



Módulos y subtemas

Módulo 1. El origen del producto y la mercadotecnia

1.1. Imagen en las Ventas

José Antonio Villavicencio Acosta



Septiembre 19

Imagen es poder.
Principio #1 de la Imagen Pública.
Mitos y realidades de la Imagen.
Imagen de los miembros vs Imagen de la Titularidad
Factores que determinan la Imagen de la Propiedad Vacacional
Creación de una imagen exitosa y vendedora
Reputación
Imagen Pública
Proceso de la Percepción.
Axiomas de la Imagen Pública
Importancia de los mensajes clave
Tipología de la Imagen Pública
Imagen Física
Imagen Verbal
Imagen Protocolaria
Imagen Audiovisual
Imagen No verbal
Imagen Verbal
La importancia de los estímulos en las Salas de Ventas

1.2. Evolución del Producto

Gonzalo Maqueda Cornejo



Septiembre 21

Jugadores de la Industria
Evolución del Producto
Indicadores



1.3. Perfil del Comprador

1.3.1. Perfil del Comprador Mexicano

Guillermo Dávila Espinosa



Septiembre 26

Introducción

Participación del mercado nacional en las industrias de hospedaje y de la propiedad vacacional.

Adquisición: Motivadores de compra en el mexicano, su diferenciación y similitudes con el extranjero y otros mercados.

Perfil del comprador mexicano, sus subsegmentos y características.
Evolución de las membresías y adaptación hacia el mercado nacional.
Oportunidades de negocio en el segmento nacional

1.3.2. Perfil del Comprador Extranjero

Ana Cristina Marín



Septiembre 28

Comprador Americano
Comprador Brasileño
Comprador Colombiano
Futuro Comprador



1.4. Neuromarketing

1.5. Raúl Miranda Rodríguez



Octubre 3 y 4

Los cuatro pilares relacionados a la neurociencia

La base de la estructura comercial

Relación de técnicas Vs Método

Lenguaje corporal

Posturas de negociación

Código Interno

El poder de la pluma

Estrategias de valor

Programa 21 días

Entrevista exitosa

Razones para generar confianza

Sugerir y convencer

Como formar acuerdos

Interpretación no verbal

Argumentos de alto impacto

Frases de alto impacto

El inconsciente del prospecto

Los conectores

Oír Vs escuchar

Uso adecuado del teléfono y protocolos

Las emociones del prospecto

Formalidad en la información

Reglas básicas de cortesía

Las 6 R's

1.6. Prospección

Miguel Osuna Bertotti



Octubre 11, 12 y 13

El Marketing en la industria de la Propiedad Vacacional

Tipos de Prospección / Descripción y Funcionamiento

Expectativas y casos de éxito

Recursos Humanos / El perfil del Promotor

Supervisión, Gerencia y Dirección

Liderazgo

Creatividad y Tecnología

Los Números

Técnicas de Ventas

Estrategias

Pasado, Presente y Futuro



Módulo 2. Proceso de Ventas

2.1 Vender a la Mente

Bernardo Vásquez Kuri



Octubre 19 y 20

Neuroventas VS Ventas Tradicionales

Procesos de decisión en la Mente

Manejo de Neuroemociones

Valor: El Significado que Vale

Los 5 Sentidos en Ventas

Maneja tu Miedos

2.2. Body Language

Linda Clemons*



Octubre 26, 27 y 28

Power Words to use and Powerless words to eliminate from your presentation

The Answer Is In The Questions

The Power of a Story

What is Body is saying beyond your words

Mastering the silent language of nonverbal communication

This one head movement let you know the deal is dead

Psychological techniques to become irresistible to your clients and loved ones

Three little known strategies that could increase your customer's purchase by 40-150%

Strategies for getting your clients to get others to do business with you and much more..



2.3. Closer´s Workshop

Felipe Vargas



Octubre 31, Noviembre 1 y 2

Definition of closing?
Why people buy vacation programs.
Why people dont.
Old school, new school.
Getting ready.
been prepared/physically and mentally.
Overcoming objections .
Formula/your formula
process as a way to overcome objections.
Psychology of closing

2.4. Tecnología Avanzada en Mental Training

Jim Madrid*



Noviembre 4

"INVENT YOUR FUTURE"
Tools that will take you to a whole new level of performance!

