

SABER VENDER

ES UNA HABILIDAD

PARA LA VIDA.

Las ideas más útiles de la primera presentación de Shelby Sapp en Women & Wealth, organizadas para que sean más claras, memorables y fáciles de usar.

CONÓCELA. DISÉÑALA. CONVIÉRTETE EN ELLA.

CONFIANZA

PERSUASIÓN

VENTA POR BRECHA

OBJECIONES

VISIÓN

No necesitas más motivación. Necesitas manifestación + acción: una meta clara más conducta de ventas repetida.

La presentación reduce las ventas a **tres habilidades que se multiplican entre sí.**

1

Convéncete primero

Construye suficiente confianza en ti misma para actuar antes de tener evidencia perfecta.

2

Vende la solución

Haz mejores preguntas para que la persona vea con claridad la distancia entre su realidad y el resultado que quiere.

3

Vende la visión

Convierte un producto en una razón por la que la gente quiera unirse, seguirte, recomendarte y creer.

El cambio central:

Deja de tratar las ventas como un cargo. Trátalas como el lenguaje que usas para negociar, persuadir, reclutar, liderar, poner precio, cerrar y crear oportunidades.

Marco débil

“Espero que les guste lo que vendo.”

Enfoque: producto, aprobación, características y miedo al rechazo.

Marco fuerte

“Voy a entender qué necesita y luego mostrar si mi oferta realmente lo resuelve.”

Enfoque: problema, encaje, claridad y servicio.

La confianza no es un estado de ánimo. Constrúyela como un expediente de evidencia.

El ciclo táctico de confianza de la charla:

A

Elige la identidad

“Soy buena cerrando.”
“Merezco estar en esta sala.” “Puedo aprender esto.”

B

Reúne pruebas

Registra pequeños datos que apoyen esa identidad: una llamada hecha, una venta, una conversación difícil bien manejada.

C

Reformula objeciones

Cuando tu mente diga “soy muy joven”, “no estoy lista” o “¿por qué yo?”, responde con una interpretación más útil.

EL REENCUADRE DE 60 SEGUNDOS

Creencia anterior: “No soy lo suficientemente extrovertida para vender.”

Nueva identidad: “Escucho bien y hago preguntas directas.”

Tres pruebas: hice la llamada, levanté la mano y pedí la conversación.

Siguiente acción: hoy haré cinco preguntas de descubrimiento a una posible clienta.

Regla práctica: no esperes sentirte segura para actuar. Haz una acción que produzca evidencia y usa esa evidencia para fortalecer la identidad.

Tu producto no es el héroe. El resultado deseado por la persona sí.

La lógica de la venta por brecha es simple: presente -> brecha -> futuro deseado.

Preguntas sobre el estado actual

- ¿Qué estás tratando de lograr?
- ¿Qué estás haciendo hoy?
- ¿Qué no está funcionando?
- ¿Con qué frecuencia pasa?
- ¿Qué te cuesta en dinero, tiempo, estrés, reputación u oportunidad perdida?

Preguntas sobre el estado futuro

- ¿Cómo se vería esto resuelto?
- ¿Qué cambiaría si funcionara?
- ¿Qué tan rápido quieres ese resultado?
- ¿Qué importa más: velocidad, certeza, conveniencia, estatus, ingreso o simplicidad?

EL GUIÓN DE 6 PREGUNTAS PARA ENCONTRAR LA BRECHA

1. ¿Qué quieres lograr?
2. ¿Qué haces hoy?
3. ¿Qué no está funcionando?
4. ¿Qué te está costando?
5. ¿Cómo sería el resultado ideal?
6. Si podemos cerrar esa brecha de forma creíble, ¿resolverlo es una prioridad ahora?

Las características describen el producto. Los beneficios explican **por qué importa**.

La fórmula de traducción

“Esto tiene [característica], lo que significa que obtienes [beneficio práctico], para que puedas [resultado deseado].”

característica beneficio práctico resultado deseado

Lo que vendes	Presentación solo de características	Presentación de beneficio + significado
Servicio de marketing	“Manejamos anuncios de Meta y hacemos landing pages.”	“Construimos un sistema de captación para que tengas citas calificadas en tu calendario y puedas dejar de perseguir prospectos todo el día.”
Salón premium	“Usamos productos de alta gama.”	“Usamos productos premium y un proceso pensado para eventos, lo que te da un resultado consistente y listo para cámara, para que puedas llegar tranquila al momento que de verdad te importa.”
Contabilidad	“Conciliación e informes mensuales.”	“Te entregamos conciliación e informes cada mes, para que sepas qué ganaste, qué debes y cuánto puedes gastar y puedas tomar decisiones sin adivinar.”
Bolígrafo de lujo	“Punta dorada y tinta premium.”	“Tiene acabado premium y tinta confiable, lo que te da una herramienta que se siente a la altura de la reunión, para que puedas reforzar tu imagen profesional al firmar un acuerdo importante.”

