

Neuroventa: vender más con técnicas de la neurociencia

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

 Blended

 1 dia (7 horas)

Precio 1er inscrito : 590,00 € IVA exento Ref.: 2112

2º inscrito y sucesivos 531,00 € IVA exento

Bonificable por asistente: 91,00 €

Precio In-Company : 2.760,00 € 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.

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.

Llámanos
91 270 51 10

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 se 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.



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.



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 2026 - Référence 2112



Últimas plazas



Edición garantizada

Madrid

el 16 mar.

el 10 jun.

el 22 oct.