

TU **YO** CURSO 2025
VENDEDOR

CON MÁS MEDALLAS QUE ANTES

 **DIANA PIONA**
AGENTE DE SEGUROS & MENTORING MINDSET

Nuestra carrera de hoy: 10K de tu yo vendedor

- 1.Reconociendo tu valor.
- 2.Esto es lo que hace a un vendedor exitoso.
- 3.Tú porque.
- 4.La transformación.
- 5.Las necesidades humanas según Maslow en las ventas.
- 6.Tu mundo, tu perspectiva.
- 7.Los miedos más comunes de vender.
- 8.Tú eres tu empresa.
- 9.Tu brújula, tu estrella polar.
- 10.El lienzo de tus sueños.



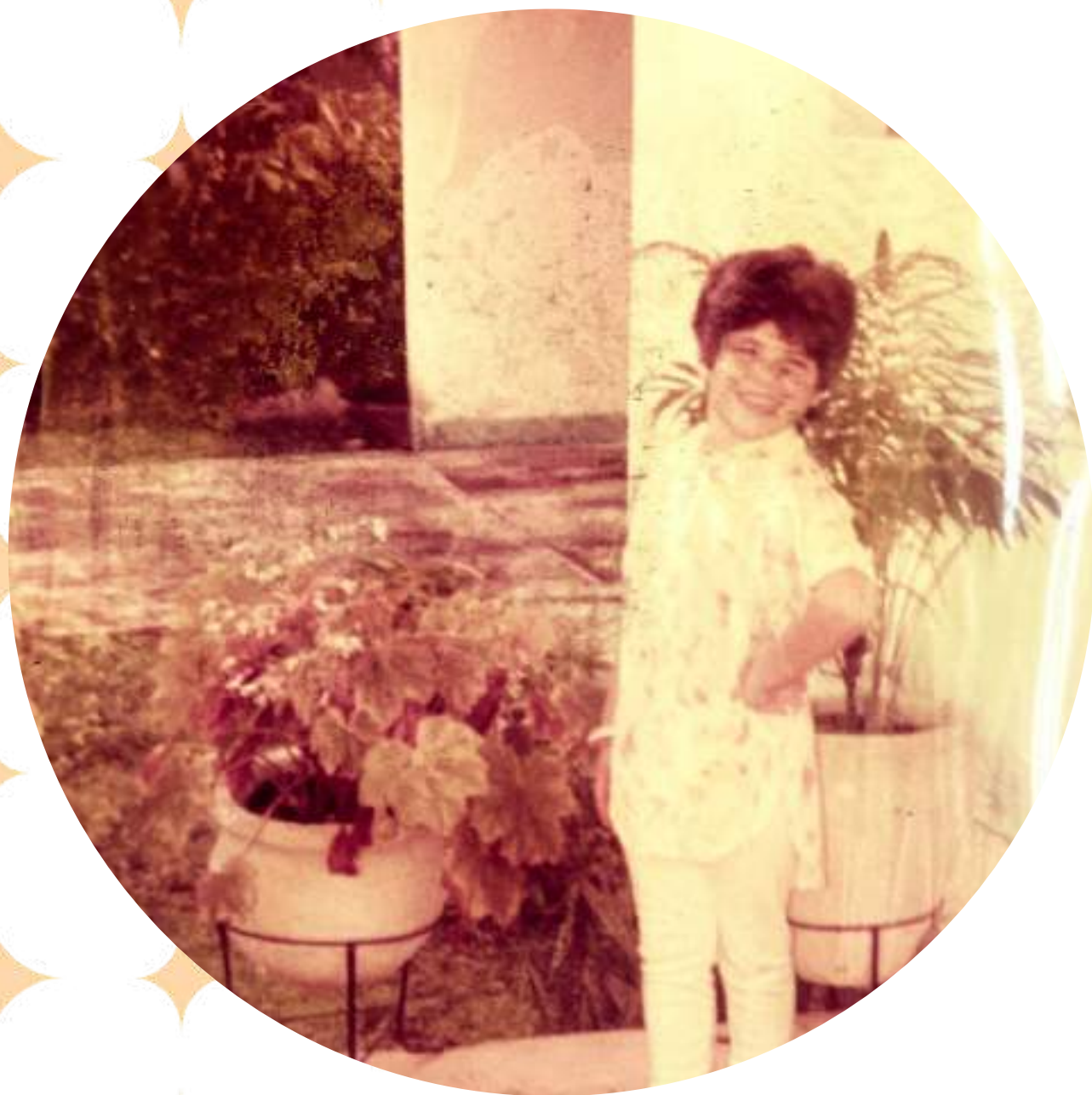
Presentate

Busca a una persona que no conozcas y preguntale en 60 segundos:

A que te dedicas.

