

NEUROVENTAS. COMO FUNCIONA EL CEREBRO DE TU CONSUMIDOR

Objetivos

1. Entender que son las Neuroventas para aprovechar al máximo sus beneficios.
2. Entender cómo funciona el cerebro racional y emocional, para vender de forma más inteligente, eficaz y conseguir clientes más satisfechos.
3. Aumentar las ventas entendiendo y conociendo el cerebro instintivo para llegar al inconsciente de tu consumidor y venderle sin venderle.

Parámetros de evaluación

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.

Programa

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.

Material desarrollado por

Johana Ríos

EXPERTA EN NEUROVENTAS Y NEUROMARKETING DIGITAL, CONSULTORA Y CONFERENCISTA INTERNACIONAL

Experiencia profesional

Miembro de la Comunidad de Expertos Growpath. 2020 - Actualidad.

Copywriter & Project Director of CRN TECH (Seller Brain Agency) 2020 - Actualidad.

Consultora en Marketing Digital y Ventas 2018 - Actualidad.

Relaciones Institucionales/Comisión de Educación (Fundación Zaballos) 2019.

CEO y Cofundadora EENE (Escuela Europea de Neuro-Emprendimiento) 2018 - 2020.

Fundadora y Project Manager del I Congreso Internacional On-line de Emprendimiento y Liderazgo y el I Congreso Internacional de Neurociencia y Negocios. 2017 - 2018.

Coordinadora y Divulgadora Científica (Academia Europea de Neurociencia, Economía y Humanidades) 2018 - 2019.

Consultora de Marketing Digital, Coach y Directora (Deep Impact Coaching.es). 2017 - 2019.

Fundadora (Proyecto Liderazgo con F) 2017 - 2019.

Competencia docente

Mentora del Vivero de Emprendimiento (UNIR Career Services).

Profesora Adjunta del Área de Marketing y Ventas en Escuela de Negocios de Instituto de Empresas (IE Business School).

Formadora de Líderes (NiayerNimañana).

Profesora en la EENE (Escuela Europea de Neuro Emprendimiento).

Formación académica

Growth Marketing & Inteligencia Artificial (American Business College).

Business Marketing Strategy (Florida Global University).

Master en Web3 y Metaverso (Metapro Academy).

Digital Business Management, Marketing (Florida Global University).

Master en Copywriting Inspiracional (OlsanaMind).

Neuro-Ventas y Neuro-Marketing (Business & Innovation Institute of America).

Certificada en Lenguaje Corporal y Persuasión (Knesix Institute).

Máster en Coaching Estratégico (Instituto de Coaching Estratégico).

Experta en Neuroventas (Academia Europea de Neurociencia, Economía y Humanidades).

Especialización en Consultoría de Marketing Digital (ADC Internacional).

Técnico Superior en Gestión Comercial y Márketing.