

# Técnicas de up-selling y cross-selling

Cómo ofrecer soluciones completas que el cliente agradece

📅 25 de noviembre de 2026, miércoles

Inscríbete



**Fechas:**

25 de noviembre, miércoles

**Presencial**



**Videoconferencia**



**Horario:**

de 9:15 a 14:15 h. y de 15:15 a 18:15 h.



**Precio especial para socias/os**

y actividad bonificable por FUNDAE

[Pulsa AQUÍ para ver los precios](#)

Inscríbete

## Profesor



### Javier Moreno Oto

Experto en selección científica de perfiles técnico comerciales.

Director de DEKER Consultores de Marketing. A lo largo de su trayectoria profesional ha desempeñado puestos directivos en consultoría e investigación de mercados, ocupando posteriormente puestos en la dirección comercial y gerencia de compras en diferentes empresas. Representante en exclusiva de la metodología SPQ en España y experto en selección de personas y perfiles comerciales.

Durante los últimos 20 años, ha combinado su carrera profesional con su actividad como conferenciante y docente a más de 50.000 profesionales y directivos en el área de ventas, equipos, comunicación y marketing.

Licenciado en Ciencias de la Comunicación con especialidad en Publicidad por la EHU-UPV. MBA en Administración y Dirección de Empresas y Máster en Dirección de Comercio Internacional. Título Experto en Desarrollo Personal y Liderazgo de Equipos por la Universidad de Mondragón. Máster en coaching de personas y equipos.

Diploma avanzado en Coaching de Equipos.

Miembro de AMA (American Marketing Association), ESOMAR (European Society for Opinion and Market Research), AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado Marketing y Opinión) y miembro fundador del Consorcio de Inteligencia Emocional. Experto en Selección de Talento Comercial.

Nuestra rentabilidad depende de optimizar la cartera de clientes existentes. Aun así, las técnicas de Up-Selling (venta incremental) y Cross-selling (venta cruzada), tienden a emplearse poco. En otros casos, estas técnicas pueden llegar a aplicarse de un modo invasivo, generando rechazo o desconfianza en el cliente.

Este taller descubre las técnicas conversacionales y de escucha necesarias para poder ofrecer soluciones integrales, alineadas con productos complementarios o superiores. Todo ello de un modo empático, cuidadoso y riguroso con la problemática de cada cliente.

## PROGRAMA

### A. Psicología de la toma de decisiones y del valor percibido

- Decisiones de alta implicación vs. Baja implicación.
- Psicología y modo de actuar del comprador profesional: estilos de compra.
- El concepto de "Costo de Oportunidad" para el cliente.
- Mecanismos de aceleración de la decisión del cliente y reducción del riesgo percibido.
- La promesa frente a la "garantía".
- Disparadores clave: miedo a perder, deseo de ganar y la necesidad de estatus y refuerzo.
- Psicología de la elección, el valor y el precio.
- Los 3 secretos de la venta extendida: cross – up – on.

### B. El arte de detectar necesidades latentes

- Formulación de preguntas inteligentes y escucha activa.
- El principio de completitud, presuposición y expectativa.
- Indicadores de interés latente, declaración de necesidad y puntos de dolor.
- Técnicas que guían al cliente hacia el "Sí".
- El cierre y la anatomía de la objeción: del obstáculo a la oportunidad.
- El método SPIN aplicado.

### C. Técnicas de comunicación y persuasión

- Cómo contar los beneficios de una opción complementaria o superior.
- Cómo estructurar una propuesta para que el "no" sea la opción más difícil.
- Matriz de opciones.
- Psicología del precio: precios psicológicos y por lotes.
- Manejo de objeciones específicas: "Es caro", "Prefiero esperar", "No necesito tanto", "Otros".
- El uso de "anclajes de precio" y la técnica del señuelo.
- Técnicas dinámicas de cierre y seguimiento.
- Práctica: Role-playing de situaciones y resolución.

## INFORMACIÓN GENERAL

### Objetivos:

- Identificar el momento psicológico oportuno para plantear alternativas adicionales sin saturar al cliente.
- Dominar la técnica de la venta asesorativa para detectar necesidades latentes.
- Diseñar opciones complementarias adaptadas a su sector específico.
- Comunicar el valor de productos o servicios de gama superior, mediante un enfoque centrado en beneficios y no en características.
- Reducir los posibles costes de oportunidad actual.
- Avanzar en el cierre de operaciones superiores.

## Metodología

Práctica e interactiva, combinando la teoría con ejercicios y role plays para aplicar lo aprendido

## Dirigido a:

Personas de back office, profesionales en labores de atención y servicio al cliente, técnico-comerciales, comerciales internos, y responsables de equipo.



### Fechas:

25 de noviembre, miércoles



### Número de sesiones:

1



### Horario:

de 9:15 a 14:15 h. y de 15:15 a 18:15 h.



### Número de horas:

8

## Elige la modalidad que mejor se adapte a ti:



### Presencial\*

Club de Marketing de Navarra



### Videoconferencia\*

Aula virtual, Zoom

## INSCRIPCIONES



### Socios/as:

295 €



### No socios/as:

425 €

[Únete a la asociación](#)



Club de  
Marketing  
de Navarra

Avda. Anaitasuna, 31 31192 - Mutilva (Navarra)

El precio incluye comida.

Actividad bonificable por la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo. Las empresas socias pueden solicitar su tramitación gratuita indicándolo en la inscripción web con al menos dos días de antelación



Para más información:

948 290155

Inscríbete