Que es lo que mas te gusta de lo que haces.

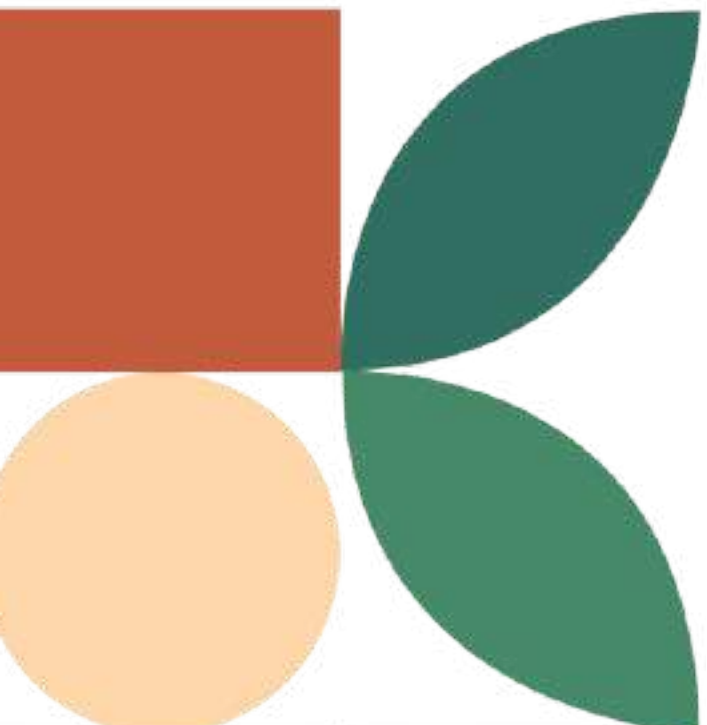




Mucho gusto

1K

¿Quién vale más?



Tus valores son tus superpoderes



Los valores crean dos escenarios

*Crean nuestras
decisiones*

*Nos mueven a
la acción*





2K

Conexión
contigo

Tu
performance

Tu mentalidad
de éxito

¿Qué hace a
un vendedor
exitoso?

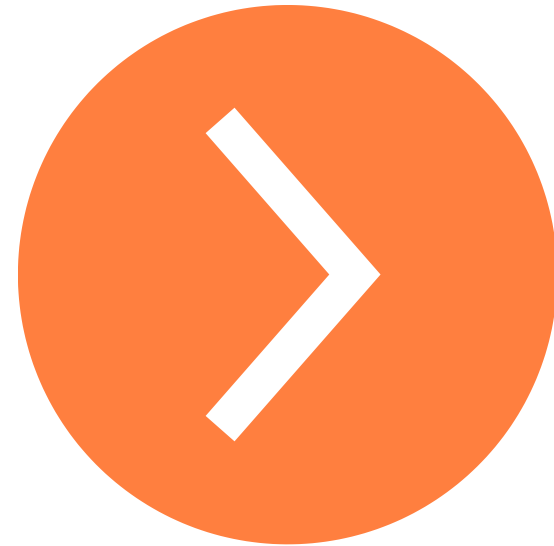


Conexión contigo

Metáfora Diamante en bruto



Performance, desempeño,
conocimiento, técnica, estudios,
tu ficha de formación.



Cerebro preparado con
datos actualizados,
conocimientos e
innovación.





Mindset de éxito

Crea las 3 C
de la
CONFIANZA

Confianza
interna, externa
y en el proceso.

