

biblioteca aula maestra

**Pablo Puszczalo** compone 150 versos urgentes para no dejar escapar las oportunidades comerciales que se presentan. Con prólogo de Juan Mateo.

# LA VENTA EN VERSO



*«Si quiere un consejo  
y vender como un poseso.  
lea el libro de don Pablo  
y aplíquelo verso a verso».*

**Juan Mateo**, prologuista de la obra

Autor: **Pablo Puszczalo** • Editorial: **LID Editorial Empresarial**

Colección: **Acción Empresarial** • Serie: **Aula Maestra**

ISBN: **9788483562116** • Precio: **19,90** • Formato en centímetros: **15x22**

Encuadernación: **Rústica con solapas** • Número de páginas: **192**

## El autor



**Pablo Puszczalo** es licenciado en Informática por la Universidad de Belgrano (Buenos Aires), máster en Creación de Materiales Didácticos Multimedia por la ESAC (Madrid), máster en Márketing y Dirección de Empresas por IDE CESEM y profesor titular del Instituto Superior de Negociación de La Salle International Graduate School (Madrid).

En la actualidad combina su actividad como conferenciante y escritor con la formación de vendedores en empresas de todos los sectores y con la de creador/desarrollador del módulo de crecimiento comercial «Sellingrowth» para smartphones, tablets y Web. Además, es ponente de LID Conferenciantes ([ppu@lidconferenciantes.com](mailto:ppu@lidconferenciantes.com)) como especialista en negociación y ventas, creatividad, marketing y publicidad.

## La obra

Consciente de la velocidad con la que la distracción se hace cada día más patente en la conducta de los vendedores Pablo Puszczalo ofrece una potente herramienta tanto a los formadores como a los propios comerciales para enfrentarse a los elementos de distracción que se cruzan en su día a día.

*La venta en verso* invita al lector a realizar un esfuerzo intelectual para romper la distracción a través de 150 poemas «relacionados directa e indirectamente con cientos de conceptos comerciales que durante décadas estructuraron y guiaron la formación práctica de los vendedores», enseñanzas que albergan una doble lectura: la de aquellos que verán tan sólo un conjunto de consejos y órdenes, y la de quienes adivinarán que encierran una aventura intelectual que les llevará a su propio desarrollo, como personas y como profesionales.

Poesía, humor y profundos conocimientos será lo que encuentre el lector en una obra escrita con el objetivo de hacer despertar a los comerciales y a sus formadores para que no dejen escapar ninguna oportunidad.

«Este es un libro de vendedores para vendedores, en ellos nace y en ellos acaba».

## Algunos versos de ejemplo

### Orejas o rejas

Dice François que oui,  
pero piensa c'est la vie.

Dice un chaval que wii,  
pero piensa download free.

Dice Obama que we,  
pero piensa me.

Vender es escuchar lo que el otro  
piensa.

¿A que sí?



### Sondeo

Sondeo porque no te veo.  
Si te viera no sondearía,  
bajaría por el agujero  
y te vendería.



### Brindis

Brindo por la salud  
del que pide previsiones a un año  
luz,  
desde la cruz,  
y pierde la calma.

Brindo por el alma  
del que pierde la calma,  
desde la cruz,  
pidiendo previsiones a un año luz.

Brindo por la cruz  
del que pierde la calma,  
y la salud,  
y el alma,  
por no cumplir las  
previsiones a un año luz.



### La compra perfecta

Montado en sus emociones,  
el vendedor arremete  
para imponer sus razones  
de 9 a 2, de 4 a 7.

Refugiado en sus motivos,  
el cliente se somete  
al sacrificio auditivo  
de 9 a 2, de 4 a 7.

De 19 a 9,  
el vendedor desconecta,  
justo cuando el cliente  
planea la compra perfecta.

Y no lo incluye.



### Procesos psicológicos básicos

Motivación, memoria, aprendizaje,  
emoción, pensamiento y lenguaje.

Son la materia prima de la venta,  
son los procesos básicos que te compo-  
nen,  
son los retos a los que te enfrentas,  
son los que te dan de comer y te comen.

Cada uno a su manera  
controla, prohíbe y autoriza,  
ordena, encarcela y libera,  
hiere, cura y cicatriza.

Motivación, memoria, aprendizaje,  
emoción, pensamiento y lenguaje.

No se cuánto de cada,  
decide tú el porcentaje.



Para más información:

[laura.diez@lideditorial.com](mailto:laura.diez@lideditorial.com) • [elisabet.saez@lideditorial.com](mailto:elisabet.saez@lideditorial.com) • 91 372 90 03