

VENTAS CON PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS	2
1. CONCEPTOS BÁSICOS Y ORIGEN DE LA PNL	3
1.1. CONCEPTOS BÁSICOS DE LA PROGRAMACIÓN NEURO LINGÜÍSTICA	3
1.2. ORIGEN DE LA PROGRAMACIÓN NEURO LINGÜÍSTICA	5
1.3. EL PODER DE LA COMUNICACIÓN	6
2. GIMNASIA CEREBRAL.....	10
2.1. HEMISFERIO IZQUIERDO	11
2.2. HEMISFERIO DERECHO	12
3. SISTEMAS REPRESENTACIONALES	12
4. CALIBRACIÓN Y RAPPORT.....	14
4.1. Calibración.....	14
4.2. Rapport.....	15
5. CREENCIAS POTENCIADORAS Y LIMITANTES.....	16
CONCLUSIONES	3
BIBLIOGRAFÍA.....	4
ANEXOS	5

INTRODUCCIÓN

Vender es una profesión tan hermosa como incómoda, si es que no nos gusta ofrecer nuestros servicios o productos.

Dentro del proceso de ventas, existen muchas personas que les incomoda vender. Incluso hay quienes afirman que no nacieron para las ventas. Sin embargo, es una habilidad que todos podemos adquirir si aplicamos las técnicas adecuadas.

El propósito de este curso es precisamente ofrecer herramientas que sirvan de apoyo al momento de realizar una venta.

Por este motivo, en el presente curso abordaremos la Programación Neuro-Lingüística, la cual nos permitirá distinguir los tipos de canales por los que el cliente recibe la información, estableciendo una comunicación adecuada que incrementará nuestras posibilidades de alcanzar nuestras metas.

Quizá, al principio consideres que la PNL no tiene nada que ver con las ventas, sin embargo, una vez comprendidas las bases, podrás darte cuenta de las grandes herramientas con las que cuenta, y no solamente para vender, sino para cualquier otro tipo de relaciones que tengas en tu vida personal o profesional.

Aprenderás cómo vencer tus creencias que hasta hoy te han estado limitando para alcanzar tus metas.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

El participante al finalizar el curso, identificará los diferentes canales de percepción del cliente para una eficiente comunicación en el proceso de venta, utilizando la Programación Neuro Lingüística, mediante ejercicios simulados.

OBJETIVOS PARTICULARES

El participante al finalizar cada uno de los temas:

1. Reconocerá los conceptos fundamentales de la Programación Neuro Lingüística, así como la historia y el origen, para una mejor comprensión de los canales de aprendizaje y su relación con las ventas.
2. Realizará ejercicios de Gimnasia Cerebral, identificando los hemisferios cerebrales y sus formas de funcionamiento para utilizarlos adecuadamente en una venta.
3. Reconocerá los sistemas representacionales para la aplicación eficiente en una venta simulada, basándose en la metodología de la Programación Neuro Lingüística.
4. Calibrará la postura corporal, el tono y ritmo de voz del cliente, estableciendo rapport en una conversación de venta.
5. Analizará los diferentes tipos de creencias que existen en el proceso de venta, utilizándolas de manera positiva para cerrar exitosamente una venta.

1. CONCEPTOS BÁSICOS Y ORIGEN DE LA PNL.

Objetivo Particular: Reconocerá los conceptos fundamentales de la Programación Neuro-Lingüística, así como la historia y el origen, para una mejor comprensión de los canales de aprendizaje y su relación con las ventas.

1.1. CONCEPTOS BÁSICOS DE LA PROGRAMACIÓN NEURO LINGÜÍSTICA

¿Cómo hace la gente lo que hace? ¿Cómo obtienen los mejores vendedores sus resultados extraordinarios? ¿Qué hacen diferente los que sí llegan a sus metas?

La PNL parte de una experiencia sensorial, almacenada en el cerebro. Para trabajar hay que conocer la estructura y las condiciones en que se procesó y almacenó la experiencia.

En realidad no conocemos el mundo como es, sino como lo interpretamos.