Dopamina
relax

Mirada y visión a largo plazo

(Nacimiento, Pasión y Gloria) 1882-2026



PUNTO DE HIDRATACIÓN 1



Revisar el **workbook** y
responde las preguntas



2 min



“LA GENTE NO COMPRA LO QUE UNO HACE; COMPRA EL PORQUÉ UNO LO HACE” – SIMON SINEK

3K

Él ¿Por qué? (El propósito)

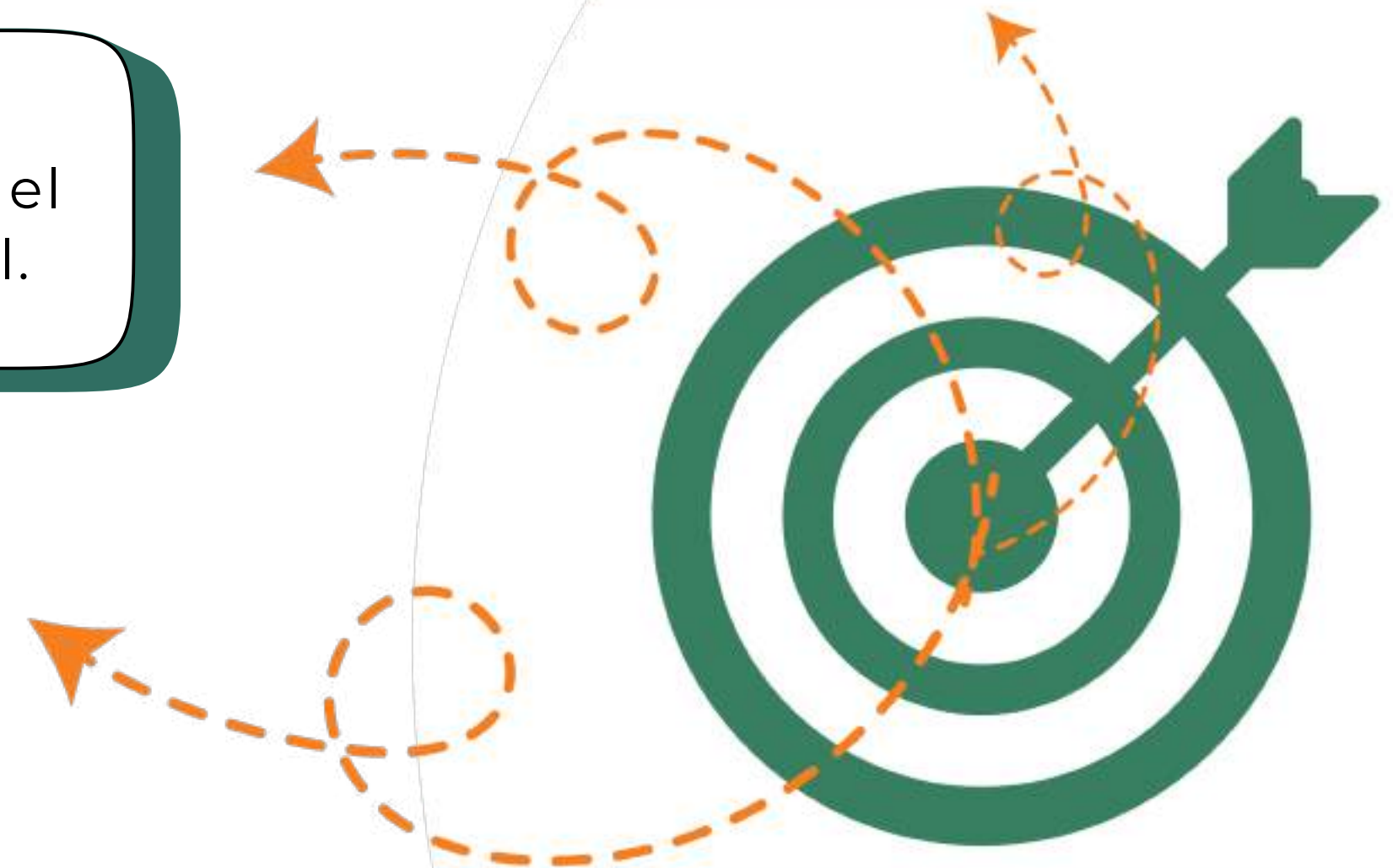
El porqué está relacionado con los motivos por los cuales hacemos lo que hacemos.

