



**TU YO**  
CURSO  
2025

**VENDEDOR**

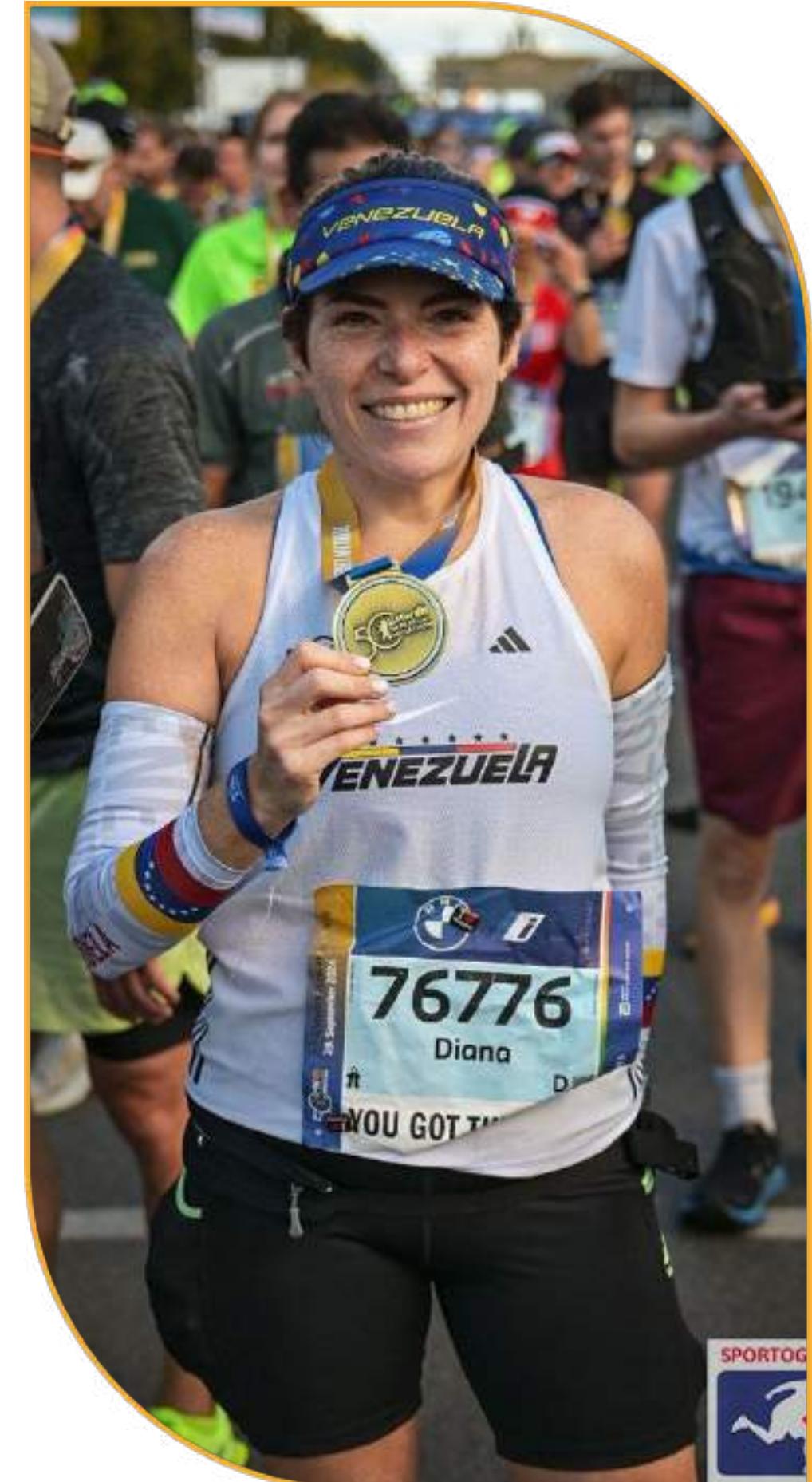
CON MÁS MEDALLAS QUE ANTES



**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?