Quisiera que ustedes descubran cómo pueden aprender a cambiar su propia experiencia y a obtener el control sobre lo que sucede en su cerebro.

La mayoría de las personas son prisioneros de sus propios cerebros. Es como si permanecieran encadenados al último asiento del bus y que otro se encargara de conducirlo.

Quisiera que aprendieran a manejar su propio bus. Si no le dan a sus cerebros un poco de dirección, o andarán por su cuenta, u otra gente encontrará la forma de manejarlo por ustedes, y quizás ellos no tengan en cuenta su mejor interés.

Incluso si lo tienen, ¡Quizás se equivoquen!

Richard Bandler ¹

¹ BANDLER R. *USE SU CABEZA PARA VARIAR*, Página 8 Ed CUATRO VIENTOS

Desglosemos el término PNL para una mejor comprensión:



PROGRAMACIÓN: Es organizar de forma eficiente los componentes de un sistema para lograr el resultado deseado. Hace referencia a los programas mentales que hemos desarrollado desde la infancia y que rigen nuestro pensamiento.

NEURO: Todo comportamiento es el resultado de procesos neurológicos. La información que recibimos viene a través de los sentidos.

LINGÜÍSTICA: Porque los procesos neurológicos son expresados en un lenguaje verbal y corporal. Lo que decimos, el modo en que lo decimos cómo nos influye lo que pensamos.

Veremos que nuestro estilo de vida tiene que ver con los programas mentales que tenemos en nuestro cerebro, que nuestros pensamientos tienen una gran influencia en el proceso de venta, y nuestras palabras pueden ser nuestras amigas o nuestras enemigas.

Todos tenemos programas mentales, algunos nos funcionan y otros nos impiden que nos realicemos.

Y es que desde que nacimos fuimos educados por nuestros padres, maestros y adultos que nos rodearon y con la buena intención nos transmitieron sus propios mapas.

Analizaremos más adelante cómo podemos identificarlos y cambiarlos.

1.2. ORIGEN DE LA PROGRAMACIÓN NEURO LINGÜÍSTICA



La PNL surge al inicio de los años 70, como resultado de un trabajo en la Universidad de California.

La cual dos jóvenes Norteamericanos John Grinder (Lingüista) y Richard Bandler (Matemático, Psicoterapeuta y Programador informático) se dieron a la tarea de buscar un modelo de comunicación que sirviera para terapia.

Los señores Bandler y Grinder investigaron a individuos que fueron muy destacados en distintos ámbitos en los años setentas, buscando “algo que hacía la diferencia” respecto a otras personas que no se destacaban y descubrieron que los sujetos sobresalientes que investigaron tenían patrones personales específicos de conducta y pensamiento, siendo estos patrones los que ahora forman gran medida los cimientos de la PNL.

Las personas destacadas que fueron estudiadas por Bandler y Grinder fueron nada más ni nada menos que: Milton Erickson (conocido actualmente por el término Hipnosis Ericksoniana), Virginia Satir (experta en terapia familiar), y Fritz Perls (conocido como el fundador de la Terapia Gestalt).²



² [gen-de-la-](#)

Milton Erickson

Virginia Satir

Fritz Perls

Podemos afirmar que la PNL es un modelo para modelar a otros, es decir, que identificando cual es el patrón de comunicación y comportamiento que tienen las personas que han logrado resultados exitosos nosotros podemos reproducirlos y obtener éstos resultados sin necesidad de tanta experiencia.

¿Alguna vez has observado a los vendedores que encabezan las listas de cada mes? ¿Te has percatado que casi siempre son los mismos? ¿A qué le atribuyes el éxito?

Pues, bien, es debido a los programas mentales que tienen. Y tú puedes formar parte de ellos, sólo es cuestión de encontrar el modelo requerido para obtener el mismo resultado.

1.3. EL PODER DE LA COMUNICACIÓN

Uno de los objetivos de la Programación Neuro Lingüística es brindar las herramientas para una comunicación precisa y adecuada a cada tipo de persona.