Él ¿Cómo? (El proceso)

El cómo hace referencia al proceso bajo el cual satisfacemos la necesidad principal.

Él ¿Qué? (Resultado)

Es el resultado de todo el proceso anterior en un producto o servicio. Básicamente, es lo que vendemos, a lo que nos dedicamos o el servicio que ofrecemos.



✦ Ejemplo

Él ¿Por qué?
¿Por qué existe Disney?

“Para crear felicidad para las personas de todas las edades, en todas partes”.

¿Cómo lo hace?

A través de un lugar en donde la gente encontrará felicidad y conocimiento. Será un lugar para que padres, madres, hijos e hijas compartan momentos placenteros.

¿Qué hace?

Hacemos películas animadas y parques de diversiones.



Conviértete
en tu propio
cliente.

Cómprate a ti primero





4K

Transformar
la vida de
otras
personas

Impactar
con tu
valor

Solucionar
sus problemas

Entender su
incomodidad



EL PUENTE QUE AYUDA A OTROS



**A donde vas a llevar al
cliente / Porque te paga.**

¿A quién ayudas?

¿Qué problema le resuelves?

¿Cómo lo ayudas?

**¿Qué transformación tiene
luego de que te conoce a ti?**

**Tú eres el canal de
transformación.**



EJEMPLO

01

A quien ayudo:

Familias o personas que estén entre 25 y 60 años.

02

Problema:

Personas desprotegidas, financieramente vulnerables y que necesitan la PROTECCIÓN

03

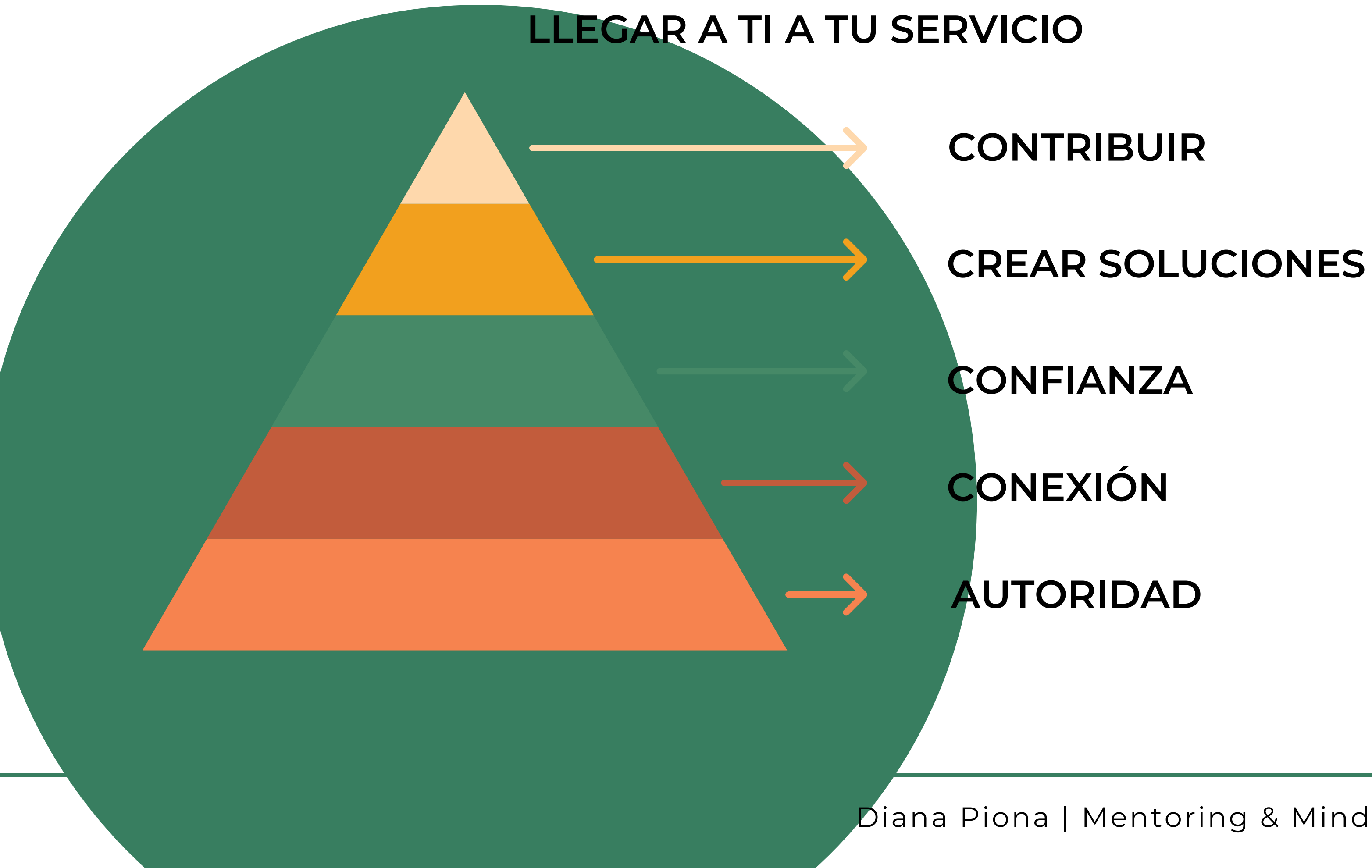
Metodología:

