



## Curso Online de **Inteligencia Comercial DISC**

*Metodología práctica para gestionar clientes de forma eficiente en la venta híbrida, posibilitando adaptarse a cada uno de ellos de forma versátil con estrategias eficaces para tener mayor éxito.*



**[e]**  
Iniciativas Empresariales  
*| estrategias de formación*



MANAGER  
BUSINESS  
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - [attcliente@iniciativasempresariales.com](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.com)  
[www.iniciativasempresariales.com](http://www.iniciativasempresariales.com)

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

## Presentación

El entorno VUCA en el que los Directores Comerciales, Delegados de Zona, Jefes de Venta, Equipos Comerciales y otros profesionales de la venta están inmersos actualmente, ha generado un nuevo modelo de venta, el de vendedor híbrido (venta presencial y remota) posibilitando el seguir teniendo éxito en ventas y afrontar los cambios de forma óptima para la consecución de los objetivos comerciales.

La importancia de realizar una venta consultiva desde este nuevo modelo de venta, facilita al vendedor híbrido, el aportar valor en las relaciones comerciales, mayor eficiencia en ventas, diferenciarse y ser más competitivo. Gestionar comercialmente de forma eficaz y eficiente a los clientes en ambos entornos (offline y online) es inteligencia comercial y el nuevo reto del vendedor híbrido para generar relaciones comerciales de éxito.

El objetivo de este curso es proporcionar una metodología práctica, el modelo DISC, que facilite a los profesionales de la venta gestionar clientes de forma eficiente en la venta híbrida. Esta metodología le va a posibilitar conocer y reconocer los 4 estilos de comportamiento de los clientes y el estilo de venta del propio vendedor para comunicar e influir más eficazmente en el cliente y en su proceso de compra.

Además, cómo adaptarse a cada estilo de cliente con estrategias de adaptabilidad para cada una de las fases del proceso comercial, gestionando con mayor éxito las relaciones comerciales como vendedor híbrido.

## La Formación E-learning

Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1

La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

2

*Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3

*Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4

*Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

# Inteligencia Comercial DISC

## Objetivos del curso:

---

- Cómo generar relaciones comerciales más eficientes e incrementar su éxito en ventas utilizando el modelo DISC.
- Cuáles son los 4 estilos de comportamiento de clientes DISC: Dominantes (Rojos), Influyentes (Amarillos), Estables (Verdes) y Cumplidores (Azules) y cómo se comportan para gestionar de forma más eficiente la venta híbrida.
- Cómo reconocer rápidamente en la venta híbrida a cada estilo de cliente con la herramienta DISC e identificar el estilo de comportamiento del profesional de ventas, para posteriormente adaptarse éste a cada cliente.
- Cómo es y cómo reconocer el comportamiento de compra de cada cliente DISC, sus motivaciones, qué productos son tendentes a comprar, cómo toman sus decisiones de compra...permitiendo al profesional de ventas vender a cada cliente como quiere comprar y conseguir que la relación comercial sea más exitosa.
- Qué fortalezas y áreas de mejora presenta cada estilo de vendedor DISC en las fases del proceso comercial.
- Qué beneficios aporta al profesional de ventas adaptarse a cada estilo de cliente DISC.
- Cómo gestionar de forma eficaz a los clientes DISC en la venta a remoto a través del teléfono y de la comunicación escrita.
- Qué estrategias de adaptabilidad aplicar en la venta híbrida y en cada una de las fases del proceso comercial para generar una relación comercial de éxito entre Vendedor DISC vs. Cliente DISC.
- Cómo crear y elaborar un argumentario de ventas adaptado a cada estilo de cliente DISC del producto o servicio que comercializa el profesional de ventas.

“ Actuar con inteligencia comercial es conocer, comprender, reconocer al cliente y a sí mismo para actuar más eficientemente en el proceso de venta”

## Dirigido a:

---

Directores Comerciales, Delegados de Zona, Jefes de Ventas, Equipos Comerciales y, en general, a cualquier profesional de la venta que quiera conocer o afianzar sus conocimientos sobre técnicas de venta mediante la herramienta DISC.

