



Curso Online de  
**Storytelling Emocional en Ventas**

*Técnicas de storytelling y neuroventas para crear argumentos y discursos de ventas que conecten, emocionen y vendan.*



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



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

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

# Storytelling Emocional en Ventas

## Presentación

La venta es la actividad que se realiza para incentivar a un potencial cliente a efectuar una determinada compra. Es, sin duda, una de las profesiones más antiguas del mundo. Existía incluso cuando no había moneda, cuando las personas cambiaban un producto por otro, lo que conocemos como trueque.

Para dar una definición básica de qué es la venta, podemos decir que es un acto de negociación entre dos partes, en la cual, una parte es el vendedor y otra el comprador. Este acto se lleva a cabo gracias a la comunicación, comunicación que en muchas ocasiones se confunde con informar. Sin embargo, la comunicación comercial va más allá y busca causar un impacto en el interlocutor.

El storytelling es una técnica de comunicación que trata de contar historias con efectividad. Si a ella le añadimos el ingrediente emocional podemos conseguir tocar la fibra sensible de nuestro cliente, haciéndole protagonista de la historia y completamente identificado con nuestra marca, producto o servicio.

## La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación. Con más de 35 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.

# Storytelling Emocional en Ventas

## Objetivos del curso:

---

- Conocer cómo afectan los estados emocionales del vendedor en el proceso de la venta y saber aprovecharlos.
- Conocer los fundamentos del storytelling, así como sus principales técnicas aplicadas al discurso de ventas.
- Aprender a construir nuestro storytelling entendiendo las necesidades y expectativas del cliente.
- Conocer los principales conceptos de neuroventas y sus aplicaciones concretas en el proceso de la venta.
- Profundizar en la narrativa de ventas para saber elegir una historia que conecte con el cliente.
- Desarrollar narraciones atractivas para generar interés en nuestros clientes.
- Aumentar la propuesta de valor de un producto por parte del equipo comercial, así como nuestra comunicación.
- Conocer las principales aplicaciones y ejemplos del storytelling.

“ Haga que su cliente sea el protagonista aplicando el storytelling en ventas y que cada historia lleve a una compra”

## Dirigido a:

---

Directores Comerciales, Jefes de Ventas, Delegados de Zona y, en general, a todos aquellos profesionales de la venta y emprendedores que quieran conocer o afianzar sus conocimientos sobre storytelling y neuroventas para aumentar sus posibilidades de éxito comercial.

# Storytelling Emocional en Ventas

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 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

5 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. Prepárate para la venta

6 horas

Si no identificamos bien nuestro estado emocional desde el principio de una reunión comercial, las emociones influirán en el contenido de nuestra conversación, así como de las pequeñas decisiones que vamos tomando durante la visita y que pueden hacer, con bastante probabilidad, que el resultado del esfuerzo comercial no sea el que esperábamos.

#### 1.1. El radar emocional:

- 1.1.1. ¿Qué es y para qué sirve una emoción?
- 1.1.2. ¿Qué es y para qué sirve la Inteligencia Emocional?
- 1.1.3. Identificación de las emociones.
- 1.1.4. Detectar y expresar las emociones:
  - 1.1.4.1. Habilidades para detectar emociones.

#### 1.2. Psicología de la venta.

#### 1.3. Conócete a ti mismo:

- 1.3.1. Pon un DAFO en tu vida.
- 1.3.2. Aumenta tu seguridad y tus resultados.

### MÓDULO 2. El proceso de la venta emocional

6 horas

Actualmente, el mundo comercial es muy competitivo y exige un nivel de conocimiento muy amplio en todos los aspectos. No basta con conocer bien el producto o servicio, es necesario entender cómo llegar al cliente a través de la mente y de las emociones para que tome la decisión de comprar.

#### 2.1. El vendedor de hoy.

#### 2.2. ¿Qué es vender?

- 2.2.1. ¿Qué es el rapport en ventas?
- 2.2.2. ¿Para qué sirve el rapport?
- 2.2.3. Elementos principales del rapport.
- 2.2.4. Técnicas para generar rapport.

#### 2.3. La ciencia de las ventas:

- 2.3.1. La matriz de la confianza.
- 2.3.2. El cerebro comprador.
- 2.3.3. Los cinco neuroelementos.

# Storytelling Emocional en Ventas

## 2.4. El proceso de decisión:

2.4.1. Acciones concretas en el proceso de venta emocional.

## MÓDULO 3. Fundamentos del storytelling

6 horas

Nos encontramos en un mundo cada vez más digital donde los mensajes se transmiten a gran velocidad y esto hace que la probabilidad de que el nuestro pase desapercibido o no se entienda de forma correcta aumente. Si no queremos que nuestro mensaje sea descartado en mitad de toda la información que se recibe, y si realmente tenemos algo relevante que contar a nuestro cliente, tenemos que hacer el esfuerzo de crear un relato o mensaje atractivo contado de una manera que se pueda recordar.

### 3.1. El arte del storytelling.

### 3.2. Storytelling basado en datos.

### 3.3. Estructura del storytelling: 4 modelos

3.3.1. Escuela clásica. Aristóteles.

3.3.2. Pirámide de Freytag.

3.3.3. 8 pasos de Dan Harmon.

3.3.4. El viaje del héroe (Christopher Vogler).

### 3.4. Ventajas del storytelling.

### 3.5. Las leyes básicas del storytelling.

### 3.6. Construcción de una historia: introducción

3.6.1. ¿Tienes un objetivo?

3.6.2. ¿Quiénes son los personajes?

3.6.3. ¿Cómo enfocar la narrativa?

3.6.4. ¿Cómo iniciar una buena historia?

## MÓDULO 4. Vender con storytelling

6 horas

### 4.1. ¿Qué es una historia de ventas?

### 4.2. ¿Por qué deberías saber contar una historia de ventas?

### 4.3. Ventajas de la narrativa en ventas:

4.3.1. Qué hacer para que una historia sea buena.

4.3.2. Elige la historia correcta.

## Storytelling Emocional en Ventas

4.3.3. Dónde y cómo encontrar grandes historias:

4.3.3.1. El gancho de la historia de ventas.

4.3.3.2. El contexto de la historia de ventas.

4.3.3.3. Apela a la emoción con la historia.

### MÓDULO 5. Historias de storytelling

6 horas

En marketing, ventas y atención al cliente, el storytelling se ha convertido en una herramienta esencial para obtener mejores resultados para las empresas en distintos segmentos. A través de las narrativas, las personas pueden establecer una conexión emocional con el tema y recordar detalles que de otro modo serían olvidados.

5.1. La importancia de contar historias.

5.2. Dónde se puede aplicar storytelling.

5.3. Ejemplos de storytelling:

5.3.1. Storytelling visual.

5.3.2. Storytelling en fotos.

5.3.3. Storytelling escrito.

# Storytelling Emocional en Ventas

## Autor



### Natacha Lerma

Socióloga. Titulación como experta en Coaching Comercial. Máster de Marketing, e-Commerce y Gestión Comercial con más de 20 años de experiencia en desarrollo de negocio y estrategias de ventas en diferentes multinacionales.

## 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.

