

Programa de Certificación

Sandler Essentials · Certificación Internacional

Primera generación en español · 10 módulos en vivo por Zoom



01 · La certificación

Diez módulos, diez sesiones en vivo por Zoom y una credencial internacional emitida por Sandler Systems, LLC, en Estados Unidos. No es un curso: es el sistema completo de ventas Sandler, en español, con acompañamiento semanal sobre los negocios que usted tiene abiertos.

Por primera vez el programa está disponible en español de principio a fin, y por primera vez termina en una credencial que acredita a la persona, no a la empresa.

Qué la hace distinta

01 Cada sesión dura dos horas y tiene dos partes

La primera hora es la clase del módulo. La segunda es coaching grupal sobre las oportunidades reales que cada participante tiene abiertas esa semana. No son casos de libro.

02 100% PRACTICA

Es la única forma de que la gente practique en serio y traiga clientes con nombre y apellido.

03 Hay un examen

Se aprueba con 80% o más. Si alguien no aprueba a la primera, seguimos acompañándolo sin costo hasta que apruebe.

04 La credencial no vence

Trae un enlace público de verificación: cualquiera puede comprobar que es real y a quién pertenece.

Competencias que se instalan

- 01 Establecer rápidamente relaciones de confianza y respeto mutuo con prospectos y clientes.
- 02 Tomar el control del proceso de ventas clarificando las reglas del juego en cada interacción.
- 03 Calificar la oportunidad antes de presentar: el dolor real, el presupuesto y el proceso de decisión.
- 04 Cerrar y sellar las ventas de manera consistente.
- 05 Iniciar nuevos procesos de venta con los mismos clientes y a través de referidos.
- 06 Prospeccionar con método: cuántas conversaciones hacen falta y cómo se abre la primera.

“

Si no cuentas con un sistema de ventas inevitablemente estarás a expensas de los demás, fuera de control y terminarás frustrado en más del 80% de los procesos de venta que lleves a cabo.

¡La decisión es tuya!

A quién está dirigida

A vendedores, jefes y gerentes comerciales que ya venden y quieren un sistema, y a equipos que necesitan un lenguaje común. Cuando se certifica a un grupo de la misma empresa, todos terminan con el mismo marco, los mismos nombres y las mismas herramientas.

La metodología

+34 países **+50** años

Se basa en el refuerzo: **actitud, comportamiento y técnica**, trabajados semana a semana sobre la realidad comercial de cada participante.

Diez módulos, un solo sistema

Cómo está armado cada módulo

- Un simulador interactivo donde el participante decide y practica.
- Un cuaderno de actividades.
- Herramientas de venta para aplicar con clientes reales.
- Una herramienta de revisión con jefatura.

Qué se exige para certificarse

- 1 Asistir a las diez sesiones en vivo por Zoom.
- 2 Completar los diez módulos en la plataforma.
- 3 Aprobar el examen con 80% o más.

Módulos 100 – 104

Mentalidad, relación y control del proceso

El triángulo del éxito

100

Actitud, comportamiento y técnica. El éxito afecta la autoestima y la autoestima produce motivación. Se trabajan las creencias autolimitantes y la semana de actividades altamente productiva.

La dinámica de la compra venta

101

Por qué la forma tradicional de vender es altamente inefectiva, y cuántas conversaciones hacen falta de verdad para cerrar. El juego de los números.

Habilidades de comunicación esenciales

102

Establecer confianza, apertura y entendimiento con prospectos y clientes. «La gente compra de gente que le agrade».

Cómo iniciar conversaciones centradas en el comprador

103

Cómo se abre la primera conversación. Se construye el comercial de 30 segundos propio de cada participante, con su mercado y sus palabras.

Cómo llegar a un acuerdo mutuo

104

Tome el control del proceso estableciendo de antemano los objetivos y expectativas de cada reunión. «Sin suposiciones mutuas el proceso de ventas se facilita».

Módulos 105 – 109

Calificación, decisión y cierre

Cómo descubrir las motivaciones de los compradores

105

Para vender primero hay que conocer el dolor. «La gente toma decisiones de compra emocionalmente y después las justifica racionalmente».

Hacer preguntas para una mejor comprensión

106

La curva del principiante y las reversiones: técnicas para recopilar información real y ejercer influencia sin presionar.

Entender los parámetros de la inversión

107

Descubra las capacidades presupuestales que yacen debajo de cada venta. «¿Por qué esperar hasta el final de una presentación para saber si hay dinero?».

Identificación del proceso de toma de decisiones

108

Cómo decide la organización del prospecto, y cómo anticipar y remover los obstáculos antes del cierre. «Solo los que toman decisiones hacen que las cosas sucedan».

Comunicar la solución y cerrar la venta

109

Cerrar y sellar de manera consistente, basando la presentación en el dolor, el presupuesto y el proceso. Más el análisis de posventa y la gestión de objeciones.