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de **60 horas lectivas 100% online** que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

### Manual de Estudio

9 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

### Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

**Bibliografía y enlaces** de lectura recomendados para completar la formación.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. Una visión 360 del modelo DISC en ventas y otras áreas de negocio

4 horas

El nuevo entorno VUCA hace imprescindible que el profesional de ventas se adapte y se convierta en vendedor híbrido utilizando eficazmente los canales de venta online (venta en remoto) y offline (presencial) para seguir teniendo éxito en sus ventas.

En este nuevo escenario de ventas híbridas, comprender el comportamiento de los clientes y adaptar el del profesional de ventas a éstos es imprescindible para ser más eficiente en la venta y generar relaciones comerciales más exitosas. DISC le va a facilitar los aspectos mencionados antes, proporcionándole una ventaja competitiva y mayor éxito en ventas.

- 1.1. Qué es DISC.
- 1.2. Beneficios de la metodología DISC en las relaciones comerciales.
- 1.3. Otras aplicaciones y beneficios del DISC.
- 1.4. Historia del modelo DISC:
  - 1.4.1. Los cuatro elementos de Empédocles.
  - 1.4.2. Los cuatro temperamentos de Hipócrates.
  - 1.4.3. Las cuatro funciones psicológicas de Carl G. Jung.
  - 1.4.4. El modelo DISC: William Moulton Marston.
  - 1.4.5. Herramienta de medición del comportamiento: test DISC.

### MÓDULO 2. Los 4 estilos de comportamiento de clientes

15 horas

Para entender y poder aplicar el modelo DISC en ventas es fundamental conocer las características de los 4 estilos de comportamiento puros de las personas e implícitamente del profesional de ventas y clientes.

Cuanto más conozca de cada estilo de comportamiento, más éxito tendrá en sus relaciones comerciales.

- 2.1. Clientes Dominantes (D alta) o Rojos: ¿cómo es su estilo de comportamiento?
  - 2.1.1. Características y descriptores generales.
  - 2.1.2. Su emoción.
  - 2.1.3. Cómo se comunican verbalmente:
    - 2.1.3.1. Cómo reconocerlos por las palabras y frases que utilizan.
  - 2.1.4. Cómo reconocerlos por su comunicación no verbal.

- 2.1.5. Cómo se relacionan socialmente.
  - 2.1.6. Su temor o miedo.
  - 2.1.7. Qué les motiva.
  - 2.1.8.Cuál es su temperamento.
  - 2.1.9. Cómo actúan bajo presión o estrés:
    - 2.1.9.1. ¿Cómo responden ante el conflicto?
    - 2.1.9.2. ¿Cómo liberan el estrés?
  - 2.1.10. Qué entornos o ambientes profesionales prefieren:
    - 2.1.10.1. Cómo se comportan y poder reconocerlos en los negocios.
    - 2.1.10.2. Qué tipos de trabajo desempeñan.
    - 2.1.10.3. Cómo es su oficina o despacho.
  - 2.1.11. Qué buscan los Rojos.
- 2.2. Clientes Influyentes (I alta) o Amarillos: ¿cómo es su estilo de comportamiento?**
- 2.2.1. Características y descriptores generales.
  - 2.2.2. Su emoción.
  - 2.2.3. Cómo se comunican verbalmente:
    - 2.2.3.1. Cómo reconocerlos por las palabras y frases que utilizan.
  - 2.2.4. Cómo reconocerlos por su comunicación no verbal.
  - 2.2.5. Cómo se relacionan socialmente.
  - 2.2.6. Su temor o miedo.
  - 2.2.7. Qué les motiva.
  - 2.2.8.Cuál es su temperamento.
  - 2.2.9. Cómo actúan bajo presión o estrés:
    - 2.2.9.1. ¿Cómo responden ante el conflicto?
    - 2.2.9.2. ¿Cómo liberan el estrés?
  - 2.2.10. Qué entornos o ambientes profesionales prefieren:
    - 2.2.10.1. Cómo se comportan y poder reconocerlos en los negocios.
    - 2.2.10.2. Qué tipos de trabajo desempeñan.
    - 2.2.10.3. Cómo es su oficina o despacho.
  - 2.2.11. Qué buscan los Amarillos.
- 2.3. Clientes Estables (S alta) o Verdes: ¿cómo es su estilo de comportamiento?**
- 2.3.1. Características y descriptores generales.
  - 2.3.2. Su emoción.
  - 2.3.3. Cómo se comunican verbalmente:
    - 2.3.3.1. Cómo reconocerlos por las palabras y frases que utilizan.
  - 2.3.4. Cómo reconocerlos por su comunicación no verbal.
  - 2.3.5. Cómo se relacionan socialmente.
  - 2.3.6. Su temor o miedo.
  - 2.3.7. Qué les motiva.
  - 2.3.8.Cuál es su temperamento.
  - 2.3.9. Cómo actúan bajo presión o estrés:

