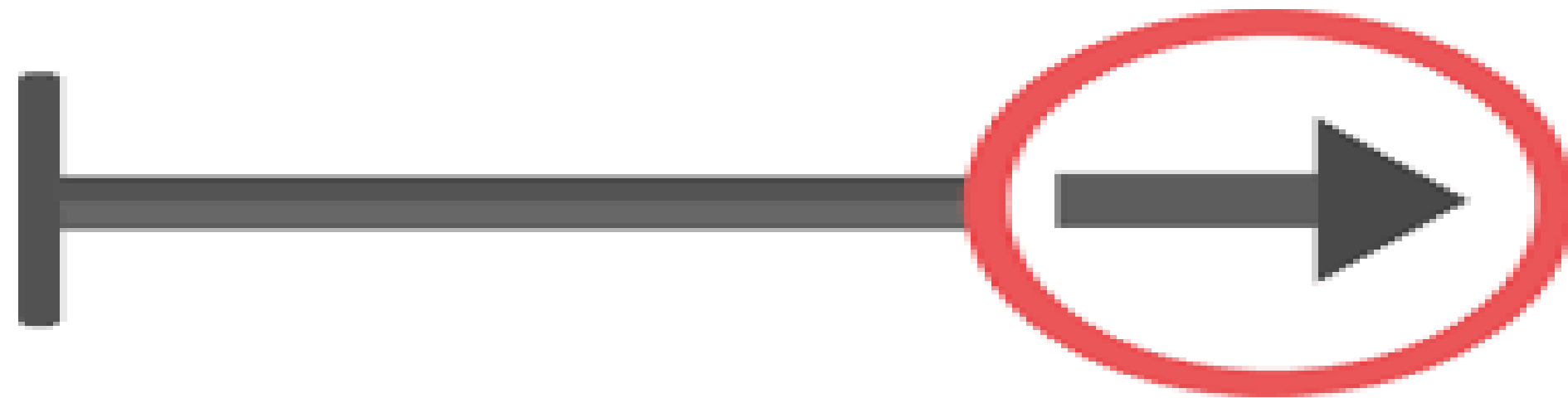


2. Habla en 1ª persona

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

3. Ojo con la experiencia

¡ Cada situación es única !