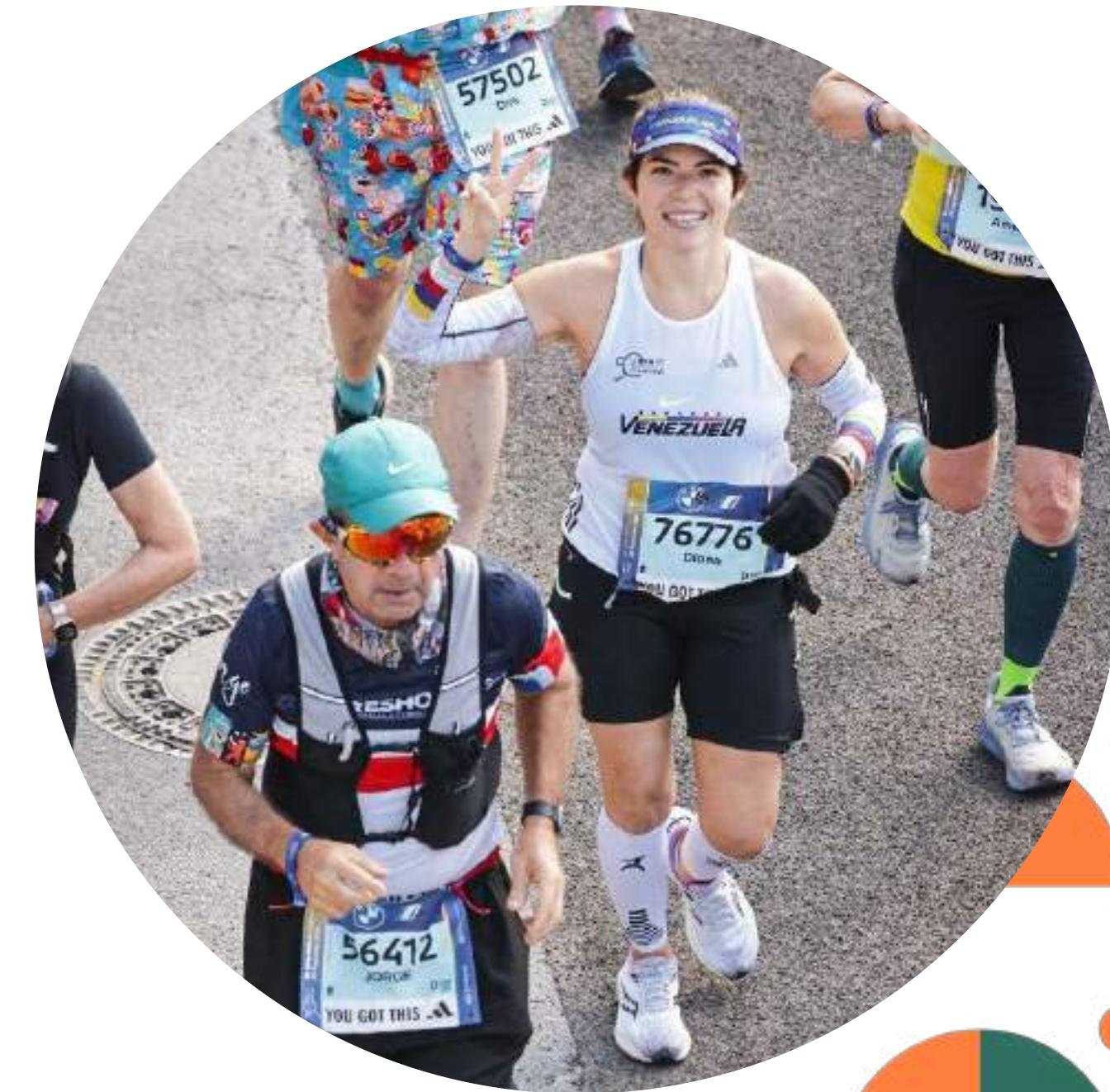
# Tus valores son tus superpoderes



# Los valores crean dos escenarios

*Crean nuestras  
decisiones*

*Nos mueven a  
la acción*



