



Glosario de conceptos clave en ventas

En este glosario encontrarás 20 términos fundamentales que te ayudarán a comprender mejor los contenidos del curso *“Técnicas de gestión comercial para equipos de ventas”*. Cada término incluye una definición confiable, una cita en formato APA y un ejemplo real del mundo de las ventas. ¡Estás a punto de fortalecer tu lenguaje técnico y potenciar tu desempeño comercial!

1. Prospección

Definición: Búsqueda y detección sistemática de potenciales clientes.

Cita: Jobber, D., & Lancaster, G. (2012). *Selling and Sales Management* (9th ed.). Pearson.

Ejemplo: Revisar una base de datos y filtrar a quienes podrían estar interesados en un nuevo servicio de seguros.

2. Cliente potencial

Definición: Persona o empresa con características que indican posibilidad real de compra.

Cita: Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.

Ejemplo: Un visitante frecuente de una tienda online que aún no ha comprado.

3. CRM (Customer Relationship Management)

Definición: Sistema que permite gestionar las relaciones con los clientes de manera organizada y centralizada.

Cita: Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies* (4th ed.). Routledge.

Ejemplo: Usar HubSpot para registrar interacciones, hacer seguimiento y programar recordatorios con clientes.

4. Cierre de venta

Definición: Momento en que el cliente toma la decisión final de compra.

Cita: Futrell, C. (2014). *Fundamentals of Selling* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

Ejemplo: Cuando el cliente firma el contrato o realiza el pago en una tienda online.

5. Escucha activa

Definición: Técnica de comunicación que implica atención completa, sin interrumpir y validando al interlocutor.

Cita: Brownell, J. (2012). *Listening: Attitudes, Principles, and Skills* (5th ed.). Pearson.

Ejemplo: Un vendedor que toma nota mientras el cliente expresa sus necesidades.

6. Objeción

Definición: Rechazo o duda expresada por un cliente durante el proceso de venta.

Cita: Manning, G. L., & Reece, B. L. (2012). *Selling Today* (12th ed.). Pearson.

Ejemplo: “Está muy caro” o “déjame pensarlo”.

7. Empatía

Definición: Capacidad para comprender y compartir los sentimientos del otro.

Cita: Goleman, D. (2006). *Social Intelligence*. Bantam Books.

Ejemplo: Un vendedor que adapta su tono cuando nota que el cliente está molesto.

8. Fidelización

Definición: Estrategias para lograr que un cliente repita su compra o permanezca vinculado.

Cita: Kumar, V., & Reinartz, W. (2016). *Creating Enduring Customer Value*. *Journal of Marketing*, 80(6), 36–68.

Ejemplo: Tarjetas de puntos acumulables o descuentos por lealtad.

9. Argumentación de valor

Definición: Presentación de beneficios del producto o servicio según necesidades del cliente.

Cita: Rackham, N. (1988). *SPIN Selling*. McGraw-Hill.

Ejemplo: Mostrar cómo una impresora ahorra tinta a un cliente que busca eficiencia.

10. Comunicación no verbal

Definición: Información transmitida mediante gestos, postura, mirada o expresión facial.

Cita: Knapp, M. L., & Hall, J. A. (2010). *Nonverbal Communication in Human Interaction* (7th ed.).

Wadsworth.

Ejemplo: Sonreír al saludar a un cliente o mantener contacto visual.

11. Seguimiento

Definición: Contacto posterior a una reunión o envío de información para mantener el interés del cliente.

Cita: Gitomer, J. (2013). *Little Red Book of Selling*. Bard Press.

Ejemplo: Llamar dos días después de una cotización para saber si el cliente tiene dudas.

12. Leads

Definición: Contactos que han mostrado algún tipo de interés en los productos o servicios de una empresa.

Cita: Halligan, B., & Shah, D. (2014). *Inbound Marketing*. Wiley.

Ejemplo: Alguien que descargó un eBook desde el sitio web de una empresa.

13. Propuesta de valor

Definición: Promesa clara de beneficios que el producto o servicio entregará al cliente.

Cita: Lanning, M. J., & Michaels, E. G. (1988). *A Business is a Value Delivery System*. McKinsey Staff Paper.

Ejemplo: "Con este software ahorrarás 5 horas semanales en reportes."

14. Técnica AIDA

Definición: Modelo de ventas que describe las etapas: Atención, Interés, Deseo y Acción.

Cita: Strong, E. K. (1925). *The Psychology of Selling and Advertising*. McGraw-Hill.

Ejemplo: Un anuncio que atrae visualmente, genera curiosidad y llama a comprar con un botón.

15. Script de ventas

Definición: Guion estructurado para orientar las conversaciones de venta.

Cita: Sobczak, J. (2015). *Phone Sales Secrets*. Sales Pro Insider.

Ejemplo: Vendedores de call center usan frases probadas para abrir y cerrar llamadas.

16. Venta consultiva

Definición: Estilo de venta centrado en comprender y asesorar al cliente antes de ofrecer.

Cita: Bosworth, M., & Holland, J. (2004). *Solution Selling*. McGraw-Hill.

Ejemplo: Un asesor de software que primero evalúa los procesos del cliente antes de cotizar.

17. Inbound marketing

Definición: Estrategia que atrae a los clientes mediante contenido de valor, sin interrumpir.

Cita: Halligan, B., & Shah, D. (2014). *Inbound Marketing*. Wiley.

Ejemplo: Un blog con consejos que lleva al lector a interesarse por un producto.

18. Storytelling comercial

Definición: Uso de relatos para conectar emocionalmente con el cliente y presentar una propuesta.

Cita: Simmons, A. (2006). *The Story Factor*. Basic Books.

Ejemplo: Un vendedor que cuenta cómo su producto ayudó a un cliente similar.

19. Conversión

Definición: Acción deseada que realiza un usuario, como comprar o registrarse.

Cita: Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.

Ejemplo: Un visitante del sitio web que completa una compra.

20. Protocolo de atención

Definición: Conjunto de normas y pasos que definen cómo debe atenderse al cliente.

Cita: Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

Ejemplo: Saludar al cliente con nombre, escuchar sus necesidades y despedir con agradecimiento.

Este glosario es una herramienta viva: vuelve a él cada vez que quieras reforzar tus conocimientos.
Con cada término que dominas, te acercas a una gestión de ventas más profesional, empática y efectiva.

“Saber lo que vendes es importante. Saber cómo hablarlo, lo cambia todo.”

¡Continúa con el curso, aún hay mucho más por aprender!

Atenciones participantes: +56 (2) 3210 3103 - soporte@otecnia.cl
Lunes a viernes de 9:00 a 18:00 hrs.