En el proceso de ventas, es de suma importancia que el vendedor sepa distinguir qué es lo que comunica ante sus clientes. Ignorar lo que comunicamos es un error que se paga caro, ya se trate de relaciones personales como profesionales.

Para lograr un gran impacto al momento de transmitir y recibir información con nuestros clientes, hemos de hacer conscientes las habilidades requeridas para optimizar los resultados en la venta.



Actualmente, la mayoría de los expertos en comunicación efectiva sostienen que hay que considerar los siguientes elementos al momento de expresarnos y sobre todo al estar frente a nuestro prospecto o cliente:

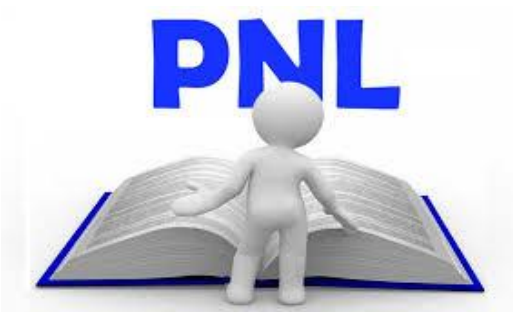
- ✓ **La palabra:** contenido y estructura del mensaje.
- ✓ **La Voz:** El tono, ritmo, velocidad en la que comunicamos.
- ✓ **El Lenguaje Corporal:** la postura, los gestos y ademanes.

Ahora bien, es importante mencionar que todos podemos mejorar nuestras habilidades de comunicación, ya que John Grinder y Richard Bandler nos recuerdan que todos tenemos los recursos que necesitamos para ser exitosos, ya nacemos con ellos, sólo es suficiente que asumamos los principios que rigen la Programación Neuro Lingüística.

<< La PNL está basada en lo que se ha dado en llamar "**presuposiciones**", son así definidas ya que se "**presupone**" que son verdaderas y las tomamos como guías que definen nuestra actuación en los diversos contextos en los cuales nos desempeñamos.

No se pretende en forma alguna, que éstas presuposiciones posean certeza absoluta o sean universales, pero, si se toman como si fuesen ciertas o verdaderas, estas constituyen recursos que optimizarán nuestra vida y nuestra relación con los demás y con nosotros mismos, actuar como si estas presuposiciones fuesen verdaderas nos permitirá obtener el máximo provecho de todos los modelos de la PNL.>>

Así como existen las dos presuposiciones fundamentales de la PNL existen también las presuposiciones básicas, las Ericksonianas y las operativas:



PRESUPOSICIONES OPERATIVAS:

EL mayor legado que nos deja la PNL son las afirmaciones de que todas las personas contamos con estas habilidades, y que sólo es cuestión de actuar conforme a dichas creencias o presuposiciones.

1. Mente y cuerpo son parte del mismo sistema cibernético: el calificativo de cibernético se aplica aquí para indicar que este sistema mente-cuerpo se caracteriza por interactuar como un circuito abierto de comunicación, ambos interactúan e influyen entre sí. Esto se ve confirmado por el hecho de que un cambio en uno afecta de algún modo al otro, ambos son parte de la ecología del ser humano.

2. Todo comportamiento tiene una intención positiva: toda conducta tiene como objetivo conseguir algún beneficio, la PNL distingue entre la intención o propósito de una conducta y la conducta en sí. De igual modo, una persona no es su conducta, la conducta sólo nos parece negativa debido a que no conocemos su propósito. La PNL se encarga de darnos medios para alcanzar esos objetivos, medios alternativos más eficaces que expandan nuestras opciones como seres humanos, sustituyendo así las conductas o respuestas limitadoras.

3. Todo comportamiento es útil en determinado contexto: es necesario analizar todo comportamiento a la luz del contexto o ambiente donde se desarrolla, ya que de otro modo tal comportamiento puede parecer ilógico, irracional o fuera de lugar.

4. Las personas cuentan potencialmente con todos los recursos necesarios para cambiar y para actuar eficientemente: a lo largo de nuestra historia

personal hemos acumulado experiencias, de las cuales podemos extraer los recursos necesarios para desarrollarnos como personas y afrontar con elegancia y flexibilidad cualquier circunstancia que se nos presente. Existen modelos específicos de la PNL que cumplen con esta función, rescatar recursos de nuestra experiencia e instalar las herramientas necesarias para crearlos.