# ¿Qué hace a un vendedor exitoso?



Conexión  
contigo

Tu  
performance

Tu mentalidad  
de éxito

2K

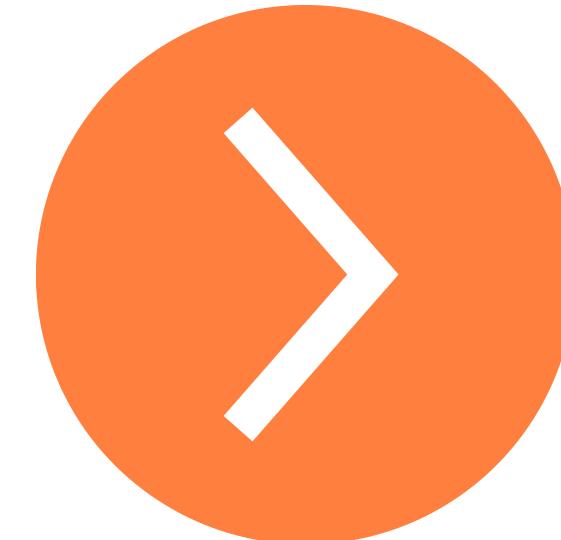
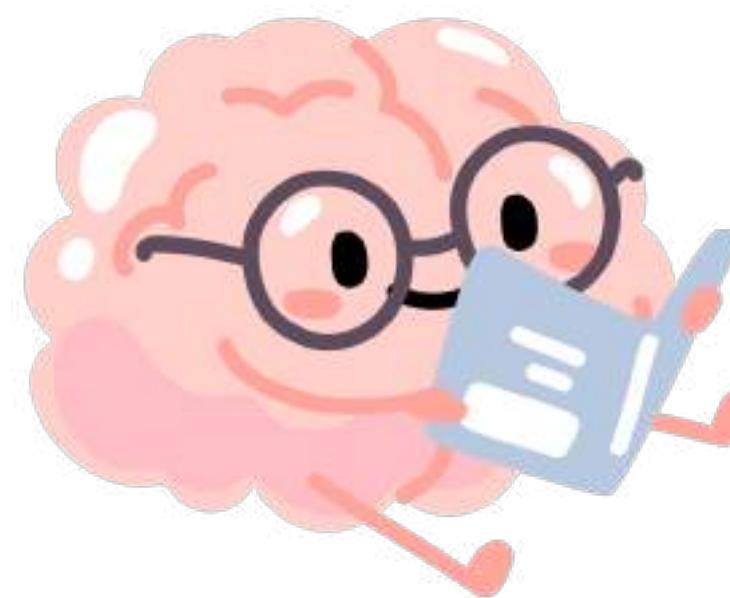