- 2.3.9.1. ¿Cómo responden ante el conflicto?
- 2.3.9.2. ¿Cómo liberan el estrés?
- 2.3.10. Qué entornos o ambientes profesionales prefieren:
  - 2.3.10.1. Cómo se comportan y poder reconocerlos en los negocios.
  - 2.3.10.2. Qué tipos de trabajo desempeñan.
  - 2.3.10.3. Cómo es su oficina o despacho.
- 2.3.11. Qué buscan los Verdes.
- 2.4. Clientes Cumplidores (C alta) o Azules: ¿cómo es su estilo de comportamiento?**
  - 2.4.1. Características y descriptores generales.
  - 2.4.2. Su emoción.
  - 2.4.3. Cómo se comunican verbalmente:
    - 2.4.3.1. Cómo reconocerlos por las palabras y frases que utilizan.
  - 2.4.4. Cómo reconocerlos por su comunicación no verbal.
  - 2.4.5. Cómo se relacionan socialmente.
  - 2.4.6. Su temor o miedo.
  - 2.4.7. Qué les motiva.
  - 2.4.8.Cuál es su temperamento.
  - 2.4.9. Cómo actúan bajo presión o estrés:
    - 2.4.9.1. ¿Cómo responden ante el conflicto?
    - 2.4.9.2. ¿Cómo liberan el estrés?
  - 2.4.10. Qué entornos o ambientes profesionales prefieren:
    - 2.4.10.1. Cómo se comportan y poder reconocerlos en los negocios.
    - 2.4.10.2. Qué tipos de trabajo desempeñan.
    - 2.4.10.3. Cómo es su oficina o despacho.
  - 2.4.11. Qué buscan los Azules.

## MÓDULO 3. Cómo reconocer rápidamente el estilo de comportamiento de los clientes y del profesional de la venta

4 horas

Reconocer los estilos de comportamiento de los clientes y del profesional de ventas posibilita a éste, adaptarse en la relación comercial a cada estilo de comprador más eficientemente, proporcionándole ventaja competitiva en la venta híbrida.

- 3.1. Herramienta de identificación de estilos de comportamiento DISC.
- 3.2. Cómo reconocer el estilo de comportamiento del cliente.
- 3.3. Cómo reconocer el estilo de comportamiento del profesional de venta.
- 3.4. Entrene, entrene, entrene.

## MÓDULO 4. Cuál es el talento comercial y áreas de mejora para cada vendedor DISC

4 horas

Conocer cuál es el talento comercial del profesional de ventas, va a permitir a éste, adaptarse a las distintas situaciones de venta y a los clientes con inteligencia comercial. Cuanto más se conozca a sí mismo, sus fortalezas y áreas de mejora, más fácil y más probabilidades tiene de adaptarse a los clientes y liberar su potencial en el desempeño de su labor comercial.

### 4.1. Talento comercial de los Rojos:

- 4.1.1. Fortalezas en el proceso comercial.
- 4.1.2. Áreas de mejora en el proceso de venta.
- 4.1.3. En qué escenarios de venta se encuentran más cómodos.