5. El significado de nuestra comunicación se encuentra en la respuesta que obtenemos: esto tiene que ver con nuestra flexibilidad como comunicadores, e implica que tenemos que ajustar y afinar nuestra comunicación en orden de obtener la respuesta que deseamos, y no suponer que la falla se encuentra en el receptor de nuestra comunicación.

6. Las personas responden a su mapa de la realidad y no a la realidad misma: debido a los filtros o limitantes de nuestra percepción, solo podemos crear mapas de la realidad en nuestras representaciones internas, y es con base en esos mapas que actuamos y respondemos.

Dado que las experiencias varían en las personas, no existen dos seres humanos que tengan los mismos mapas o modelos del mundo. Por lo tanto, cada quien crea un modelo diferente del mismo mundo que se comparte, y por lo tanto, se experimentará una realidad diferente.

7. No existen fallas en comunicación, sólo retroalimentación: si la respuesta obtenida no es la esperada, debemos tomar tal respuesta como una respuesta útil que nos proporciona retroalimentación para modificar nuestro desempeño y así conseguir los resultados que deseamos.

8. Si es posible para alguien, es posible para mí: la identificación y/o creación de modelos eficaces nos lleva directo a la excelencia. Si alguien tiene la capacidad de hacer algo, se puede extraer el modelo o estrategias que fundamentan tal capacidad y enseñarlas e instalarlas en otras personas. La PNL posee modelos para identificar la estructura de las capacidades o habilidades de las personas para luego duplicarlas en otra persona.

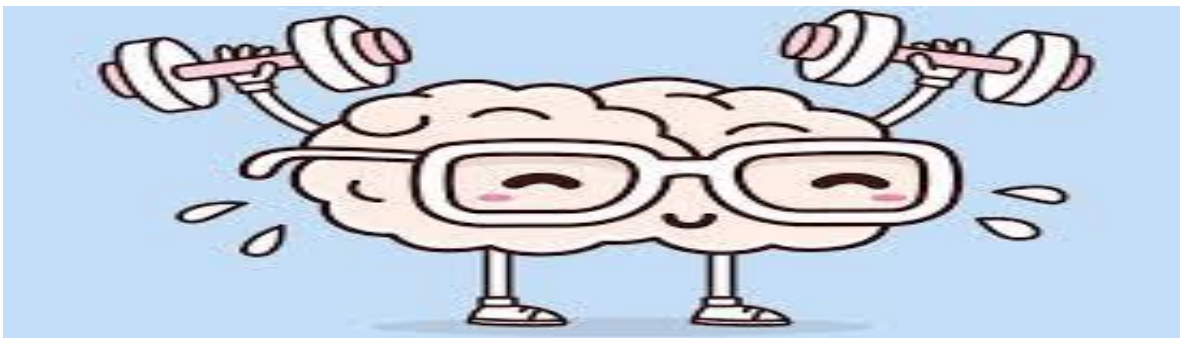
9. Procesamos la realidad a través de nuestro cuerpo-mente: y por lo tanto somos nosotros los que creamos nuestras experiencias y los responsables por lo que esas experiencias provocan en nosotros, citando a Marco Aurelio: **“Si te sientes angustiado por cualquier cosa externa, el dolor no se debe a la cosa en sí, sino a tu propia estimación sobre ella”**, entonces, tienes el poder de eliminarlo en cualquier momento. Respecto al impacto de nuestras percepciones en nuestro estado, **“La experiencia no es lo que le sucede al hombre, sino lo que ese hombre hace con lo que le sucede”**.

10. Si algo no te funciona, para que seguir haciéndolo: esta presuposición tiene que ver con la flexibilidad que queremos tener para conseguir nuestros objetivos. Si constantemente estamos corroborando que el resultado esperado no se está alcanzando, debemos empezar a emplear otros medios diferentes hasta que logremos lo que nos hemos propuesto. Cada intento fallido no constituye un fracaso, sino un descubrimiento de una forma más de cómo no lograr nuestro objetivo y es solamente un proceso de aprendizaje>>.