# Conexión contigo

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

### **El ¿Por qué? (El propósito)**

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

### **El ¿Cómo? (El proceso)**

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

### **El ¿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?

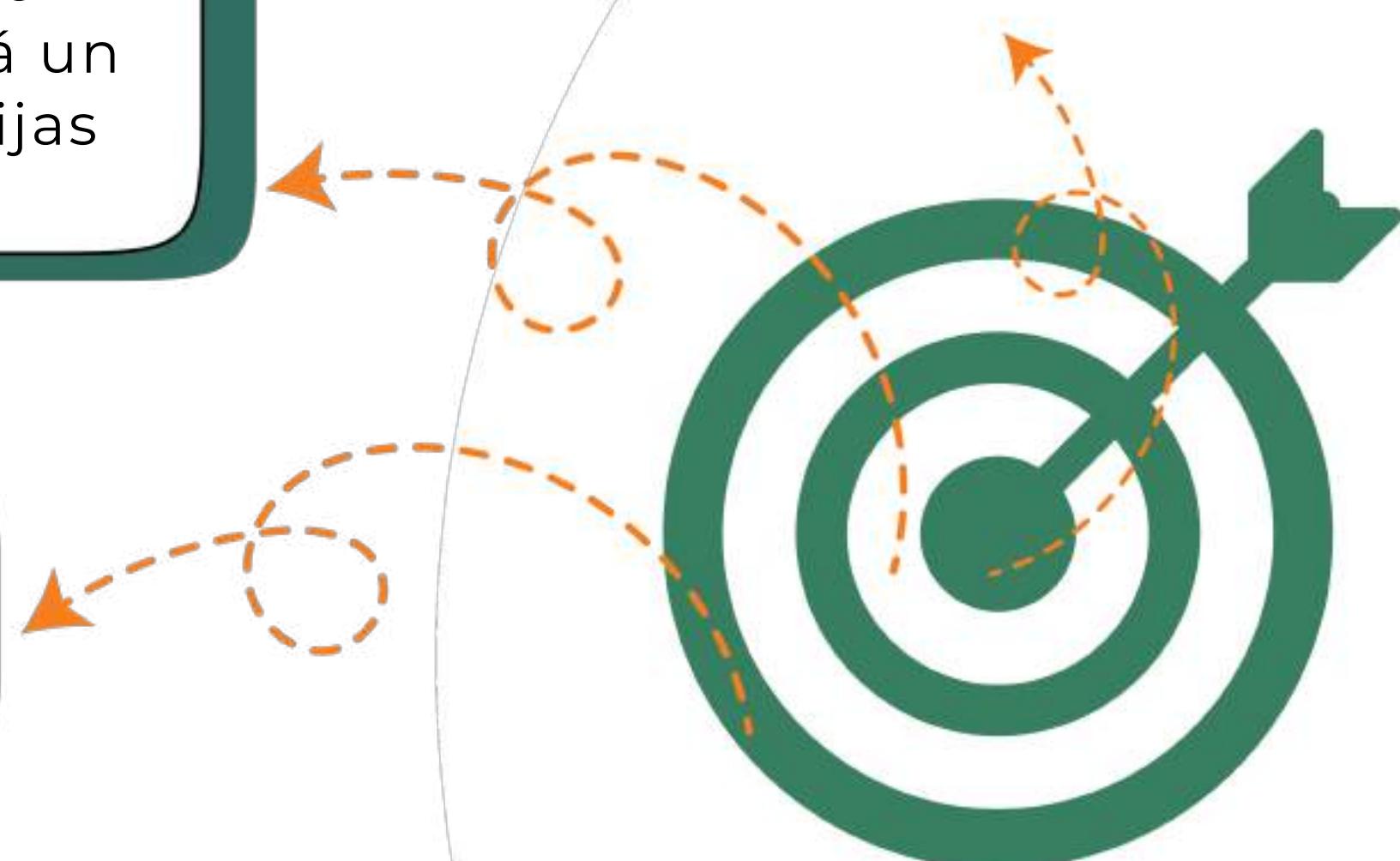
“Para crear felicidad para las personas de todas las edades, en todas partes”.

¿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 comparten momentos placenteros.

¿Qué hace?

Hacemos películas animadas y parques de diversiones.



Conviértete  
en tu propio  
cliente.

