



OpenWebinars certifica que

MIRYAM MAESTRE MERIDEÑO

Ha superado con éxito

**Comunicación Estratégica para
equipos de ventas**

Duración de la ruta

17 horas

Fecha de expedición

05 noviembre 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Manuel Agudo', positioned over a large, faint watermark of the OpenWebinars logo.

CEO de OpenWebinars

Manuel Agudo

Contenido

Comunicación Estratégica para equipos de ventas

1. Curso de Habilidades comunicativas en el ámbito laboral

1. Introducción

Presentación

2. Elementos clave en comunicación

Tipos de comunicación

Comunicación generativa

Disposición e intención comunicativa

3. Elementos a tener en cuenta en comunicación

Axiomas de la comunicación y el mensaje no implícito

4. Técnicas comunicativas

Defender las propias ideas

Empatía y comunicación

El mensaje 'Yo' y el mensaje 'Tú'

Palabras clave: el 'Y' y el 'PERO'

Preferencias al comunicar buenas y malas noticias

Asertividad: Cómo decir que 'NO'



5. La importancia del contexto en comunicación

La importancia del contexto en comunicación

6. Liderazgo y comunicación

Aspectos clave que el líder debe considerar

Liderando situaciones difíciles

Conectar con el interlocutor: Rapport

7. La escucha empática

Técnicas y niveles de escucha empática

8. Preguntas en la comunicación

¿Cómo formular preguntas poderosas?

9. Conclusiones

Conclusiones y próximos pasos

2. Curso de Asertividad como elemento de consecución de objetivos

1. Introducción

Presentación

2. Trabajo con los objetivos: clarificación y definición

Metodología S.M.A.R.T. en la definición de los objetivos propios

Metodología G.R.O.W. en la definición de los objetivos propios

Ejercicio: Autoconocimiento recursos para consecución objetivos

Ejercicio: Desglose plan de acción del objetivo usando los mapas

3. La asertividad como elemento de consecución de objetivos

Definición y Derechos Asertivos

Estilos de comunicación y-o pensamiento: Pasivo-Inhibido / Asertivo-Agresivo

Ejercicio de asertividad: Receta D.E.P.A

Ejercicio: Técnica para decir NO (el Sí que hay detrás del No)

3. Creación de historias memorables, alternativas y digitales

1. Introducción

Presentación

2. Otras formas de construir un buen Storytelling



El Modelo Pixar para contar historias

Modelo Pixar: Emma Coats y la Khan Academy

Estructura narrativa alternativa del Studio Ghibli y Hayao Miyazaki

Ejercicio I: Elabora tu propia estructura para crear historias

Test autoevaluación

Bibliografía

3. El storytelling en el mundo digital

¿Qué es el transmedia Storytelling?

Principios del transmedia Storytelling

Herramientas digitales para crear Storytelling: Medio escrito y dibujado

Herramientas digitales para crear Storytelling: Medio narrado

Herramientas digitales para crear Storytelling: Combinación de varios medios

Ejercicio II: Crea un pequeño Storytelling con una herramienta digital

Test autoevaluación

Bibliografía

4. Conclusiones

Conclusiones

4. Storytelling: Conceptos y técnicas para la creación de historias que emocionen a tu audiencia

1. Introducción

Presentación

2. Storytelling o el arte de contar historias

¿Qué es Storytelling y qué no es Storytelling?

¿Por qué contar historias?

Tipos de historias

¿Cuáles son los ingredientes de un buen Storytelling?

Ejercicio I: Primeros pasos para practicar con una buena historia

Ejercicio I: Últimos pasos para practicar con una buena historia

Test autoevaluación

Bibliografía



3. Construyendo una buena estructura en storytelling

Funciones narrativas del cuento: Las 31 funciones de Propp

31 funciones de Propp: Las 7 esferas de acción

Revisión de las funciones de Propp desde una perspectiva feminista

El viaje del héroe o Monomito de Joseph Campbell

El viaje del héroe: Arquetipos recurrentes

El viaje del héroe desde una perspectiva feminista

Ejercicio II: Identifica las etapas del héroe en estas historias

Test autoevaluación

Bibliografía

4. Conclusiones

Conclusiones

5. Servicio al Cliente de clase mundial

1. Taller

Servicio al Cliente de clase mundial

6. La experiencia del cliente como elemento diferenciador

1. Taller

La experiencia del cliente como elemento diferenciador