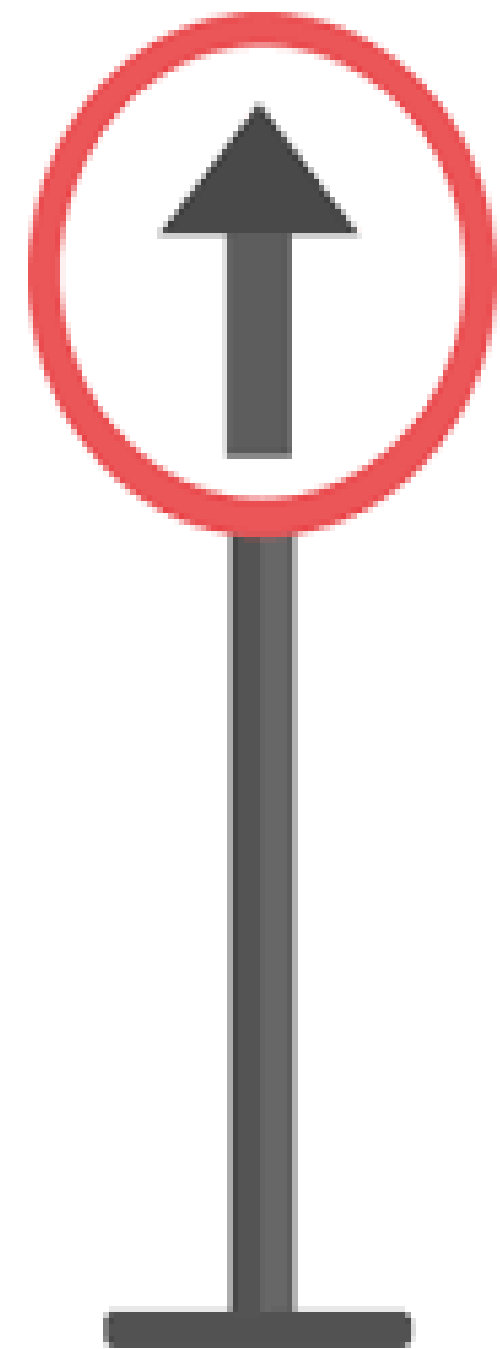


ada & morales
coach

ada & morales
coach

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

4. Envuelve tus palabras con silencios

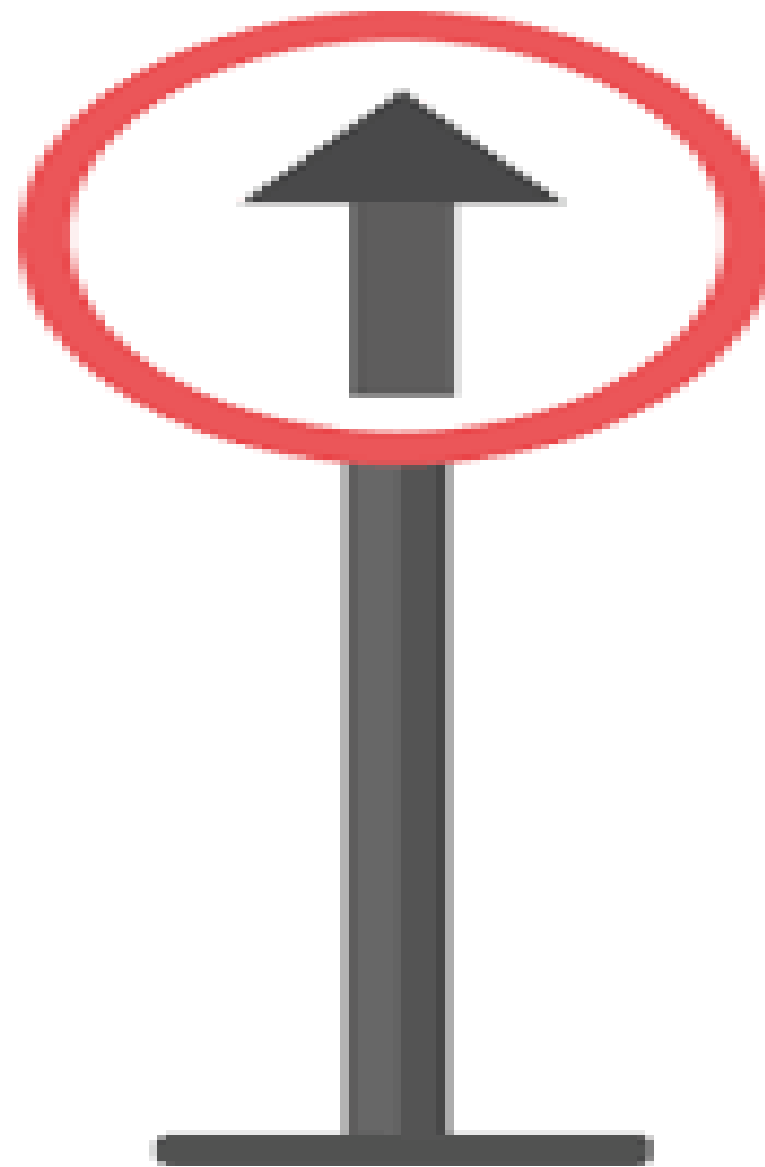


ada & morales
coach

ada & morales
coach

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

5. Cuida tu comunicación no verbal



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