Pólizas de salud y vida

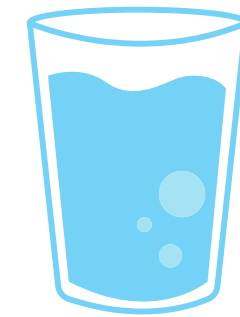
TRANSFORMACIÓN: BIENESTAR Y CALMA EN SUS VIDAS

Ayudo a familias que están desprotegidas a tener cobertura de salud y vida con pólizas que les permita llevar bienestar y calma a sus familias

PIRÁMIDE DEL SI DEL CLIENTE PARA LLEGAR A TI A TU SERVICIO



PUNTO DE HIDRATACIÓN 2



Revisar el **workbook** y
responde las preguntas



2 min

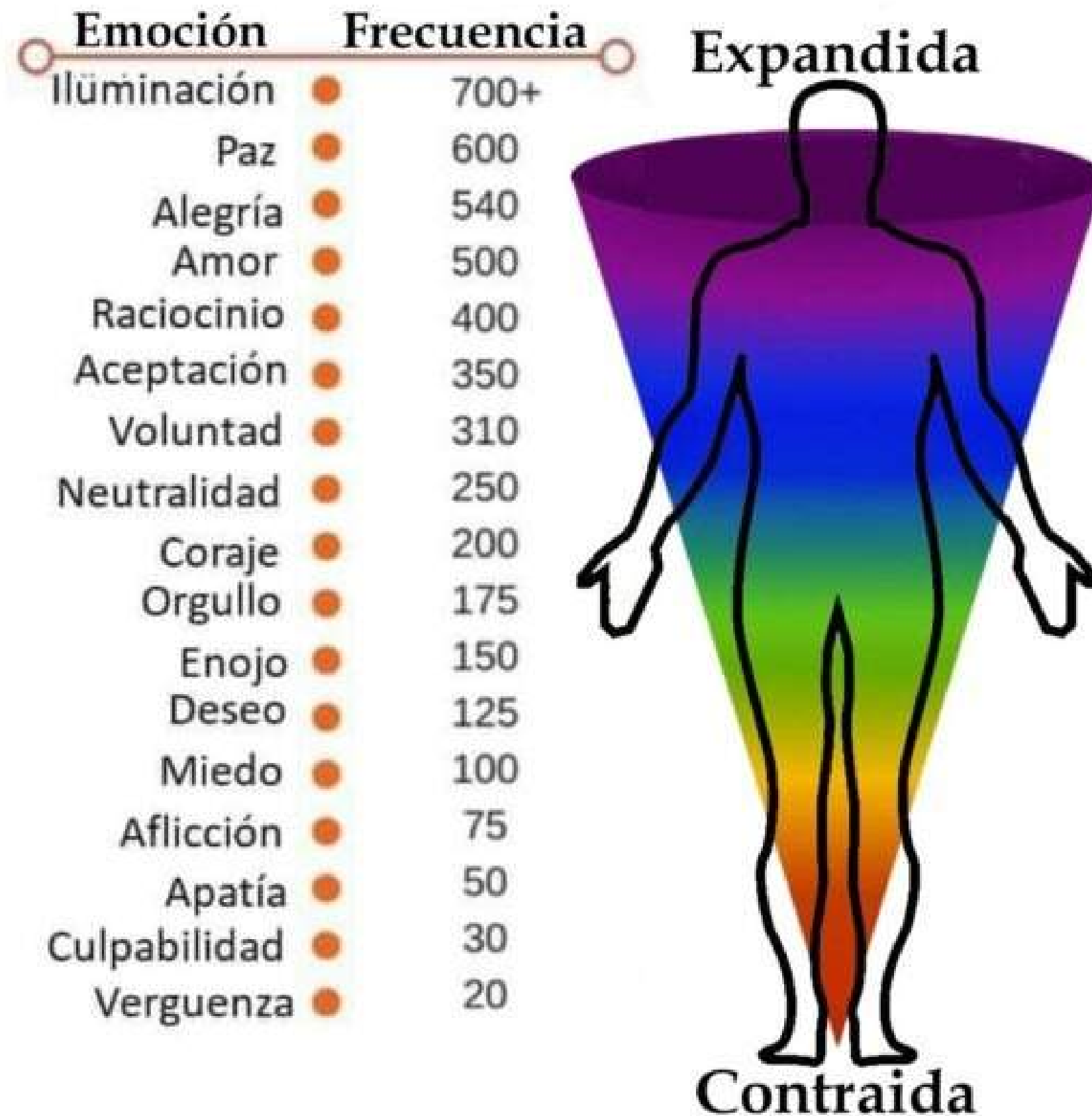


Necesidades humanas Maslowen tus ventas

5K

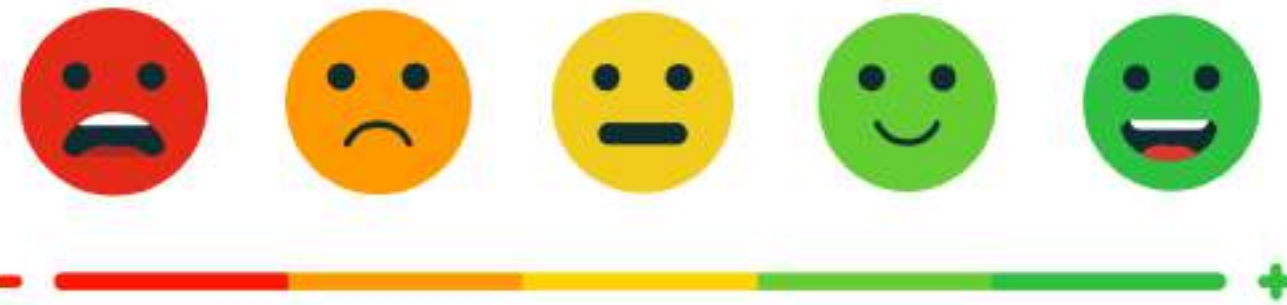


Frecuencia de las emociones escala de conciencia del Dr. David R. Hawkins



MAPA DE LA
CONCIENCIA Y
CÓMO INFLUYE EN
LAS VENTAS

Lo que compran los clientes



Las emociones

Lo que los hace sentir
especiales

Como los tratan

Las experiencias
inolvidables positivas

Lo que los hace sentir
especiales

Sentir que es
comprendido y valioso

Bajos niveles (20-175)

La vergüenza, la culpa, el miedo y la ira pueden llevar a comportamientos defensivos y a una **menor capacidad para conectar genuinamente con los clientes.**

Niveles intermedios (200-400)

Los vendedores en estos niveles tienen una **actitud más positiva y proactiva.** El coraje y la neutralidad permiten enfrentar los desafíos con confianza, mientras que la voluntad y la aceptación facilitan la adaptación y la empatía con los clientes.

