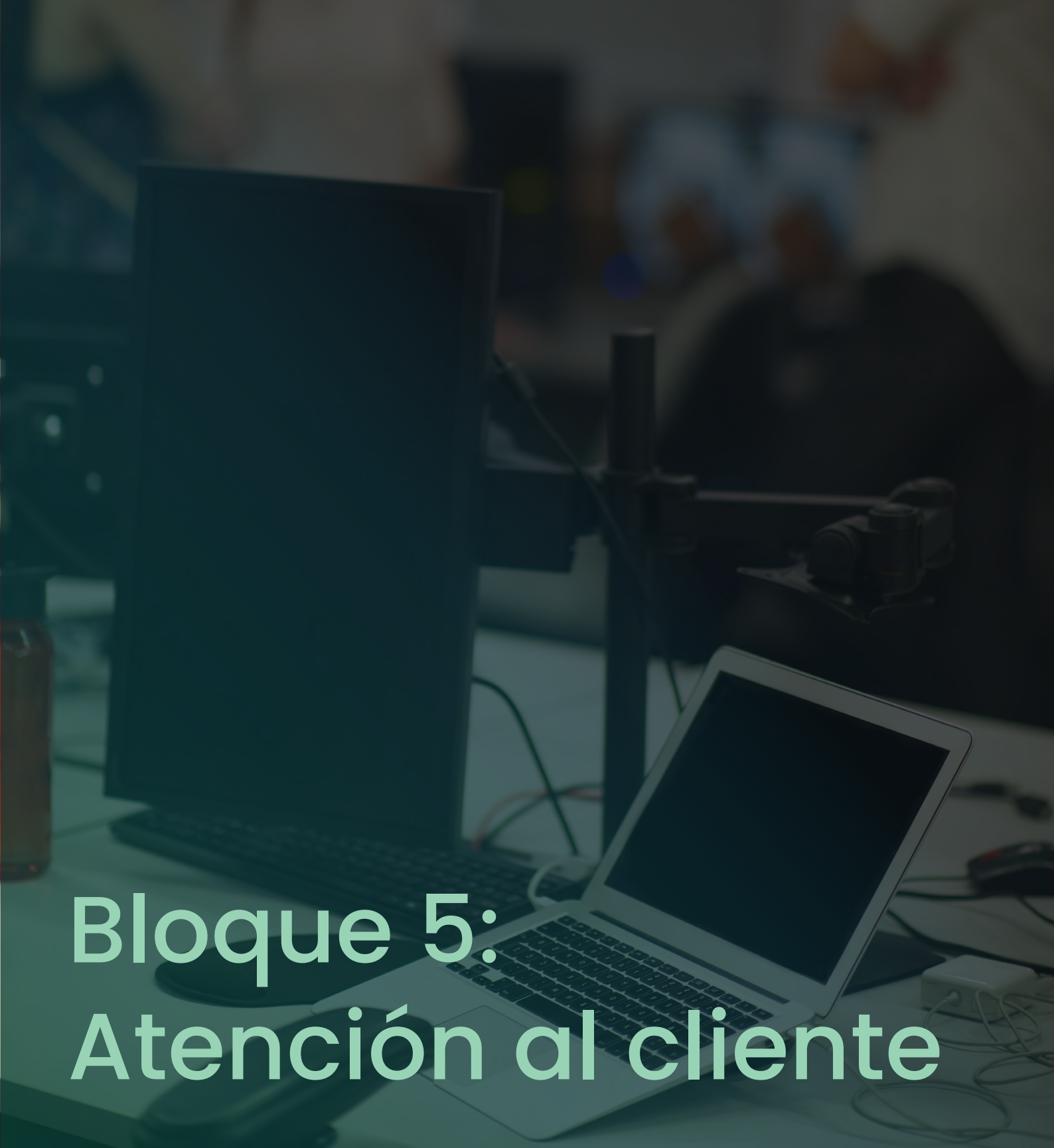




Bloque 5: Atención al cliente

Gestión de Ventas y Comunicación	76
Problemas y necesidades	80
Manejar incidencias y Objeciones	83



Gestión de Ventas y Comunicación

De profesional de atención al cliente a especialista en gestión de ventas y comunicación en 10 módulos

Programa práctico y directo para desarrollar habilidades de gestión de ventas y comunicación en entornos de atención al cliente: comprensión del proceso comercial, escucha activa, detección de oportunidades, comunicación persuasiva y presentación de soluciones.

Aprenderás a comunicarte con mayor claridad e intención comercial, entender mejor la lógica de decisión del cliente y convertir cada interacción en una oportunidad para generar confianza, aportar valor y acompañar el proceso de venta de forma natural.

Cada clase cubre un bloque funcional completo de la gestión comercial y la comunicación aplicada al cliente.