Extracto de internet.³

2. GIMNASIA CEREBRAL

Objetivo Particular: Realizará ejercicios de Gimnasia Cerebral, identificando los hemisferios cerebrales y sus formas de funcionamiento para utilizarlos adecuadamente en una venta.



La gimnasia cerebral es conocida también como **brain gym**, y su creador es el doctor **Paul Dennison**, en California. Es una técnica que surge de la combinación de diversas técnicas como el Tai Chi, Yoga, baile, gimnasia moderna y kinesiología.

Es una técnica de ejercicios mentales, se utilizan ambos hemisferios del cerebro. Se considera que cada hemisferio realiza una operación distinta o más bien, se activan ciertas regiones con algunas actividades, las cuales pueden mejorar el funcionamiento o mantener en buen estado a nuestro

³ <http://www.pnl.org.mx/presuposiciones.html>

cerebro, optimizando la concentración, la memoria y eliminando ciertas deficiencias Neuromusculares.

Estamos hablando de **un solo cerebro que se divide en dos hemisferios**, los cuales siempre están **interconectados** el uno con el otro. Aún y cuando a veces predominen ciertas actividades en cierta región.

Hemos de aclarar que los hemisferios cerebrales están **invertidos respecto del cuerpo**, es decir, que el hemisferio derecho controla la parte izquierda del cuerpo y el hemisferio izquierdo se encarga del lado derecho del cuerpo.

La gimnasia cerebral viene a realizar ejercicios en los que se tienen que intercambiar movimientos entre ambos hemisferios.

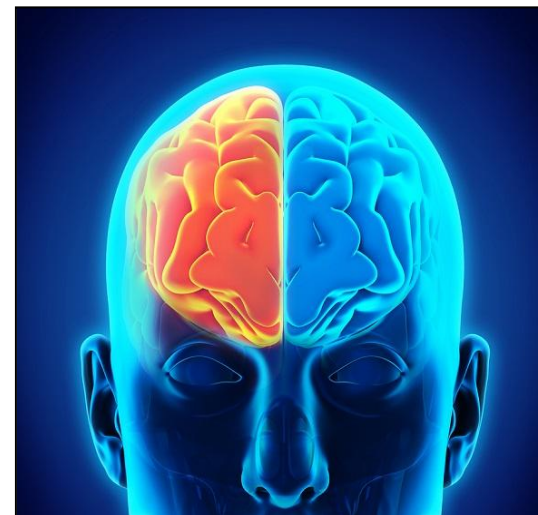
A continuación veremos cómo es que funcionan cada uno de los hemisferios, sólo recuerda que están interconectados.

No podemos afirmar que un hemisferio es mejor que otro, ya que se complementan. Y sus funciones son tan distintas.

2.1. HEMISFERIO IZQUIERDO

El lado **IZQUIERDO** del cerebro se encarga de:

- 1 Procesar la información de manera **lineal**.
- 2 Identificar **detalles** importantes.
- 3 Es **analítico**.
- 4 Se mueve en forma **secuencial**.
- 5 Utiliza la **lógica** para resolver problemas.



2.2. HEMISFERIO DERECHO

El lado **DERECHO** del cerebro se encarga de:

- 1 Procesar la información de manera **integral**.
- 2 Ver el **resultado final** con claridad.
- 3 Es **creativo**.
- 4 Se mueve al **azar** de una tarea a otra.
- 5 Utiliza la **intuición** para resolver problemas.



3. SISTEMAS REPRESENTACIONALES

Objetivo particular: Reconocerá los sistemas representacionales para la aplicación eficiente en una venta simulada, basándose en la metodología de la Programación Neuro Lingüística.



“Nada hay en el intelecto, que no haya pasado primeramente por los sentidos”

Filósofo y Teólogo Tomás de Aquino.

Los sistemas representacionales son los sentidos por los cuales captamos la información de lo que está fuera de nosotros. Es la manera en cómo percibimos la realidad.