Perfil del Profesional Actual



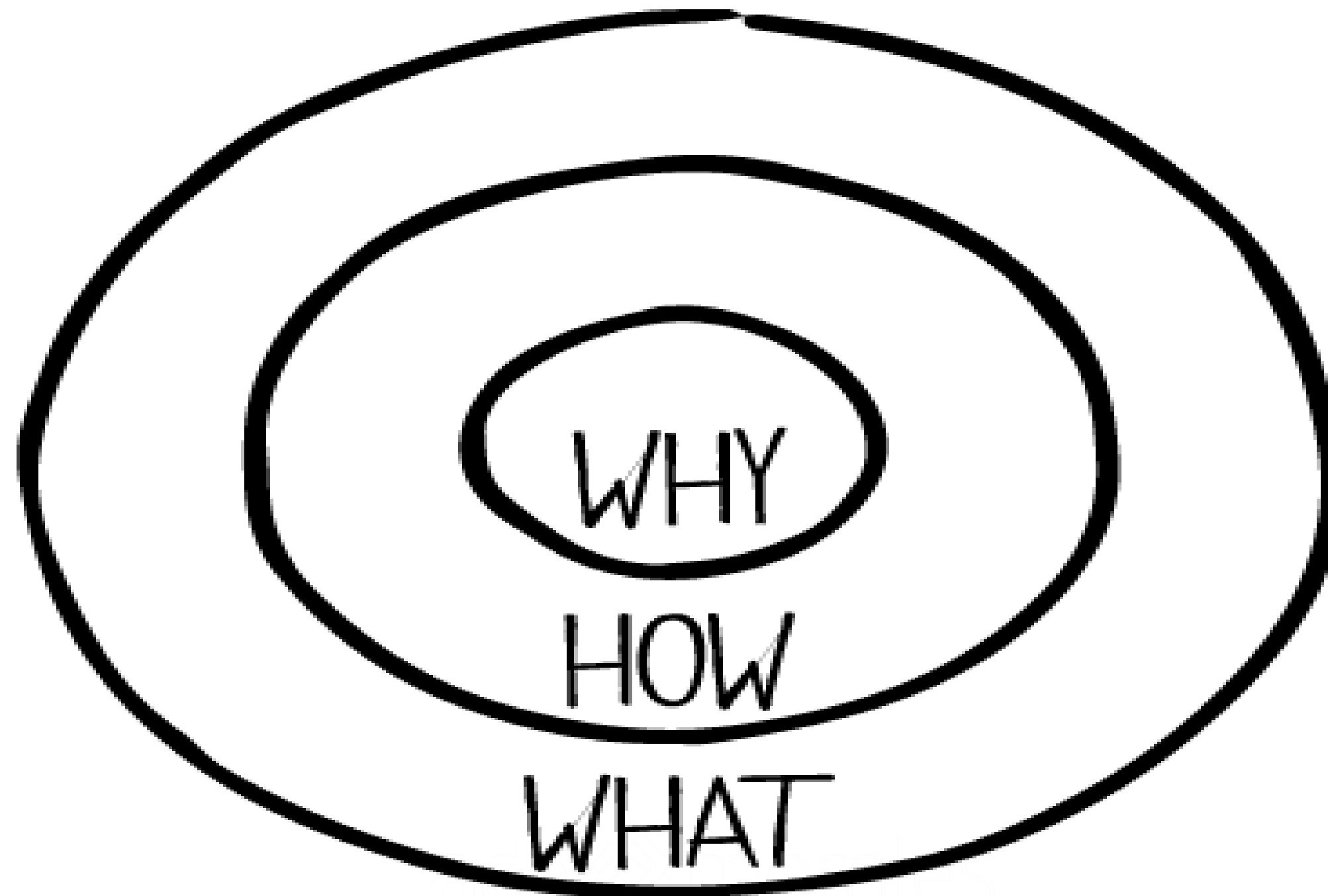
10

Perfil del Profesional Actual

- 1. ACTITUD DE SERVICIO**
- 2. CUIDAR AL CLIENTE**
- 3. DETECTAR NECESIDADES**
- 4. SATISFACERLAS**
- 5. FIDELIZAR**
- 6. VOCACIÓN DE EXCELENCIA**
- 7. *WORK BY MOTH*. Generar recomendaciones positivas!**
- 8. NEXO. Canal entre el cliente y su mercado!**
- 9. IMAGEN**
- 10. GESTIÓN Y SOLUCIÓN**