---

Cómprate a ti primero



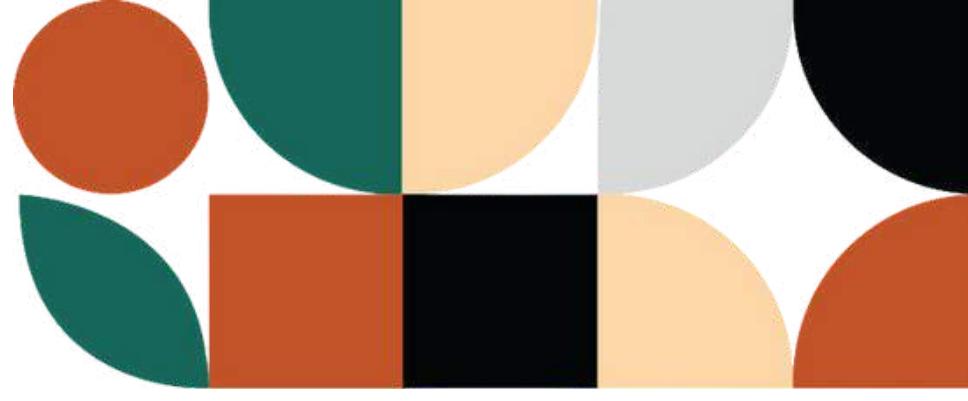
4K

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 necesiten la PROTECCIÓN

03

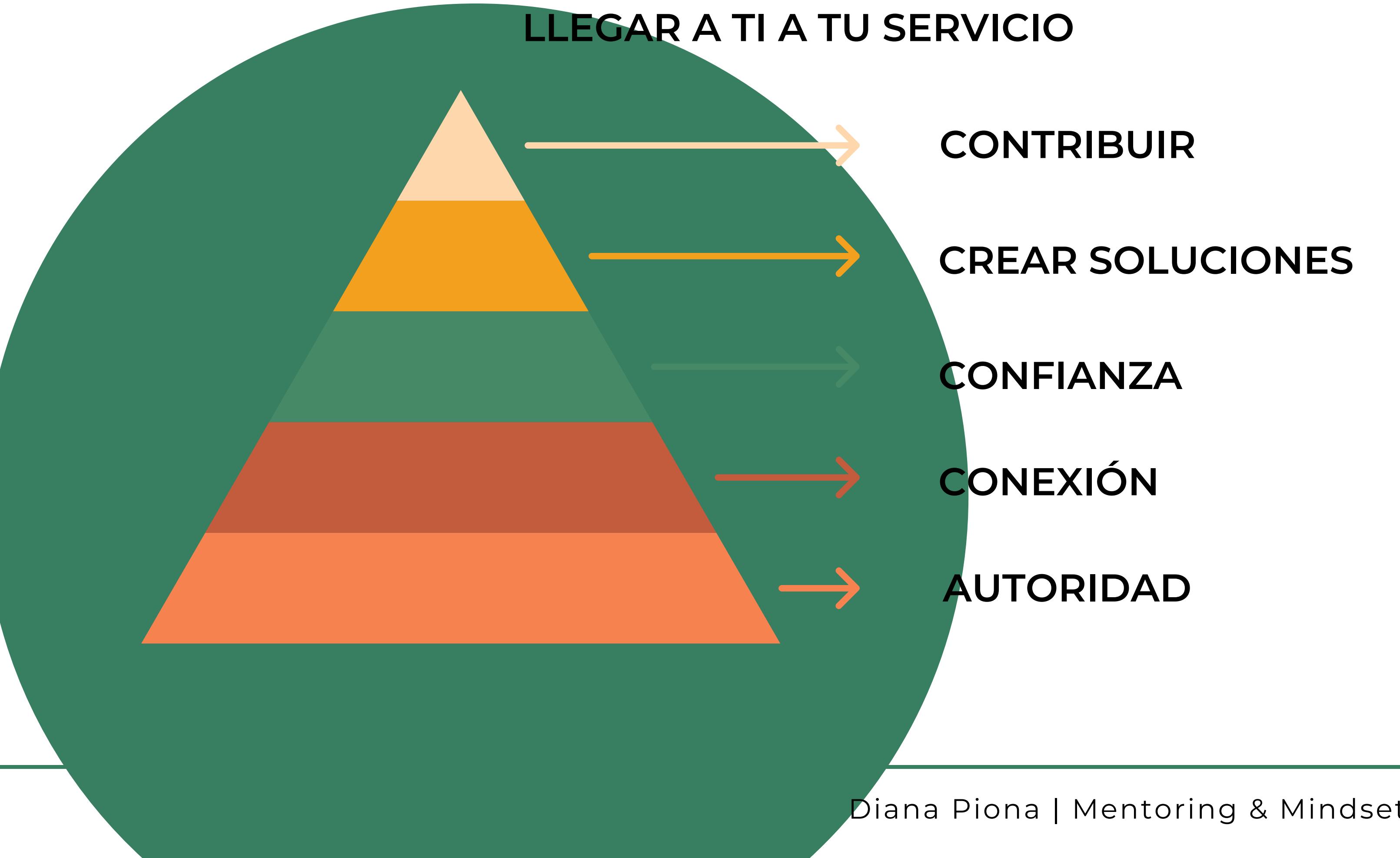
## Metodología:

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

5K

# Necesidades humanas Maslowen tus ventas

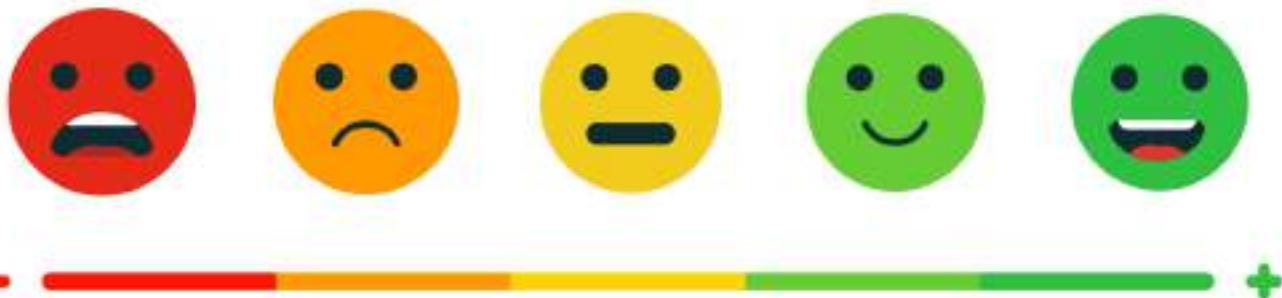


## Frecuencia de las emociones escala de conciencia del Dr. David R. Hawkins



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

# MINDSET

## 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.



# VENDER ES UNA HABILIDAD QUE SE EJERCITA



# IMPACTO

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



# QUE NO VENDES

- Una poliza de seguros.
- Una casa.
- Un postre.
- Un grupo de musica.
- Un cuaderno.
- Un boleto de viaje.
- Un servicio de vigilancia.
- Una consulta.



Tu perspectiva  
crea tu realidad

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 caracteristicas y beneficios, fue disruptivo.

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

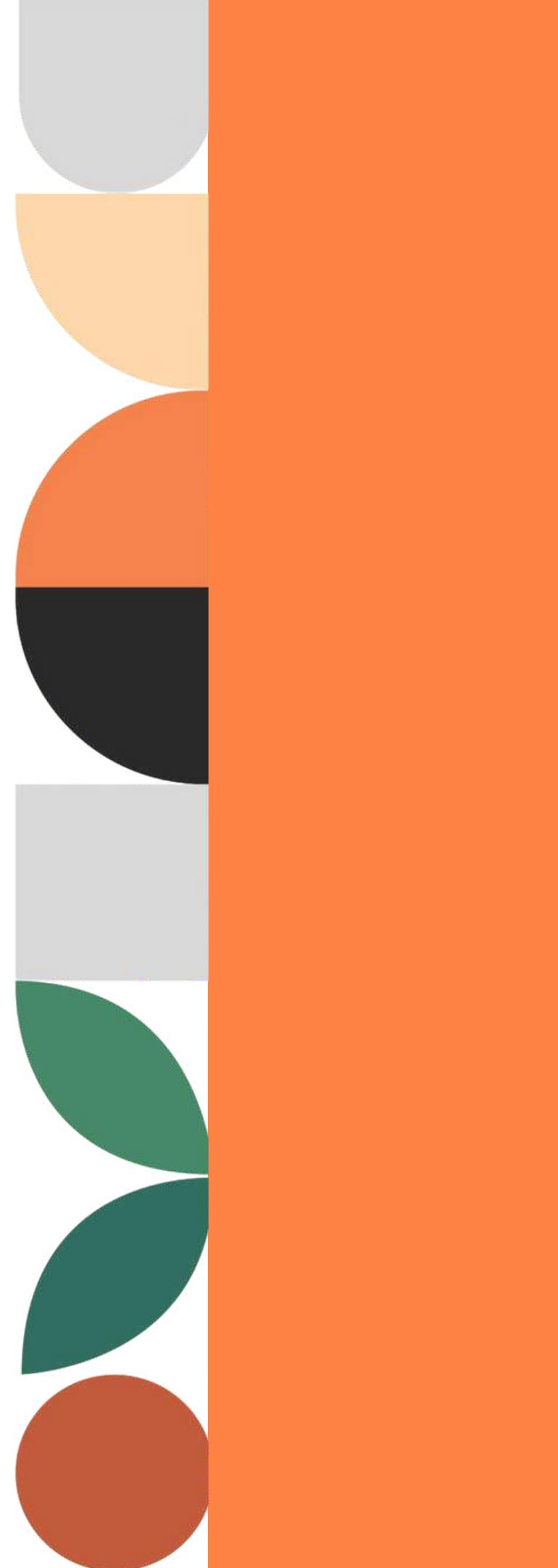
- Tu Historia
- Tu sabiduría
- Tu capacidad y Lenguaje
- Tus habilidades