Clases grabadas + tests de autoevaluación



Cobertura completa: proceso comercial, propuesta de valor, escucha, comunicación y cierre



Uso práctico de técnicas de comunicación comercial y gestión de conversaciones con cliente



Sin prerequisites técnicos





Para quién + Syllabus

Profesionales, equipos de atención al cliente o perfiles con contacto directo con clientes que quieren mejorar su capacidad para comunicar, detectar oportunidades comerciales y desenvolverse con mayor seguridad en conversaciones orientadas a la venta.

Especialmente útil para: profesionales de atención al cliente que quieren incorporar una visión comercial a su trabajo diario, equipos que necesitan mejorar la comunicación con clientes y generar más valor en cada interacción, perfiles de soporte o asesoramiento que participan en procesos de venta y personas que quieren ganar seguridad al presentar soluciones, argumentar beneficios y acompañar decisiones de compra.

Requisito de entrada:

No se requiere experiencia previa en ventas. Se recomienda experiencia básica en atención al cliente, gestión de conversaciones o interacción con usuarios en canales presenciales, telefónicos o digitales. Resulta útil tener familiaridad con productos, servicios o procesos de la organización para aplicar los contenidos a situaciones reales.

Módulo 1 – Introducción a la Gestión de Ventas y Comunicación

- **Panorama general de la función comercial** dentro de la atención al cliente. Qué significa vender desde la relación, cómo influye la comunicación en la percepción de valor y cuál es el papel de la confianza en el proceso comercial.

Módulo 2 – El Proceso de Ventas

- **Comprensión de las etapas fundamentales de una venta:** apertura, exploración, propuesta, resolución de dudas y cierre. Cómo adaptar cada fase a contextos de atención, asesoramiento y contacto continuo con clientes.



Módulo 3 – Comunicación Comercial Efectiva

- **Principios de comunicación aplicados a la venta:** claridad, estructura, tono, credibilidad y orientación al cliente. Cómo transmitir mensajes con mayor impacto y seguridad en distintos canales de interacción.

Módulo 4 – Escucha Activa y Comprensión del Cliente

- **Cómo escuchar de forma estratégica** para detectar intereses, necesidades, dudas y señales de oportunidad. Uso de preguntas adecuadas y técnicas de escucha para comprender mejor al cliente y orientar la conversación.

Módulo 5 – Entrar en la Mente del Cliente

- **Cómo interpretar la lógica de decisión del cliente,** sus motivaciones, objeciones internas, expectativas y frenos. Comprensión del comportamiento del cliente para adaptar mejor el discurso comercial.

Módulo 6 – La Propuesta de Valor

- **Cómo transformar características de un producto o servicio en beneficios** relevantes para el cliente. Construcción de mensajes que conectan con sus necesidades y refuerzan el valor de la solución ofrecida.

Módulo 7 – Comunicación Persuasiva y Argumentación

- **Cómo utilizar la persuasión de forma ética en conversaciones comerciales.** Técnicas para estructurar argumentos, reforzar beneficios, responder con claridad y conducir la interacción hacia una decisión.

Módulo 8 – Conexión Emocional con el Cliente

- **El papel de la empatía, la cercanía y la inteligencia emocional** en la relación comercial. Cómo generar vínculo, confianza y una experiencia positiva sin perder enfoque profesional ni orientación a resultados.



Módulo 9 – Presentación de Soluciones y Cierre Comercial

- **Cómo presentar propuestas** de forma convincente, resumir valor, validar interés y facilitar el siguiente paso. Técnicas para acompañar al cliente hacia la decisión con naturalidad y seguridad.

Módulo 10 – Estrategia Completa de Comunicación y Venta en Atención al Cliente

- **Diseño de una estrategia integral** de comunicación comercial aplicada al día a día: detección de oportunidades, gestión de conversaciones, presentación de valor y consolidación de relaciones para mejorar resultados comerciales.

Transformación:

De profesional que no sabe cómo aparecer en Google cuando los clientes buscan productos o servicios → a profesional capaz de crear, gestionar y optimizar campañas completas en Google Ads, utilizando estrategias de búsqueda, segmentación y optimización para generar tráfico cualificado y resultados medibles.



Problemas y necesidades

De profesional de atención al cliente a especialista en detección de problemas y necesidades del cliente en 8 módulos

Programa práctico y directo para aprender a identificar problemas, necesidades y motivaciones reales del cliente en contextos de atención y relación comercial: análisis de contexto, escucha profunda, formulación de preguntas, interpretación de señales y priorización de necesidades.

Aprenderás a comprender mejor lo que el cliente expresa y también lo que no expresa de forma literal, diferenciando síntomas de problemas reales, detectando expectativas y transformando la conversación en una oportunidad para ofrecer respuestas más precisas y útiles.

Cada clase cubre un bloque funcional completo de la detección, comprensión y análisis de necesidades del cliente.