### 4.2. Talento comercial de los Amarillos:

- 4.2.1. Fortalezas en el proceso comercial.
- 4.2.2. Áreas de mejora en el proceso de venta.
- 4.2.3. En qué escenarios de venta se encuentran más cómodos.

### 4.3. Talento comercial de los Verdes:

- 4.3.1. Fortalezas en el proceso comercial.
- 4.3.2. Áreas de mejora en el proceso de venta.
- 4.3.3. En qué escenarios de venta se encuentran más cómodos.

### 4.4. Talento comercial de los Azules:

- 4.4.1. Fortalezas en el proceso comercial.
- 4.4.2. Áreas de mejora en el proceso de venta.
- 4.4.3. En qué escenarios de venta se encuentran más cómodos.

## MÓDULO 5. Cómo es el comportamiento de compra de los clientes DISC y qué productos compran

4 horas

Conocer el comportamiento de compra de cada cliente DISC, sus motivaciones, productos o servicios que compran y como toman decisiones, permite al profesional de ventas vender a cada cliente como quiere comprar y lograr que la relación comercial sea más exitosa.

### 5.1. Comportamiento de compra de los clientes Rojos:

- 5.1.1. Motivaciones de compra.
- 5.1.2. Qué productos compran o qué servicios contratan.
- 5.1.3. Cómo responden a las preguntas que les formulan.
- 5.1.4. Qué tipo de preguntas hacen estos clientes.
- 5.1.5. Cómo toman decisiones.

## **5.2. Comportamiento de compra de los clientes Amarillos:**

- 5.2.1. Motivaciones de compra.
- 5.2.2. Qué productos compran o qué servicios contratan.
- 5.2.3. Cómo responden a las preguntas que les formulan.
- 5.2.4. Qué tipo de preguntas hacen estos clientes.
- 5.2.5. Cómo toman decisiones.

## **5.3. Comportamiento de compra de los clientes Verdes:**

- 5.3.1. Motivaciones de compra.
- 5.3.2. Qué productos compran o qué servicios contratan.
- 5.3.3. Cómo responden a las preguntas que les formulan.
- 5.3.4. Qué tipo de preguntas hacen estos clientes.
- 5.3.5. Cómo toman decisiones.

## **5.4. Comportamiento de compra de los clientes Azules:**

- 5.4.1. Motivaciones de compra.
- 5.4.2. Qué productos compran o qué servicios contratan.
- 5.4.3. Cómo responden a las preguntas que les formulan.
- 5.4.4. Qué tipo de preguntas hacen estos clientes.
- 5.4.5. Cómo toman decisiones.

## **MÓDULO 6. Estrategias de adaptabilidad para generar relaciones comerciales de éxito con cada cliente DISC**

12 horas

Proporcionar al cliente una experiencia de valor y óptima en su proceso de compra es fundamental para el éxito en ventas. Para conseguirlo es esencial aplicar estrategias de adaptabilidad efectivas en la venta híbrida con cada estilo de cliente DISC.

Adaptarse a los clientes, hablar su mismo lenguaje, va a permitir al profesional de la venta, una comunicación mucho más efectiva para conseguir mejores resultados comerciales.

### **6.1. Beneficios para el profesional de ventas al adaptarse al estilo de comportamiento de cada cliente DISC.**

### **6.2. Estrategias de adaptabilidad con cada cliente DISC:**

- 6.2.1. Cómo adaptarse a los clientes Rojos.
- 6.2.2. Cómo adaptarse a los clientes Amarillos.
- 6.2.3. Cómo adaptarse a los clientes Verdes.
- 6.2.4. Cómo adaptarse a los clientes Azules.

### **6.3. Cómo mejorar la relación comercial: Vendedor Rojo con clientes DISC**

- 6.3.1. Vendedor Rojo con cliente Rojo.
- 6.3.2. Vendedor Rojo con cliente Amarillo.