# 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 límites para romper

- El 90% de quien 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**

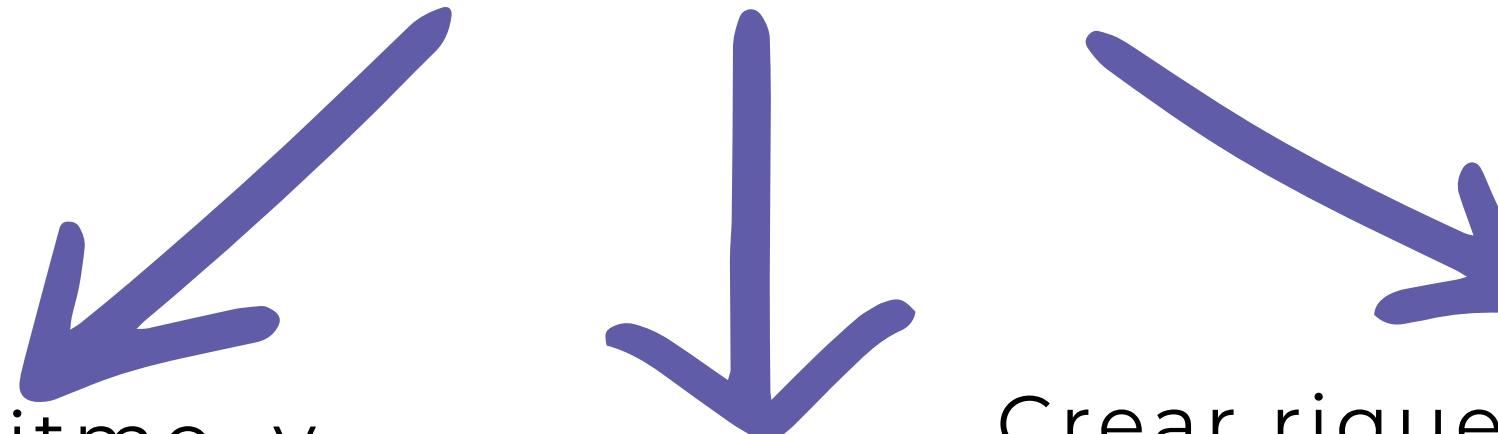
# LOS MIEDOS MÁS PROFUNDOS DE UN VENDEDOR

- 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.

Reinventarse y aprender de sus experiencias.

Crear riqueza para el mundo.

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**

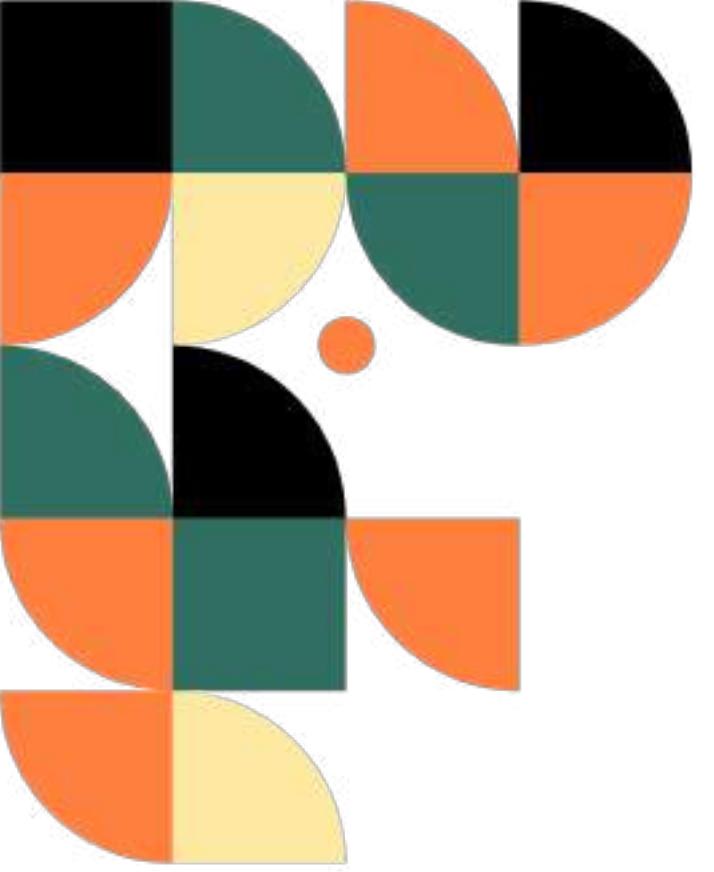
## PUNTO DE HIDRATACIÓN 4



Revisar el **workbook** y  
responde las preguntas



2 min



# •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