Clases grabadas + tests de autoevaluación



Cobertura completa: escucha, diagnóstico, análisis de contexto, priorización y detección de oportunidades



Uso práctico de técnicas de observación, preguntas y comprensión del cliente



Sin prerequisites técnicos





Para quién + Syllabus

Profesionales de atención al cliente, equipos comerciales, perfiles de soporte, asesoramiento o fidelización y personas que necesitan mejorar su capacidad para comprender al cliente antes de proponer soluciones.

Especialmente útil para: profesionales que quieren hacer mejores preguntas y entender con más profundidad las necesidades del cliente, equipos que necesitan detectar oportunidades de mejora o venta a partir de conversaciones, perfiles que buscan reducir malentendidos en la relación con usuarios y personas que quieren mejorar su capacidad de diagnóstico en interacciones comerciales o de servicio.

Requisito de entrada:

No se requiere experiencia previa en análisis comercial. Se recomienda experiencia básica en trato con clientes, gestión de consultas o conversaciones de atención en cualquier canal. Resulta útil tener familiaridad con situaciones reales de interacción con cliente para poder aplicar las herramientas de análisis y diagnóstico de forma práctica.

Módulo 1 – Introducción a Problemas y Necesidades del Cliente

- **Panorama general de cómo surgen los problemas y necesidades** en la relación con el cliente. Diferencia entre lo que el cliente pide, lo que realmente necesita y lo que condiciona su decisión o su satisfacción.

Módulo 2 – Tipologías de Problemas y Necesidades

- **Identificación de distintos tipos de necesidades:** funcionales, emocionales, operativas, urgentes, latentes y explícitas. Cómo reconocer cada una y entender su impacto en la conversación y en la toma de decisiones.

Módulo 3 – Escucha Activa para el Diagnóstico

- **Cómo escuchar con intención diagnóstica** para detectar señales relevantes, inconsistencias, preocupaciones, prioridades y oportunidades. Técnicas para mejorar la atención plena y la comprensión real del mensaje del cliente.





Módulo 4 – El Arte de Preguntar

- **Cómo formular preguntas abiertas, cerradas, de profundización** para obtener información útil. Uso de preguntas que permiten descubrir causas, contexto, expectativas y criterios de decisión.

Módulo 5 – Detección de Necesidades Explícitas y Latentes

- **Cómo diferenciar entre lo que el cliente verbaliza y lo que realmente necesita resolver.** Métodos para descubrir necesidades ocultas, bloqueos, fricciones o expectativas no expresadas.

Módulo 6 – Análisis del Contexto del Cliente

- **Cómo interpretar el entorno en el que aparece la necesidad:** situación, urgencia, antecedentes, impacto, emociones y condicionantes. Comprensión del contexto para ofrecer respuestas más adecuadas y relevantes.

Módulo 7 – Priorización y Traducción a Oportunidades de Acción

- **Cómo ordenar la información obtenida, distinguir lo importante de lo accesorio y convertir el diagnóstico** en una base clara para responder, proponer o escalar correctamente. Priorización de necesidades según impacto y viabilidad.

Módulo 8 – Estrategia Completa de Detección de Problemas y Necesidades

- **Integración de escucha, observación, preguntas y análisis** para construir un proceso sólido de comprensión del cliente. Aplicación práctica al día a día para mejorar la atención, la resolución y la orientación comercial.

Transformación:

De profesional que no sabe cómo aparecer en Google cuando los clientes buscan productos o servicios → a profesional capaz de crear, gestionar y optimizar campañas completas en Google Ads, utilizando estrategias de búsqueda, segmentación y optimización para generar tráfico cualificado y resultados medibles.



Manejar incidencias y Objeciones

De profesional de atención al cliente a especialista en manejo de incidencias y objeciones en 9 módulos

Programa práctico y directo para aprender a gestionar incidencias y objeciones con seguridad, criterio y orientación a solución: identificación del problema, contención emocional, comunicación efectiva, resolución de conflictos, tratamiento de objeciones y recuperación de la confianza del cliente.

Aprenderás a intervenir con mayor eficacia en situaciones difíciles, respondiendo de forma profesional ante quejas, bloqueos, desacuerdos o resistencias, y convirtiendo conversaciones tensas en oportunidades para reforzar la relación con el cliente.

Cada clase cubre un bloque funcional completo de la gestión de incidencias, objeciones y conversaciones complejas en atención al cliente.

- Clases grabadas + tests de autoevaluación
- Cobertura completa: incidencias, objeciones, conflicto, comunicación, resolución y recuperación de confianza
- Uso práctico de técnicas de contención, argumentación, negociación y orientación a solución
- No requiere experiencia técnica previa





Para quién + Syllabus

Profesionales de atención al cliente, equipos de soporte, perfiles comerciales, personal de postventa y personas que gestionan conversaciones con clientes en contextos de tensión, reclamación o resistencia a la compra o a la propuesta ofrecida.