Altos niveles (500-1000)

Los vendedores en estos niveles **se enfocan en el servicio y la comprensión profunda.** La empatía, el amor y la alegría crean una conexión genuina con los clientes, lo que puede resultar en relaciones más duraderas y exitosas.

MINDSET



VENDER ES UNA HABILIDAD QUE SE EJERCITA



IMPACTO

Tu autoliderazgo es lo que
hace que seas un vendedor
de **éxito**.



QUE NO VENDES

- Una póliza de seguros.
- Una casa.
- Un postre.
- Un grupo de música.
- Un cuaderno.
- Un boleto de viaje.
- Un servicio de vigilancia.
- Una consulta.



6K

**Tu perspectiva
crea tu realidad**

```
graph TD; A[Tu perspectiva crea tu realidad] --- B[Que te dijeron que eras]; A --- C[Que tanto te lo crees];
```

**Que te dijeron
que eras**

**Que tanto
te lo crees**



Nacio en el seno de una Familia humilde en NYC

Su primera venta la cerro escribiendo el 80% de las cosas porque era tartamudo y le daba miedo hablar.

Vendia en base a \$ de ganancia y rendimiento en vez que a caracteristcias y beneficios, fue disruptivo.

Ha sido el único vendedor en la historia de seguros que ha vendido \$1.000.000 en comision el primer ano de ventas.

Creo el metodo "3 dólares al día" de venta donde desglozaba el pago anual en el rendimiento diario.

Las historias que te cuentas todos los días



Potenciadoras



Restrictivas

GASOLINA DEL ÉXITO

Frustración,
ansiedad y
desconexión

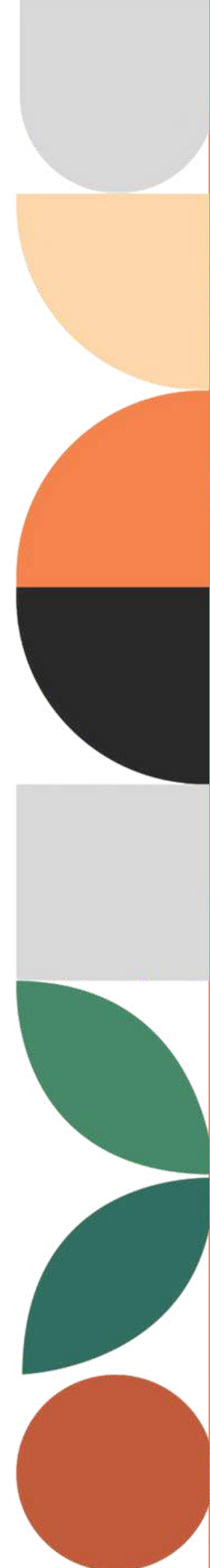
- Tu Historia
- Tu sabiduría
- Tu capacidad y Lenguaje
- Tus habilidades



NEUROPLASTICIDAD



Tu nueva identidad se
construye con tu nueva
definición de éxito



Cómo es un vendedor que logra sus objetivos:

- Ve el “fracaso” como aprendizaje.
- Persuade éticamente.
- Cree en sí y en su producto/servicio.
- Confía en el proceso. Tiene una mentalidad de logro.
- Tiene una agenda disciplinada.
- Tienes amor propio saludable.
- Sabe que es responsable de su gestión.
- Ayuda al cliente.
- Tiene un Ego de vendedor bien nutrido.



Los limites para romper

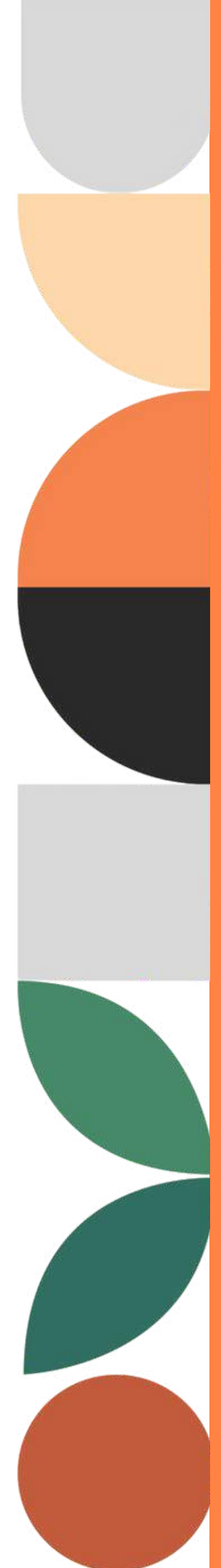
- El 90% de quienes est[
eres est[a
escondido
- 10% es lo que
muestras



