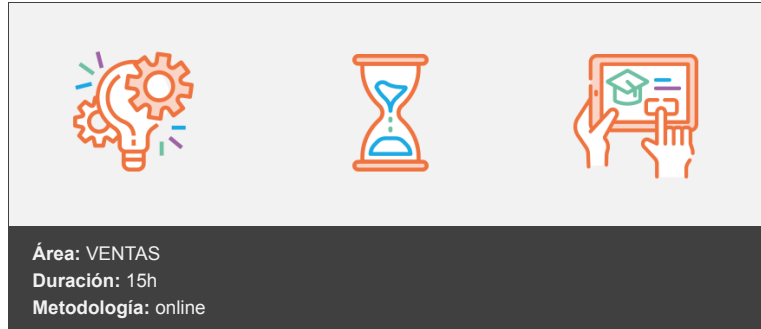


NEUROVENTAS. CÓMO FUNCIONA EL CEREBRO DE TU CONSUMIDOR



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. 4. Reconocer la importancia de esta parte del cerebro.

Contenidos y estructura del curso

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.
4. Cerebro racional o neocórtex.
5. Cómo llegar al cerebro racional o neocórtex.
6. 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.

Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