La vista, el oído, el gusto, el olfato y el tacto, conforman nuestros cinco sentidos. Y cada uno de ellos es importante.

Cabe destacar, que así como tenemos dos manos, dos pies, dos oídos, etc. Y muchas veces utilizamos para ciertas actividades un lado más que otro, así mismo, nuestros sentidos también son utilizados con cierta preferencia para algunas actividades, tales como la captación de información y la forma de apreciar la realidad.

INDICADORES CONDUCTUALES DEL APRENDIZAJE

Recuerda que Veremos que cada persona tiene un estilo o varios de captar la realidad y procesar la información. Y en el momento de una venta las estadísticas o porcentajes en las que utilizamos dichos canales pueden variar. ⁴

Incluso algunos tienen de todo un poco, y que en cualquier momento que decidas puedes empezar a entrenar la mente para activar otros sentidos que casi no utilizas debido al perfil de tu trabajo o tus actividades diarias.

La PNL es una herramienta que puedes ser muy poderosa solamente si la pones en práctica.

Una vez aplicadas las técnicas con cierta paciencia y constancia, podrás identificar claramente el canal de percepción que tienen las personas.

Aquí te indicaremos algunas formas de distinguir en una persona la forma en que se comunica, ya sea en su vestir, en su andar o en su hablar.

Es fácil determinar el canal que se está utilizando si prestamos atención a lo que dicen y hacen.

Veamos a cada uno de ellos, escucha y apunta en el recuadro correspondiente las siguientes características según su canal.

Visual	Auditivo	Kinestésico
Lenguaje que los identifica		

⁴ Guido, G. (2008). MEJORA TUS VENTAS CON LA PNL. España: De Vecchi .P 106.

4. CALIBRACIÓN Y RAPPORT

Objetivo Particular: Preparará los productos para un curso de capacitación, en base a la metodología del estándar de competencia EC-0217, con la finalidad de ser evaluado.

4.1. Calibración

Es el proceso de saber leer las respuestas de la otra persona en una interacción. El término es tomado de los sistemas de medición, es decir, es evaluar y dictaminar mediante la postura, los gestos, las palabras y los tonos y ritmos al hablar de nuestro cliente sus sentimientos, creencias y pensamientos.

Es la habilidad perceptiva para conocer en forma muy precisa diversos estados en uno mismo o en otras personas leyendo señales no verbales

Un ejemplo es el siguiente. Una persona que recientemente ha terminado inesperadamente una relación de cierto tiempo, y al conversar, ella sonrío y asegura con sus palabras, que no le duele y que en realidad no le interesaba su pareja, sin embargo, al escucharla nos damos cuenta que su tono de voz se entre corta, sus ojos se humedecen, y sus hombros están decaídos, podemos saber lo que en realidad la otra persona está pasando y que trata de ocultar ante la sociedad.

Así tenemos, que la calibración es en cierta forma leer su lenguaje verbal y no verbal.

Un cliente que nos recibe en su oficina y que nos asegura que le interesa saber de nuestro producto, y cuando le estamos explicando, se encuentra de brazos cruzados, sus pies apuntan a otro lado y su cabeza reposa sobre ambas manos que están apoyadas en el escritorio, podemos deducir por su lenguaje no verbal, que en realidad, por el momento no está interesado en lo que le estamos diciendo.

Es aquí donde debemos aplicar al máximo nuestras técnicas, y saber que lo que hemos de hacer es abrir sus canales de información para captar su atención, incitarlo a que se “conecte” con nosotros. En lugar de darnos por vencido y partir en retirada.

Calibramos con la finalidad de establecer una mejor comunicación y con ello alcanzar nuestros objetivos y brindarle soluciones a nuestro cliente.

4.2. Rapport

Es una herramienta de la PNL, la cual consiste en establecer cierta sintonía con el cliente, a través de la imitación de su postura, gestos, tono o velocidad con la que la otra persona se comunica.

Cabe aclarar, que en realidad es también algo que se da de forma natural la mayoría de las veces, cuando estamos con personas que tienen intereses afines o conversaciones que nos parecen muy interesantes.