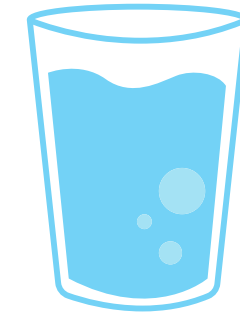
¿Dónde estabas el 11 de
septiembre del 2001?



Tu mejor negocio:
hacerte inolvidable



PUNTO DE HIDRATACIÓN 3



Revisar el **workbook** y
responde las preguntas



2 min



7K

Pónganse de pie quienes han sido rechazados alguna vez por un cliente y era una venta que tenían altas expectativas que ocurriera



Quiero que se sienten solo aquellos que
no les importó ese rechazo

LOS MIEDOS MÁS PROFUNDOS DE UN VENDEDOR

- Su miedo al rechazo.
- Miedo a no tener a quien venderle.
- Miedo a que no ser relevante.
- Miedo a no facturar su meta.
- Miedo a perder ventas.
- Miedo a no ser valioso.
- Miedo a que no confíen en él.
- Verguenza a ser juzgado.



PERMISOS DEL VENDEDOR



Vender a tu ritmo y
aún seguir creciendo.



Vender de forma
ligera y auténtica.



Crear riqueza para el mundo.

Reinventarse y aprender de sus
experiencias.

Crear tu propio camino aunque
sea muy diferente al resto

Sentir que es incómodo vender por ser principiante.

¿CÓMO SER PERCIBIDO COMO UNA REFERENCIA?

- Principio de Relevancia.
- Principio de Autoridad.
- Principio de Conocimiento.

El compromiso contigo
hace que puedas llegar a los
demás.



El costo del NO te acerca al SI



PUNTO DE HIDRATACIÓN 4



Revisar el **workbook** y
responde las preguntas



2 min



9K

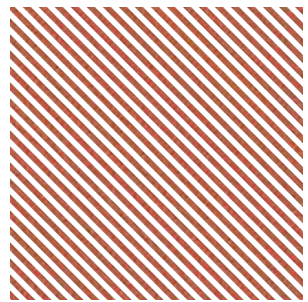


• MANIFIESTO DE TU YO VENDEDOR

Yo _____ Me comprometo a ser la mejor versión de vendedor posible, a prospectar cada día, a cumplir mis metas, a crear más valor para mis clientes, a incomodarme para llegar a mejores objetivos, a ser fiel a mis

- promesas y a crecer cada día profesional y financieramente para lograr mis sueños y anhelos y vivir como me merezco.**

LOS NO NEGOCIABLES DE UN VENDEDOR EXITOSO



- Tiene un plan de trabajo.
- Tiene ingresos recurrentes sin importar que el cliente diga que sí.
- Prospectas todo el tiempo.
- Desarrolla la creatividad en su metodología.
- Comunica su mensaje de forma elocuente.
- Crea confianza a su alrededor.
- Tiene finanzas saludables.

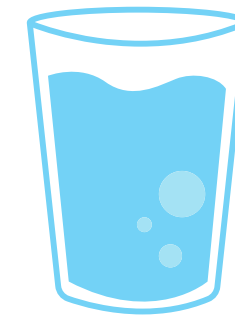
EL LIENZO DE TUS SUEÑOS



10K

- Escribe que meta quieres lograr en los próximos 6 meses (macro) Escribe las 3
- estrategias que vas a implementar para desarrollar. Escribe 3 tácticas
- que vas a ejecutar.

PUNTO DE HIDRATACIÓN 5



Revisar el **workbook** y
responde las preguntas



2 min



GRACIAS

