



Full Digital

Neuroventa: vender más con técnicas de la neurociencia - online en directo

Neurociencia para impactar en los clientes e incrementar y fortalecer las conexiones

 Online

Duración : 6 horas

Ref. : 2112

Precio 1er inscrito : 540,00 € IVA exento

2º inscrito y sucesivos 432,00 € IVA exento

Precio In-Company : 2.225,00 € IVA exento

100% Virtual en directo con el formador

La presión competitiva obliga a las redes de venta de todos los sectores a incorporar en sus procesos comerciales técnicas que tengan en cuenta consideraciones científicas. La venta ha encontrado un perfecto aliado apoyándose en los conocimientos aportados por la neurociencia sobre el cerebro humano y su proceso de toma de decisiones, especialmente de las decisiones de compra.

Esta formación de neuroventa, incorpora conocimientos procedentes de diferentes fuentes: neurociencia, PNL, neuro comunicación, neuromarketing y neuropsicología.

Objetivos de la formación

- Comprender qué motiva a los clientes a comprar.
- Estimular y dirigir la conversación de una manera no agresiva.
- Ganar la habilidad para establecer una buena relación: crear rapport.
- Reformular y recuadrar las objeciones.
- Gestionar las dudas de los clientes.
- Comprender el estado interno del cliente y su estrategia mental para comprar.
- Mejorar la eficiencia de ventas.

Dirigido a:

- Comerciales que afrontan situaciones de elevada presión y buscan herramientas para conseguir sus objetivos.
- Profesionales de la venta que necesitan incorporar nuevas dinámicas a sus prácticas comerciales, en busca de mayor efectividad.
- Directores Comerciales y Responsables de redes de venta que quieran fortalecer el desempeño de sus equipos.

Contenido

1. Por qué la neurociencia en la venta

- Vender a la mente, cómo funcionamos.

- Emoción y razón.
- Toma de decisiones emocionales en la venta y justificación racional
- Fisiología y psicología aplicadas a la venta: Los 3 cerebros.

2. Relación entre neuroventa y neuromarketing

- Nociones esenciales de neuromarketing.
- Los sentidos y las emociones en los procesos comerciales.
- Influencia y persuasión para vender

3. Procesos de toma de decisiones y su impacto en la venta

- ¿Racionales o emocionales? ¿Cómo decidimos?
- El impacto de los sesgos cognitivos.
- Revisión de las fases de la venta a la luz de las aportaciones de la neurociencia.
- Responder a los 6 "por qué": el mundo en 6 preguntas.

4. ¿Cómo trabajo conmigo? Neurociencia y autoliderazgo

- Creencias y cambio de paradigma
- Calibrar, sincronizar y liderar (PNL).
- Hechos y juicios
- Modelo de sensaciones positivas
- Fórmulas para decidir la compra: atención, emoción y recuerdo.
- Estructura profunda y superficial: omisiones, distorsiones y generalizaciones.

5. Construir el modelo de relaciones: Neurociencia y liderazgo social

- Inteligencia social y liderazgo.
- Competencias socialmente inteligentes.
- Modelo de acercamiento a los otros.
- Análisis de comportamientos: El modelo DISC aplicado a la neuro venta.

6. Situaciones especiales

- Gestión de las propias emociones.
- Lenguaje no verbal y calibración.

Beneficios adicionales

Contribuir a la formación de los profesionales de la venta en un entorno de alta competitividad.

Facilitar herramientas que permitan a este colectivo adaptar su discurso en función de los sistemas representacionales de sus clientes.

Participantes protagonistas de la formación: aplicar los conocimientos teóricos en ejercicios y dinámicas que los lleven a la creación de su propio plan de acción comercial.

Espacio de aprendizaje 365:

LearningHub
@Cegos

Hub de contenidos y actividades para aprender y trabajar a tu ritmo.

Fechas 2021 - Référence

el 26 may

el 06 oct