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

Actitud crítica vs *Autocrítica*



Actitud crítica vs *Autocrítica*

- 1. ¿Qué SÍ he hecho y NO debería haber hecho?**
- 2. ¿Qué NO he hecho y SÍ debería haber hecho?**
- 3. ¿Qué hice GENIAL?**

ada  morales
coach

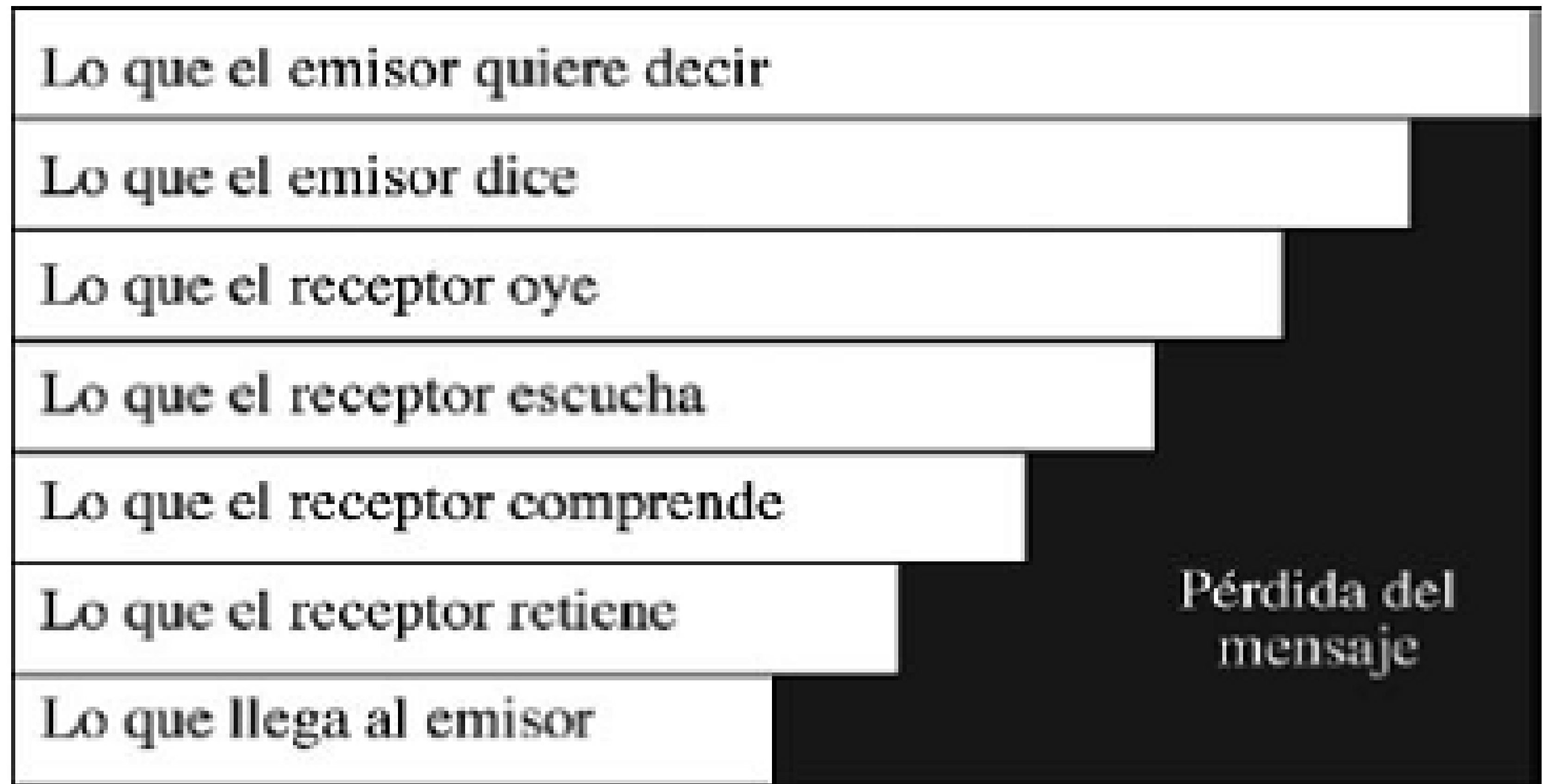
La arrogancia distancia, la humildad acerca.

- Manuel Campo Vidal

ada  morales
coach

ada  morales
coach

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”



¿Sabemos escuchar?



