



NEUROVENTAS. CÓMO FUNCIONA EL CEREBRO DE TU CONSUMIDOR

SKU: PH09B01C02

OBJETIVOS

1. Entender que son las Neuroventas y porque es importante dominarlas.
2. Identificar y saber crear argumentos de venta que lleguen a la parte racional/emocional del cliente y reconocer la importancia de esta parte del cerebro.
3. Identificar y saber crear argumentos de venta que lleguen a la parte instintiva del cliente. Y reconocer la importancia de esta parte del cerebro.

DIRIGIDO A

Profesionales que quiera mejorar sus habilidades comerciales, poniendo especial énfasis en personal relacionado con la comunicación, atención al cliente, ventas o marketing.

COMPETENCIAS

1. Entender que son las Neuroventas para aprovechar al máximo sus beneficios.
2. Entender cómo funciona el cerebro racional y emocional, para vender de forma más inteligente, eficaz y conseguir clientes más satisfechos.
3. Aumentar las ventas entendiendo y conociendo el cerebro instintivo para llegar al inconsciente de tu consumidor y venderle sin venderle.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Unidad 1. Fundamentos de las neuroventas.

1. La importancia de desarrollar habilidades comerciales.

2. ¿Qué son las neuroventas?
3. ¿Cómo surgió la combinación de neurociencia y negocios?
 - 3.1 Técnicas de Neuromarketing a nivel tecnológico.
 - 3.2 Técnicas de Neuromarketing a nivel psicológico.
4. Diferencia entre neuromarketing y neuroventas.

Unidad 2. El cerebro racional y emocional.

1. ¿Cómo funciona la mente humana?
2. Cerebro límbico o emocional.
3. ¿Cómo llegar al cerebro emocional o límbico?
 - 3.1 Activa el cerebro con el tacto.
 - 3.2 Activa el cerebro con el olfato.
 - 3.3. Activa el cerebro con el oído.
 3. 4 Activa el cerebro con la vista.
 - 3.5. Activa el cerebro con el gusto.
 - 3.6. Cerebro racional o neocórtex.
4. Cómo llegar al cerebro racional o neocórtex.
5. Zonas del cerebro asociadas al proceso de compra.

Unidad 3. Estrategias infalibles de ventas.

1. El cerebro reptiliano o instintivo.
2. ¿Cómo estimular el cerebro reptiliano?
3. Pasos para influir en el cerebro reptiliano.
4. Balanza entre el cerebro límbico y el instintivo.
5. Clave: Ganancia o pérdida, ¿qué es más fuerte para el cerebro reptiliano?

6 Tres factores a tener en cuenta para vender más al cerebro reptiliano.

6.1 El efecto halo (halo effect).

6.2 Efecto arrastre (bandwagon effect).

6.3 Efecto anclaje (anchoring).

7. Proceso comercial actual.

7.1 Emociones básicas.

7.2 Conclusión sobre vender.

7.3 Aclaración.

8. Conclusión.