Prueba: después de cada característica, obliga a tu mente a terminar la frase: “y lo que eso hace por ti es...”

NaihomY

Las objeciones no son sorpresas. Construye tu biblioteca de respuestas.

Objeción	Mejor respuesta
"Es demasiado caro."	"¿Comparado con cuál alternativa? Veamos el precio junto al costo de dejar el problema sin resolver."
"Todavía no sé si confío."	"Es justo. La confianza se gana. ¿Qué prueba necesitas para evaluarnos con claridad?"
"Necesito pensarlo."	"Claro. ¿Qué necesitas pensar específicamente: valor, tiempo, dinero, encaje o riesgo?"
"Necesito hablarlo con mi pareja."	"Por supuesto. ¿Qué necesita saber esa persona para tomar una buena decisión contigo? Asegurémonos de que salgas con esa información."
"Ahora no es el momento."	"¿Qué cambia si esperas 30 o 60 días? ¿Hay un costo por retrasarlo?"
"Me da miedo que no funcione."	"Tiene sentido si es una decisión importante. Separemos los riesgos reales de lo desconocido y veamos qué podemos aclarar."

La idea: una objeción te muestra qué necesita aclararse antes de que la persona pueda decidir.

No empieces con lo que haces. Empieza con por qué debería importarle a alguien.

POR QUÉ

Creencia

¿Qué futuro crees que debería existir? ¿Qué cambio quieres crear?

CÓMO

Método

¿Qué hace que tu enfoque sea distinto, creíble o más fácil?

QUÉ

Oferta

Solo entonces nombras el producto, servicio, programa o empresa.

EJEMPLO: ENTRENAMIENTO DE VENTAS

Empieza con QUÉ: “Enseñamos ventas remotas de alto valor.”

Empieza con POR QUÉ: “Creemos que las mujeres deben tener más control sobre cómo y dónde generan ingresos. Enseñamos una habilidad flexible y basada en comisión que puede usarse en distintas industrias. Esa habilidad es ventas de alto valor.”

Prueba de movimiento: ¿puede una clienta repetir tu “por qué” a otra persona en una sola frase? Si no, la visión todavía está borrosa.

Siete días. Un comportamiento por día. Cero semanas solo de teoría.

D1

Identidad

Escribe una identidad que necesitas y tres acciones que producirían evidencia para creerla.

D2

Oferta

Reescribe tu oferta con característica -> beneficio -> resultado deseado.

D3

Preguntas

Crea 6 preguntas de descubrimiento y úsalas con 3 personas reales.

D4

Objeciones

Escribe respuestas a tus 5 objeciones más comunes. Practícalas en voz alta.

D5

Pide la decisión

Haz 10 ofertas directas. No te escondas detrás de “solo quería dar seguimiento”. Pide una decisión.

D6

Visión

Escribe tu Por qué -> Cómo -> Qué en 3 frases. Díselo a alguien que no conozca tu negocio.

D7

Evidencia

Revisa victorias, pérdidas, objeciones y lenguaje. Conserva lo que funcionó. Reescribe lo que no.

LA GUÍA RÁPIDA DE VENTAS

1. Convéncete primero: elige la identidad y luego gana evidencia.
2. Pregunta antes de explicar.
3. Cuantifica la brecha: hoy -> futuro deseado.
4. Traduce cada característica en un beneficio y un resultado.
5. Prepara tus respuestas a objeciones antes de la llamada.
6. Lidera con Por qué -> Cómo -> Qué.

La venta se vuelve más fácil cuando la persona puede decir con claridad: “Esto resuelve mi problema.”

Basada en la **primera presentación** de Shelby Sapp en la Women & Wealth Conference en Fort Lauderdale.

Women & Wealth Conference 2026

31 de julio - 2 de agosto de 2026

Fort Lauderdale, Florida

womenandwealthcon.com

Esta guía se basa en las notas que capturé mientras asistía a la primera presentación de Shelby Sapp en la Women & Wealth Conference en Fort Lauderdale.

Organicé las ideas más fuertes de la presentación en marcos prácticos, ejemplos y ejercicios para que sean más fáciles de recordar y usar.

Ideas centrales

Manifestación + acción; venderte la idea a ti misma; vender la solución; vender la visión; confianza basada en evidencia; preguntas de venta por brecha; características, beneficios y resultados; preparación para objeciones; Por qué -> Cómo -> Qué.

Parte de la serie

Parte de mis notas sobre Women & Wealth 2026.

iamnaihomy.com - Shelby Sapp / Parte Uno

ACCESO. ESTRATEGIA. PROXIMIDAD. IMPULSO.

Naihomy

FE. DISCIPLINA. ELEVACIÓN.