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

Niveles de Escucha



“Sólo aquél que escucha, habla bien”

– Plutarco

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

Conecta con tu cliente

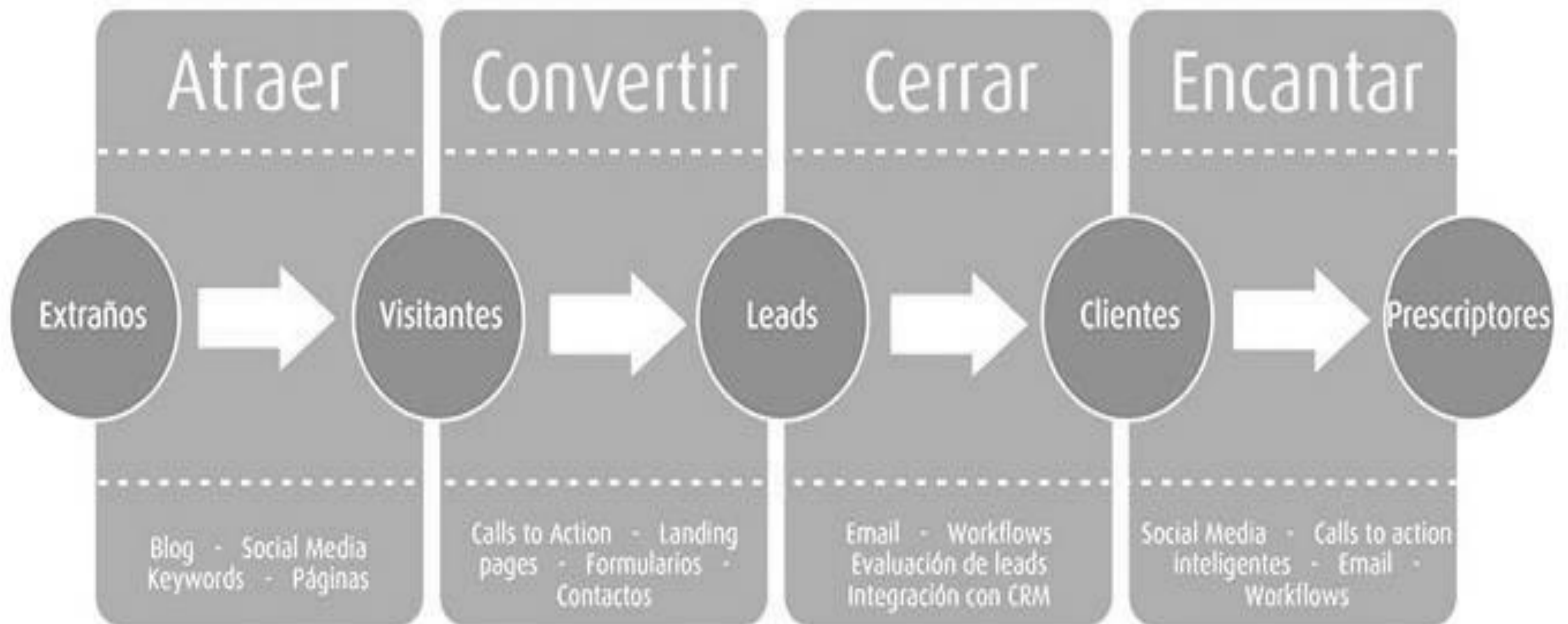


“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

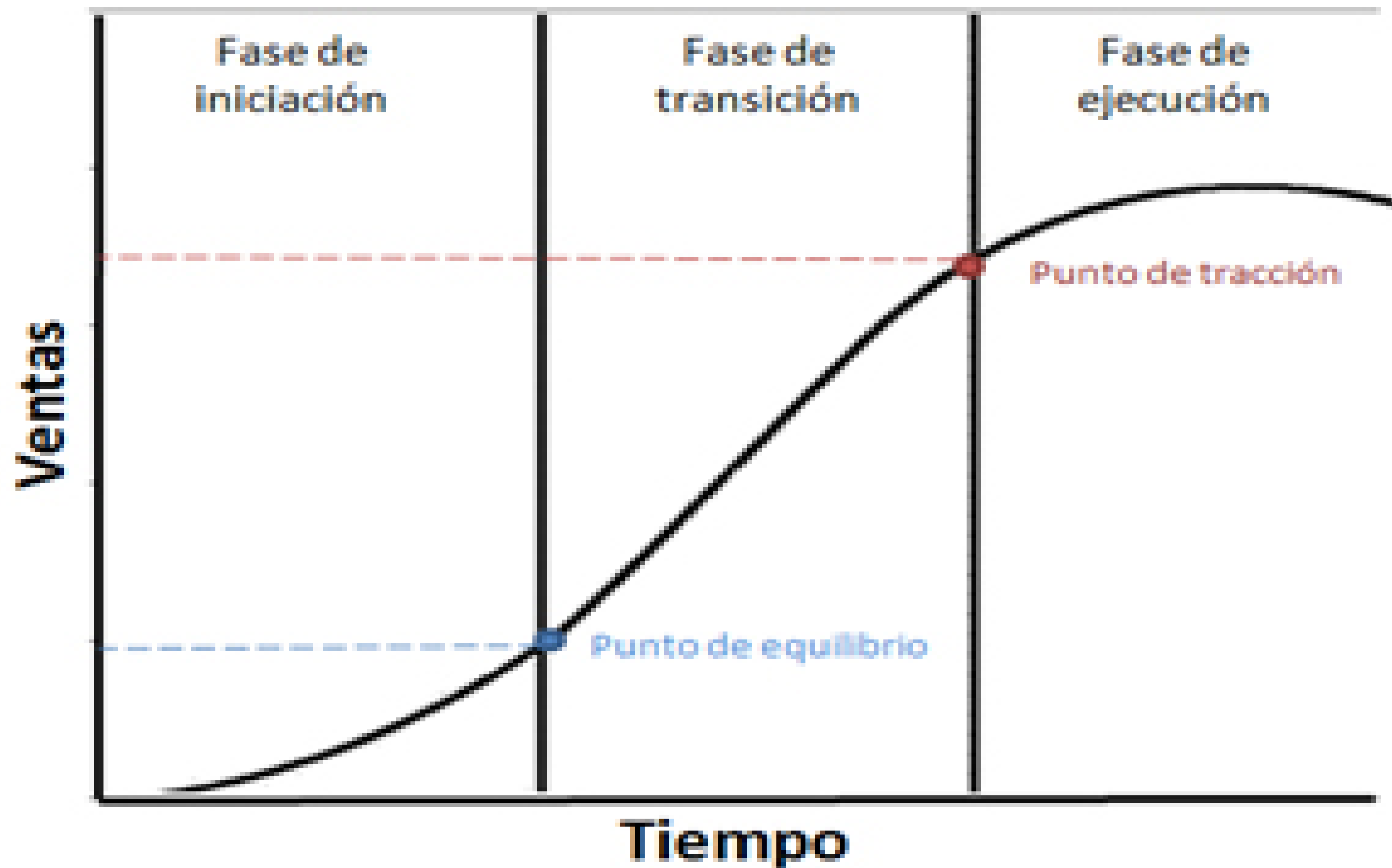
Perfil V.AK.



