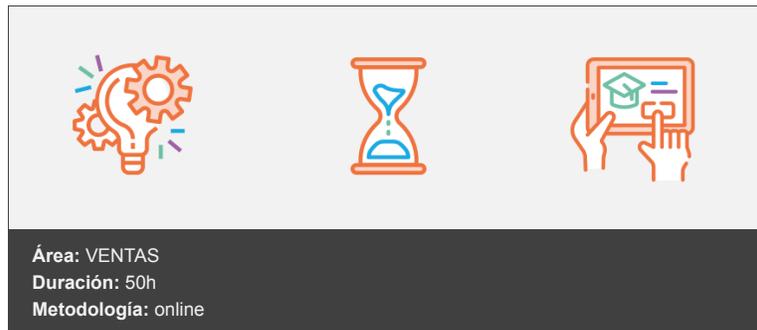


criteria

Neuroventas. Técnicas de Venta de Alto Rendimiento.



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.
4. Entender cómo descubrir el valor simbólico de un producto o servicio.
5. Conocer los tres códigos de tu producto o servicio.
6. Aplicar estas tres pirámides para tener una comunicación más productiva y ser capaz de adaptarte a cualquier situación y vender.
7. Aplicar los conocimientos de neurociencia conscientemente para guiar emocionalmente al cliente por las 5 etapas.
8. Conocer los secretos para que de forma inconsciente el cliente decida comprarte.
9. Desarrollar y practicar sencillos tips de neuroventas y un discurso de ventas.

Contenidos y estructura del curso

Unidad 1. Fundamentos de las neuroventas.

- 1.1. La importancia de desarrollar habilidades comerciales.
- 1.2. ¿Qué son las neuroventas?
- 1.3. ¿Cómo surgió la combinación de neurociencia y negocios?
 - 1.3.1. Técnicas de Neuromarketing a nivel tecnológico.
 - 1.3.2. Técnicas de Neuromarketing a nivel psicológico.
- 1.4. Diferencia entre neuromarketing y neuroventas.

Unidad 2. El cerebro racional y emocional.

- 2.1. ¿Cómo funciona la mente humana?
- 2.2. Cerebro límbico o emocional.
 - 2.3. ¿Cómo llegar al cerebro emocional o límbico?
 - 2.3.1. Activa el cerebro con el tacto.
 - 2.3.2. Activa el cerebro con el olfato.
 - 2.3.3. Activa el cerebro con el oído.
 - 2.3.4. Activa el cerebro con la vista.
 - 2.3.5. Activa el cerebro con el gusto.
- 2.4. Cerebro racional o neocórtex.
- 2.5. Cómo llegar al cerebro racional o neocórtex.
- 2.6. Zonas del cerebro asociadas al proceso de compra.

Unidad 3. Estrategias infalibles de ventas.

- 3.1. El cerebro reptiliano o instintivo.
- 3.2. ¿Cómo estimular el cerebro reptiliano?
- 3.3. Pasos para influir en el cerebro reptiliano.
- 3.4. Balanza entre el cerebro límbico y el instintivo.
- 3.5. Clave: Ganancia o pérdida, ¿qué es más fuerte para el cerebro reptiliano?
- 3.6. Tres factores a tener en cuenta para vender más al cerebro reptiliano.
 - 3.6.1. El efecto halo (halo effect).
 - 3.6.2. Efecto arrastre (bandwagon effect).
 - 3.6.3. Efecto anclaje (anchoring).
- 3.7. Proceso comercial actual.
 - 3.7.1. Emociones básicas.
 - 3.7.2. Conclusión sobre vender.
 - 3.7.3. Aclaración.
- 3.8. Conclusión.

Unidad 4. Pasos de venta a negociación exitosa.

- 4.1. El valor simbólico y las ventas.
- 4.2. Cómo encontrar el valor simbólico.
 - 4.2.1. Investigar.
- 4.3. El valor simbólico y las diferentes culturas.
- 4.4. El valor simbólico del dinero.
- 4.5. En los productos de precio alto, el valor simbólico pasa de ser importante a ser imprescindible.
- 4.6. Cómo comunicar el valor simbólico: el lenguaje simbólico.
- 4.7. Los valores simbólicos y el poder simbólico de los valores (caso de estudio).

Unidad 5. El código reptiliano de tu producto o servicio.

- 5.1. Cómo usar los códigos en tu estrategia de ventas.
- 5.2. Los 10 códigos reptilianos más importantes.
- 5.3. Ejemplos prácticos.
- 5.4. Caso de estudio: Starbucks.
- 5.5. Conclusiones.

Unidad 6. Las tres pirámides de una neuro-venta exitosa.

- 6.1. Pirámide sobre cómo influyen los procesos psicológicos superiores en el consumo.
 - 6.1.1. Atención / Percepción.
 - 6.1.2. Lenguaje.
 - 6.1.3. Aprendizaje.
 - 6.1.4. Memoria.
 - 6.1.5. Pensamiento.
- 6.2. Pirámide de proceso de decisión de compra.
 - 6.2.1. Captar la atención.
 - 6.2.2. Conseguir emoción.
 - 6.2.3. Lograr recordación.
- 6.3. Pirámide de los ases de una venta exitosa.
 - 6.3.1. Aumentar el placer.
 - 6.3.2. Reducir miedos.
 - 6.3.3. Ahorrar energía.

Unidad 7. Las 5 etapas para conseguir una venta.

- 7.1. Los Neurotransmisores.
- 7.2. Los Neurotransmisores y el Neuromarketing / Neuroventas.
- 7.3. Noradrenalina.
- 7.4. Dopamina.
- 7.5. Oxitocina.
- 7.6. Adrenalina.
- 7.7. Serotonina / Endorfinas.
- 7.8. Resumiendo.

Unidad 8. Gatillos mentales y neuro-tips.

- 8.1. ¿Cómo funcionan los gatillos mentales?
- 8.2. Tipos de gatillos mentales.
- 8.3. Tipos de emociones para aplicar los gatillos mentales.

Unidad 9. Neuro Speech comercial.

- 9.1. El comportamiento del consumidor y su relación con las necesidades de Maslow.
- 9.2. Neuro tips, claves, secretos...
- 9.3. Estructura para un impactador speech comercial.
- 9.4. Tips de comunicación en neuroventas.

9.5. Técnicas para que te digan “sí”.

9.6. Cómo aprovechar los sesgos cognitivos en la venta.

9.7. Conclusiones.

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