Sin embargo, cuando tenemos un encuentro con alguien que no conocemos o no tenemos afinidad, el rapport será de gran ayuda si sabemos aplicarlo.

*El término Rapport proviene del francés **rapporter**, que significa que lo que una persona envía, la otra lo devuelve.*⁵

Aquí juega un papel importante la **sintonía** que establezcamos en la conversación, es decir, que evitemos a toda costa, recalcar las diferencias en los puntos de vista, ya sea, acerca del producto o de un tema en particular.

La sintonía, es comparada con la cadencia y ritmo que se lleva al bailar con una persona, en la cual, ambas se mueven a un mismo compás, dejándose fluir y no pudiendo identificar quien lleva a quien en el baile.

Tan sólo basta con mirar a las parejas de novios, cuando están enamorados, platicando en una plaza. Tienen su postura corporal emparejada, la cabeza ligeramente inclinada hacia el mismo lado y el ritmo al caminar tiene la misma cadencia. A esta parte de la sintonía le llamamos **acompañamiento**.

Cuando acompasamos a nuestro cliente, es decir, cogemos el mismo ritmo al respirar, su velocidad y tono al hablar, y su postura corporal, y resaltamos las coincidencias, podemos llegar a establecer un Rapport para con ello facilitar que nuestro cliente acceda a la compra de nuestro producto.

Con el Rapport lograremos:

- ✓ Realizar una mejor conexión con nuestro cliente
- ✓ Crear un vínculo inconsciente con la persona
- ✓ Generar un ambiente agradable y de confianza
- ✓ Potenciar la escucha activa
- ✓ Enviar el mensaje con éxito
- ✓ Generar sinergia positiva que ayude a influir.

⁵ <https://www.pnliafi.com.ar/rapport-generando-empatia/>

5. CREENCIAS POTENCIADORAS Y LIMITANTES

5.1. CONCEPTO DE CREENCIAS

Objetivo: Analizará los diferentes tipos de creencias que existen en el proceso de venta, utilizándolas de manera positiva para cerrar exitosamente una venta.

Una creencia es la fe firme de que algo es cierto. Es un pensamiento el cual tienes la certeza de que es verdadero.

Las creencias se generan en base a la educación que nos dieron durante la infancia, y a la experiencia que hemos tenido en la vida, son muy subjetivas y no necesariamente son ciertas, pero sí pueden afectar para bien o para mal nuestros comportamientos y nuestras acciones.

5.2 TIPOS DE CREENCIAS

Creencias Limitantes

Son aquellas que nos **impiden** o **limitan** a alcanzar nuestras metas.

- No soy bueno para las ventas.
- No es temporada para vender
- A la gente no le interesa el producto
- Ya es mucha la competencia
- Los clientes no compran lo caro
- Si le hiciera descuento comprarían más
- Necesito el producto en la mano para poderlo ofrecer
- Con crisis nadie compra

Creencias Potenciadoras

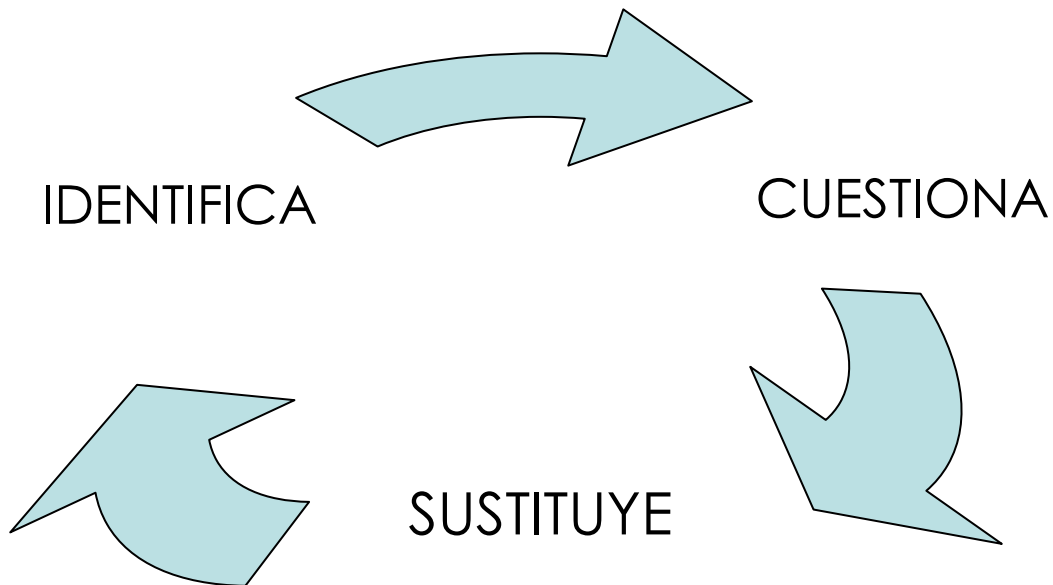
Son aquellas que nos **facilitan** o **potencian** a alcanzar nuestras metas.