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

CADENA DE VALOR DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE



**¿Sabemos
preguntar?**



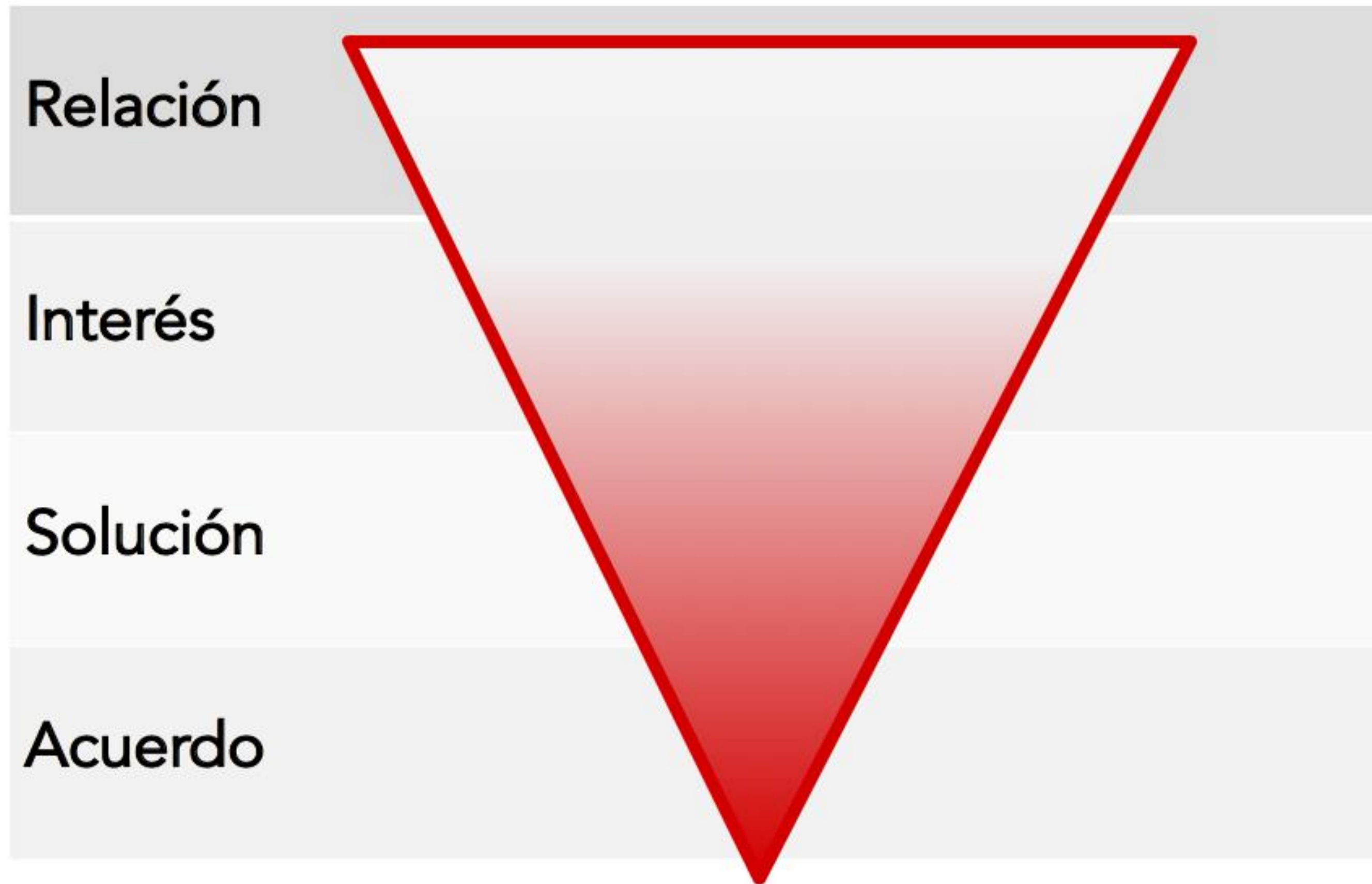
Tipos de Preguntas

TIPOS DE PREGUNTAS	DEFINICIÓN	PARA QUÉ SIRVEN	VENTAJAS	INCONVENIENTES	CÓMO SE CONSTRUYEN
ABIERTAS	Dan respuestas con mucha información.	• Abrir diálogo. • Obtener opinión y móviles.	• Dan mucha información general.	• Salirse del tema. • Enrollarse.	¿Qué...? ¿Cómo...? ¿Por qué...? ¿Para qué...?
CERRADAS	Sólo se contestan con sí o no. Son las que menos información nos dan.	• Confirmar o negar algo. • Cerrar la venta.	• Respuesta rápida. • La respuesta no admite confusión.	• Riesgo de parecer un interrogatorio. • Respuesta pobre. • El "no" bloquea.	De cualquier manera siempre que se pueda contestar con: sí, no, no lo sé.
SEMI-ABIERTAS	Dan menos información que las abiertas y más que las cerradas.	• Concretar una información muy general.	• Concretar una información.	• Puede dar sensación de interrogatorio, aunque no tanto como las cerradas.	¿Quién...? ¿Dónde...? ¿Cuánto...? ¿Cuándo...?
ALTERNATIVAS	Son aquéllas en las que están incluidas las posibles respuestas.	• Dirigir la respuesta hacia los intereses del que pregunta. • Cerrar la venta.	• Puede dirigir la respuesta. • Si en el cierre de la venta la respuesta es No, éste es menos cortante.	• Puede dar la sensación de manipulación, si se utilizan reiteradamente.	¿Prefiere el verde o el azul? ¿Cuál se lleva el mediano o el grande?
GALLEGAS	Se utilizan para contestar a una pregunta del cliente.	• Ganar tiempo y pensar la respuesta. • Evitar contestar a ciertas preguntas.	• Evitar preguntas embarazosas y permite ganar tiempo.	• Utilizadas reiteradamente, parece que esté echando balones fuera.	¿Por qué lo dice? ¿Vd. Qué opina?