Especialmente útil para: profesionales que necesitan responder mejor ante quejas o reclamaciones, equipos que gestionan clientes insatisfechos o situaciones de fricción, perfiles comerciales que deben tratar objeciones antes del cierre y personas que quieren ganar seguridad al manejar conversaciones difíciles sin deteriorar la relación con el cliente.

Requisito de entrada:

No se requiere experiencia previa en gestión de conflictos. Se recomienda experiencia básica en atención al cliente, soporte, venta o trato directo con usuarios. Resulta útil haber vivido situaciones reales de reclamación, desacuerdo o resistencia por parte de clientes, para poder aplicar los contenidos con mayor rapidez en contextos prácticos.

Módulo 1 – Introducción a la Gestión de Incidencias y Objeciones

- **Panorama general de las incidencias y objeciones en la relación con el cliente.** Diferencias entre problema, queja, reclamación y objeción. Cómo impactan estas situaciones en la experiencia del cliente y en la percepción de la marca o del servicio.

Módulo 2 – Tipologías de Incidencias y Objeciones

- **Identificación de los distintos tipos de incidencias y objeciones más frecuentes:** operativas, emocionales, económicas, de confianza, de urgencia o de expectativa. Cómo reconocer su origen y adaptar la respuesta según cada caso.





Módulo 3 – Comunicación en Situaciones de Tensión

- **Cómo comunicar con calma, claridad y profesionalidad** cuando el cliente está molesto, frustrado o a la defensiva. Uso del tono, del lenguaje y de la estructura del mensaje para reducir fricción y generar sensación de control y acompañamiento.

Módulo 4 – Escucha Activa y Contención Emocional

- **Cómo escuchar sin interrumpir, validar sin ceder indebidamente y contener emocionalmente la conversación.** Técnicas para desescalar conflictos, mostrar comprensión y reconducir el diálogo hacia la resolución.

Módulo 5 – Análisis de la Incidencia y Diagnóstico del Problema

- **Cómo identificar la causa real** de una incidencia, distinguir síntomas de causas y ordenar la información relevante. Métodos para diagnosticar correctamente antes de responder o proponer una solución.

Módulo 6 – Manejo de Objeciones de Forma Constructiva

- **Cómo responder a objeciones sin confrontación**, entendiendo qué expresa realmente el cliente detrás de su resistencia. Técnicas para tratar objeciones sobre precio, necesidad, confianza, tiempo o prioridad, transformándolas en una conversación de valor.

Módulo 7 – Resolución, Negociación y Propuesta de Alternativas

- **Cómo ofrecer soluciones viables, negociar opciones y presentar alternativas** sin generar nuevas tensiones. Criterios para responder con agilidad, claridad y foco en la satisfacción y en la viabilidad operativa.





Módulo 8 – Recuperación de la Confianza del Cliente

- **Cómo reconstruir la relación después de una mala experiencia**, una incidencia mal gestionada o una objeción persistente. Estrategias para reforzar la credibilidad, mejorar la percepción del servicio y convertir una situación negativa en una oportunidad de fidelización.

Módulo 9 – Estrategia Completa de Gestión de Conversaciones Difíciles

- **Diseño de un enfoque integral** para gestionar incidencias y objeciones en el día a día: escucha, análisis, respuesta, solución, seguimiento y aprendizaje continuo para mejorar la relación con el cliente y la calidad de la atención.

Transformación:

De profesional que reacciona con inseguridad ante quejas, conflictos u objeciones y se limita a responder de forma defensiva o improvisada → a profesional capaz de gestionar incidencias y objeciones con criterio, contener la tensión, diagnosticar el problema, responder con argumentos sólidos y reconducir la conversación hacia una solución satisfactoria y profesional.



Metodología

Todos los programas se estructuran en formato **Master Class** que permite consumirlas a tu propio ritmo.

Y también en **guías de lectura** que actúan como hilo conductor: ayudan a reforzar conceptos, explorar referencias y conectar el aprendizaje con casos y necesidades del entorno.

Personas de referencia



Mattia Pantaloni
Product and Learning



Martin Wilson
Customer Experience Specialist

The image features a person's hands typing on a laptop keyboard, which is the background. A semi-transparent teal overlay covers the entire scene. On the left side of the overlay, there is a glowing blue network graphic consisting of numerous nodes connected by lines, resembling a molecular or data network structure. In the center, the logo for 'thePower' is displayed. The logo consists of a stylized 'U' shape, which is dark blue on the left and transitions to a lighter teal on the right. To the right of this symbol, the word 'thePower' is written in a dark blue, sans-serif font, with 'the' in lowercase and 'Power' in title case.

 thePower