Jim Madrid will share his mental toughness concepts used by his professional athletes that make them perform at an elite level. It's all mental. No matter the game.



Módulo 3. La operación del Club Vacacional

3.1. Consolidando Relaciones

Gonzalo Seemann de León



Noviembre 8

El consumidor actual
La importancia de la tecnología en nuestro entorno
Creando la reputación de nuestra marca
La comunicación y marketing en la venta
El marketing postventa: Creando lealtad
La satisfacción del consumidor.

3.2. Revenue Management

Carlos Pérez y Pérez



Noviembre 9

Introducción al Revenue Management
Maximizando los ingresos de propiedades mixtas
Variable y métricas del Revenue Management
Administración de canales de distribución
Segmentación de tarifas
Investigación de operaciones y modelos de optimización
Factores críticos de éxito



3.3. El ABC de una Operación Eficiente del Club

Esteban Arce Riqué



Noviembre 10

Introducción a centros de contacto
Elementos imperativos del servicio post venta
Administración efectiva del servicio post venta
Medición y métricas
Indicadores críticos de gestión
Administración efectiva del Capital Humano

Módulo 4. Capital Humano

4.1. Técnicas de Contratación – Perfiles

Ana María Díaz



Noviembre 15

Retos y desafíos del reclutamiento
Cómo atraer el talento de las nuevas generaciones
Medios tradicionales y no tradicionales de atracción de talento
Prepararnos para el futuro (datos demográficos respecto a las generaciones que ocupan nuestros puestos de Closers , Liners y promotores)



4.2. Neuroliderazgo

Arturo Ruiz-Velasco Romero



Noviembre 16

Objetivo

Empoderar al participante con herramientas propias de la PNL y de la Neurosemántica para desarrollar la competencia de Neuroliderazgo y así transformar sus decisiones, mejorar la resolución de problemas y administrar los recursos de un equipo de colaboradores para obtener resultados más alineados al negocio y los objetivos empresariales.

Temario

- ¿Cómo nacen las competencias?
- La competencia neuroliderazgo
- Creencias obsoletas, paradigmas y asuntos inconclusos
- El arte de desaprender y reaprender
- La comunicación asertiva
- El meta programa
- Liderazgo positivo
- Liderazgo ejemplar
- Empoderamiento de equipos de alto rendimiento
- Cierre y conclusión

4.3. Equipos de Alto Rendimiento

Francisco Contreras Rodríguez



Noviembre 17

“EN SUS MARCAS, LISTOS... ¡VENTAS!

- 1) ALTO RENDIMIENTO Y VENTAS: una relación explosiva.
 - a) Plataforma de Alto Rendimiento
 - Presencia.
 - Psicología.
 - Fisiología.
 - Productividad.
 - Persuasión.
 - Propósito.
- 2) DE SOLISTA A JUGADOR EN EQUIPO.
 - a) Cómo influir, empatizar y dirigir cuando no se tiene una posición de poder.
 - b) Comunicar la visión.
 - c) Empoderamiento.
 - d) Transformar el yo en nosotros.
- 3) EQUIPOS COMPROMETIDOS POR METAS COMUNES.
 - a) ¿Qué vuelve líderes a las personas y qué los motiva?
- 4) ¿LISTOS PARA COMPETIR?



4.4. Tecnología Humana

Carlos Salinas



Noviembre 21 y 22

La mente humana...o "el pacto con el diablo".- Realismo, humildad y sabiduría, los tres pilares de la revolución psicológica
El modelo del hexaflex.- Flexibilidad vs rigidez
La teoría de los marcos relacionales.- El yo concepto vs el yo déictico
El principio de la empatía.- Entrenamiento en toma de perspectiva
¿Cómo se ve la vida en la matrix?.- Toma de conciencia, desarrollo de valor y coraje para elegir distinto, generosidad compasiva, fortalecimiento del amor propio
Entrenamiento en mindfulness.- Defusión cognitiva, el YO en contexto, Evitación vs Afrontamiento
Ejercicios experienciales.- Práctica del Aikido Verbal y activación conductual
¿Cómo mantener el rumbo?

4.5. Rompiendo Paradigmas

Tony Martínez



Noviembre 23

La Psicología del éxito
El Poder del miedo (sus orígenes y como dominarlo)
El Poder de Momentum