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN

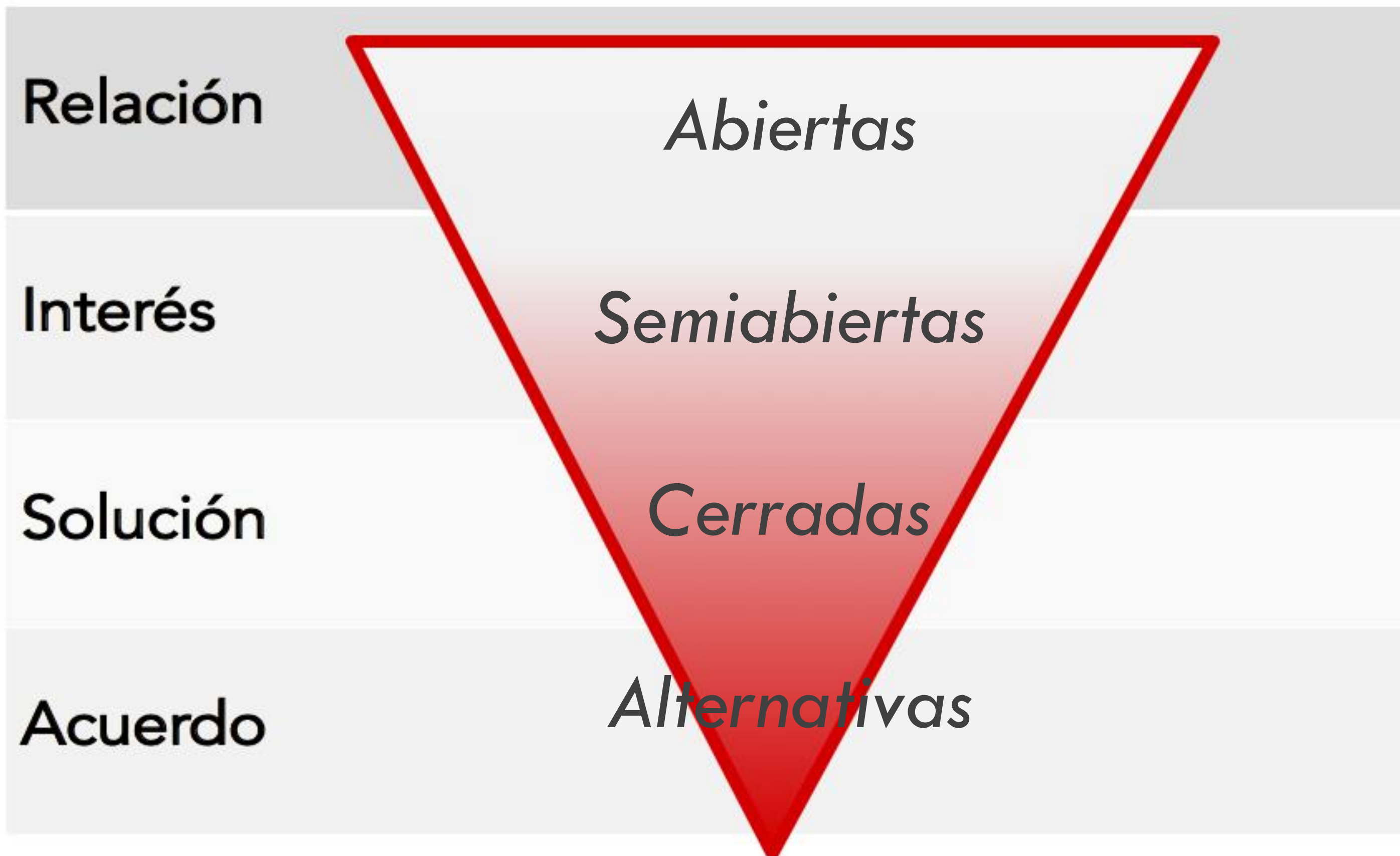
MÉTODO R.I.S.A



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

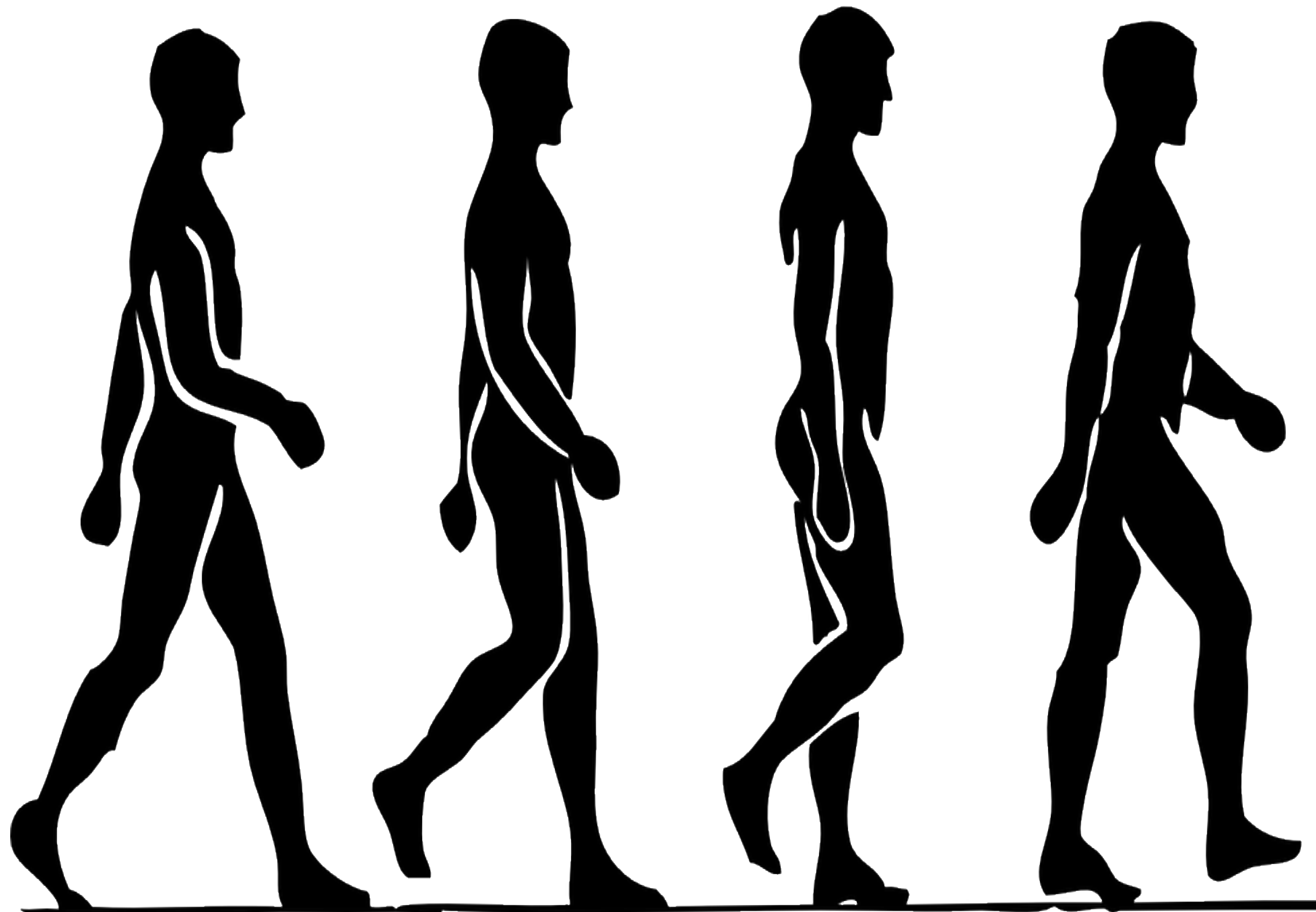
PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN

MÉTODO R.I.S.A



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

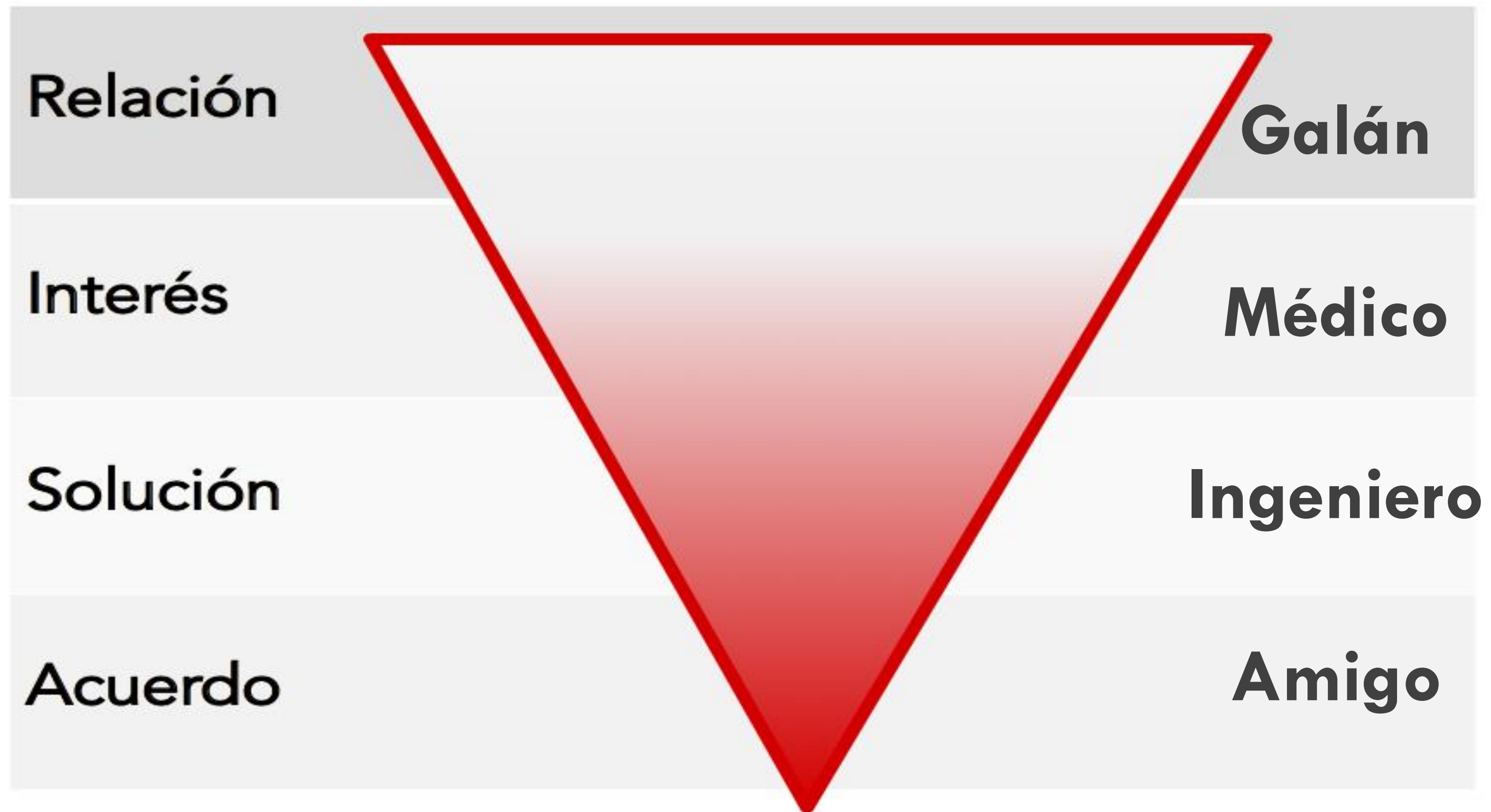
Roles adecuados a cada fase del proceso



“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN

MÉTODO R.I.S.A



1

Conquista, seduce, genera auténtica conexión

Obtén información

Preguntas abiertas

Be my friend

Sal de tu rol

Relación

WWW.ULTRACOLORINGPAGES.COM
ada morales
coach

ada morales
coach

2

Detecta necesidades, averigua síntomas, las causas, el origen del problema



WWW.ULTRACOLORINGPAGES.COM

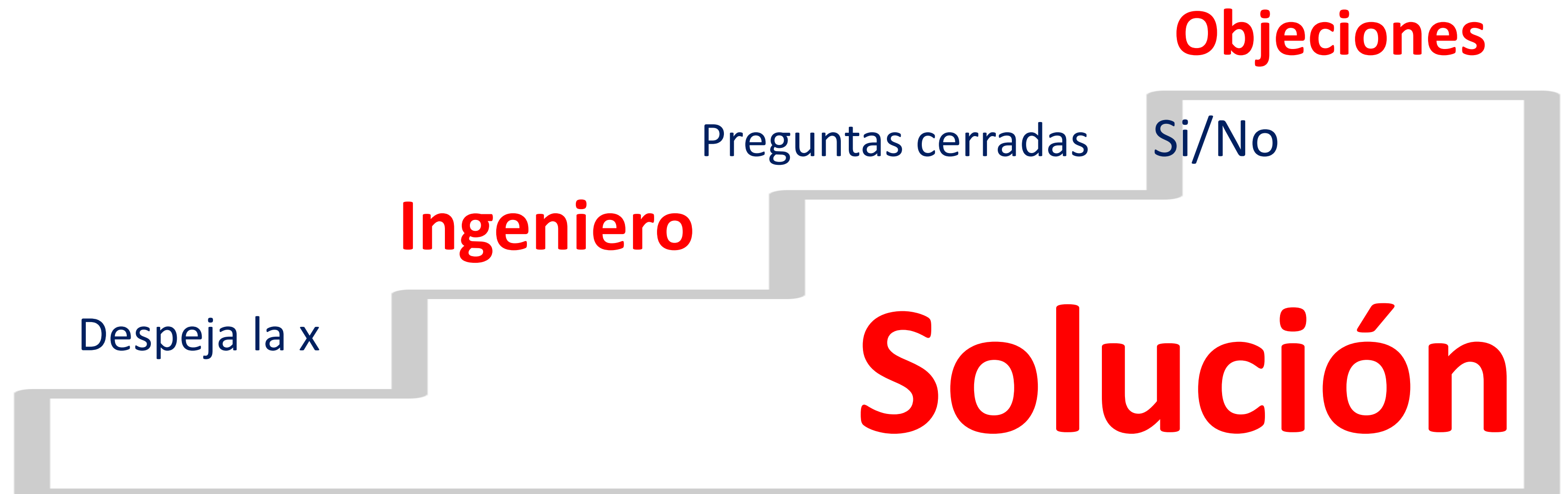
ada  morales
coach

ada  morales
coach

3

No temas a las objeciones.

Son un tesoro



WWW.ULTRACOLORINGPAGES.COM

ada  morales
coach

ada  morales
coach

4

No temas a las objeciones.

Son un tesoro

COMUNICACIÓN

CONTRATO

CONEXIÓN

CÓDIGO

Acuerdo

WWW.ULTRACOLORINGPAGES.COM

ada morales
coach

ada morales
coach



Be water my friend



“La inteligencia busca,
pero quien encuentra
es el corazón”

– *George Sand*

“GENERA EXPERIENCIAS POSITIVAS EN TUS CLIENTES, LIDERANDO LA COMUNICACIÓN”

iGracias!

ada@adamorales.es

www.adamorales.es

COACHING LIDERAZGO FORMACIÓN

ada  **morales**
coach