6.3.3. Vendedor Rojo con cliente Verde.

6.3.4. Vendedor Rojo con cliente Azul.

## **6.4. Cómo mejorar la relación comercial: Vendedor Amarillo con clientes DISC**

6.4.1. Vendedor Amarillo con cliente Rojo.

6.4.2. Vendedor Amarillo con cliente Amarillo.

6.4.3. Vendedor Amarillo con cliente Verde.

6.4.4. Vendedor Amarillo con cliente Azul.

## **6.5. Cómo mejorar la relación comercial: Vendedor Verde con clientes DISC**

6.5.1. Vendedor Verde con cliente Rojo.

6.5.2. Vendedor Verde con cliente Amarillo.

6.5.3. Vendedor Verde con cliente Verde.

6.5.4. Vendedor Verde con cliente Azul.

## **6.6. Cómo mejorar la relación comercial: Vendedor Azul con clientes DISC**

6.6.1. Vendedor Azul con cliente Rojo.

6.6.2. Vendedor Azul con cliente Amarillo.

6.6.3. Vendedor Azul con cliente Verde.

6.6.4. Vendedor Azul con cliente Azul.

## **MÓDULO 7. La metodología DISC como oportunidad para ser más efectivo como vendedor híbrido**

4 horas

En la actualidad, el profesional de ventas tiene que convertirse en vendedor híbrido, venta offline-online o venta presencial-remoto, utilizando distintos canales de venta para seguir teniendo éxito. Evolucionar y reinventarse es una imperiosa necesidad para adaptarse al nuevo mercado o escenario de ventas.

El modelo DISC le proporcionará una ventaja competitiva para gestionar eficientemente la venta en remoto, tanto las llamadas telefónicas como la utilización de otros canales de venta que requieren de comunicación escrita (e-mail, WhatsApp o mensajes, RRSS).

### **7.1. Gestión eficaz de clientes telefónicamente:**

7.1.1. Cómo reconocer rápidamente a los clientes Rojos telefónicamente:

7.1.1.1. Qué palabras utilizan.

7.1.2. Cómo reconocer rápidamente a los clientes Amarillos telefónicamente:

7.1.2.1. Qué palabras utilizan.

7.1.3. Cómo reconocer rápidamente a los clientes Verdes telefónicamente:

7.1.3.1. Qué palabras utilizan.

7.1.4. Cómo reconocer rápidamente a los clientes Azules telefónicamente:

7.1.4.1. Qué palabras utilizan.

## **7.2. Gestión eficaz de clientes a través de canales de comunicación escrita:**

### 7.2.1. Cómo reconocer rápidamente cada estilo de comportamiento:

7.2.1.1. Cómo reconocer a los clientes Rojos en la comunicación escrita.

7.2.1.2. Cómo reconocer a los clientes Amarillos en la comunicación escrita.

7.2.1.3. Cómo reconocer a los clientes Verdes en la comunicación escrita.

7.2.1.4. Cómo reconocer a los clientes Azules en la comunicación escrita.

### 7.2.2. Cómo escribir mensajes escritos a cada estilo de comportamiento:

7.2.2.1. Cómo escribir a los Rojos eficazmente.

7.2.2.2. Cómo escribir a los Amarillos eficazmente.

7.2.2.3. Cómo escribir a los Verdes eficazmente.

7.2.2.4. Cómo escribir a los Azules eficazmente.

## **MÓDULO 8. Inteligencia comercial. Cómo convertir prospectos en clientes y fidelizarlos: estrategias efectivas en cada fase del proceso de ventas con cada cliente DISC**

12 horas

El éxito profesional de un vendedor está en identificar su comportamiento, reconocer el del cliente y ser flexible adaptando su comportamiento al estilo del cliente y utilizando las estrategias más efectivas en cada etapa del proceso de ventas para cada cliente DISC. Esto es Inteligencia Comercial.