- Yo vendo todo lo que me suelten
- Aprovechemos que los demás están de vacaciones
- El producto se vende por sí sólo
- El sol sale para todos
- El cliente siempre compra lo bueno sin ver el precio
- No se encuentra mi producto con la misma calidad y más barato
- Yo puedo vender sin producto
- Las crisis son las mejores oportunidades para vender

Identifica tus creencias limitantes, y después conviértela en una creencia potenciadora. Si tienes otras creencias potenciadoras apúntalas.

Creencias Limitantes	Creencias Potenciadoras

Las creencias limitantes no se destruyen, sino que se **sustituyen**, y para ello, lo que debes hacer es algo muy sencillo:



¡Recuerda que también las creencias potenciadoras las podemos optimizar!

CONCLUSIONES

Durante el proceso de capacitación vimos la importancia que tiene conocer los canales de percepción que utilizamos los seres humanos para captar la realidad, y poder influir en el proceso de ventas de una manera más activa.

Cabe destacar, que las técnicas aprendidas no son un dogma, sino que siempre hemos de estar abiertos al cambio, y que cada proceso es diferente porque cada cliente es diferente.

Es importante en el proceso de comunicación y venta, calibrar a nuestros clientes para identificar oportunamente lo que nos dice sin hablar. Es decir, decodificando sus gestos, lenguaje y postura corporal. Y también nosotros estar atentos a lo que expresamos inconscientemente.

Es posible cambiar nuestras creencias que nos limitan, la clave está en reflexionar y cuestionarnos acerca de nuestros resultados y no verlos como un fracaso, sino más bien, como un aprendizaje. Sólo es cuestión de empoderarnos cada día más para alcanzar nuestras metas.

Programación Neuro Lingüística es una herramienta poderosa y muy amplia, está en constante evolución, por lo que se recomienda aplicarla en cada momento posible y seguir aprendiendo.

Recuerda que puedes pedir tu reconocimiento con validez oficial, infórmate en las oficinas y ven por él.

BIBLIOGRAFÍA

Bandler, R. (2001). *USE SU CABEZA PARA VARIAR*. Santiago, De Chile: Cuatro Vientos.

Astorga, F. (2013). *PNL PARA PRINCIPIANTES*. Abril 19, 2019, de PNL & EXITO Sitio web: <http://pnlyexit.com/blog/origen-de-la-pnl/>

Dilts, R. Zepeda, G., & Delozier, J. (2019). Presuposiciones. Abril 19, 2019, de PNL Programación Neuro Lingüística Sitio web: <http://www.pnl.org.mx/index.html>

IAFI Argentina. (2017). *RAPPORT: GENERANDO EMPATÍA*, Abril 19, 2019, de Instituto Americano de Formación e Investigación Sitio web: <https://www.pnliafi.com.ar/rapport-generando-empatia/>

Guido, G. (2008). *MEJORA TUS VENTAS CON LA PNL*. España: De Vecchi.

ANEXOS

- ✓ Evaluación de los Hemisferios Cerebrales
- ✓ Test de Canales de Percepción