

Neuroventa: vender más con técnicas de la neurociencia

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

 Blended

Duración : 1 día (7 horas)

Ref. : 2112

Precio 1er inscrito : 540,00 € IVA exento
2º inscrito y sucesivos 486,00 € IVA exento
Bonificable por asistente: 91,00 €

Precio In-Company : 2.225,00 € IVA exento
Bonificable por grupo de 10 asistentes: 910,00 €

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.

Llámanos
91 270 51 10

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.

Fechas y ciudades 2024 - Référence 2112

Madrid

el 23 may.

el 3 oct.

el 20 nov.