### **8.1. Primer contacto: conectar con cada estilo de cliente DISC**

8.1.1. Cómo gestionar eficazmente el primer contacto con los clientes Rojos.

8.1.2. Cómo gestionar eficazmente el primer contacto con los clientes Amarillos.

8.1.3. Cómo gestionar eficazmente el primer contacto con los clientes Verdes.

8.1.4. Cómo gestionar eficazmente el primer contacto con los clientes Azules.

### **8.2. Detectar necesidades con cada estilo de cliente DISC en la venta consultiva:**

8.2.1. Estrategias efectivas en la fase de exploración con los clientes Rojos.

8.2.2. Estrategias efectivas en la fase de exploración con los clientes Amarillos.

8.2.3. Estrategias efectivas en la fase de exploración con los clientes Verdes.

8.2.4. Estrategias efectivas en la fase de exploración con los clientes Azules.

### **8.3. Argumentación eficaz con cada estilo de cliente DISC:**

8.3.1. Cómo argumentar eficazmente a los clientes Rojos:

8.3.1.1. Palabras que venden y cuáles evitar.

8.3.1.2. Frases que pueden impulsar la venta.

8.3.2. Cómo argumentar eficazmente a los clientes Amarillos:

8.3.2.1. Palabras que venden y cuáles evitar.

8.3.2.2. Frases que pueden impulsar la venta.

8.3.3. Cómo argumentar eficazmente a los clientes Verdes:

- 8.3.3.1. Palabras que venden y cuáles evitar.
- 8.3.3.2. Frases que pueden impulsar la venta.
- 8.3.4. Cómo argumentar eficazmente a los clientes Azules:
  - 8.3.4.1. Palabras que venden y cuáles evitar.
  - 8.3.4.2. Frases que pueden impulsar la venta.
- 8.3.5. Diseño del argumentario de ventas para cada estilo de cliente DISC.
- 8.4. Negociación con clientes DISC:**
  - 8.4.1. Aspectos a tener en cuenta al negociar con los clientes Rojos.
  - 8.4.2. Aspectos a tener en cuenta al negociar con los clientes Amarillos.
  - 8.4.3. Aspectos a tener en cuenta al negociar con los clientes Verdes.
  - 8.4.4. Aspectos a tener en cuenta al negociar con los clientes Azules.
- 8.5. Cómo cerrar con cada estilo de cliente DISC.**
  - 8.5.1. Estrategias efectivas para el cierre con clientes Rojos.
  - 8.5.2. Estrategias efectivas para el cierre con clientes Amarillos.
  - 8.5.3. Estrategias efectivas para el cierre con clientes Verdes.
  - 8.5.4. Estrategias efectivas para el cierre con clientes Azules.
- 8.6. Estrategias eficaces en el seguimiento de clientes DISC:**
  - 8.6.1. Cómo realizar un seguimiento óptimo a los clientes Rojos.
  - 8.6.2. Cómo realizar un seguimiento óptimo a los clientes Amarillos.
  - 8.6.3. Cómo realizar un seguimiento óptimo a los clientes Verdes.
  - 8.6.4. Cómo realizar un seguimiento óptimo a los clientes Azules.
- 8.7. Referencias: modelo de éxito en la captación de clientes**
  - 8.7.1. Efectividad cuando se solicitan referencias a los Rojos.
  - 8.7.2. Efectividad cuando se solicitan referencias a los Amarillos.
  - 8.7.3. Efectividad cuando se solicitan referencias a los Verdes.
  - 8.7.4. Efectividad cuando se solicitan referencias a los Azules.

## MÓDULO 9. Plan de acción del profesional de ventas: inteligencia comercial DISC

1 hora

El comportamiento de cada profesional de ventas es único y, por eso, cada uno tiene que lograr el éxito a su manera. De ahí la importancia de que el vendedor elabore su propio plan de acción de Inteligencia Comercial DISC.

- 9.1. Plan de acción del profesional de ventas: Inteligencia Comercial DISC.

# Inteligencia Comercial DISC

## Autor



### Piedad M<sup>a</sup> Alonso

Máster en Dirección de RRHH y Organización. Licenciada en Psicopedagogía. Experta en Coaching: Executive y Life. Analista de Comportamientos DISC y Motivadores. Con amplia experiencia como consultora de formación en la mejora de resultados de equipos comerciales de compañías multinacionales y nacionales en distintos sectores, desarrollo de competencias profesionales y personales y gestión de equipos.

## Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

