

PROGRAMA ESPECIAL DE ENTRENAMIENTO E INTERVENCIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NEUROVENTAS

- *¿Cuáles son las nuevas herramientas para formar una fuerza de ventas eficaz?*
- *¿Cómo abordar mercados cada vez más “buscadores de precios” y reacios a comprar?*
- *¿Cómo detectar las verdaderas necesidades que subyacen a los requerimientos de los clientes?*
- *¿Cómo vender con mayor rentabilidad cuando los competidores sorprenden cotidianamente con promociones dirigidas a ganar clientes?*
- *¿Cómo trabajar para que la calidad del servicio mejore cada vez más con relación a lo que el cliente percibe que se le brinda?*

Vender no es simplemente una función que se desempeña dentro de una organización, es *una manera de comunicarnos* con el mercado para generar **negocios** con una perspectiva de **largo plazo**.

Esto exige una fuerza de ventas preparada no sólo para captar la atención de los clientes a través de un anclaje o beneficio diferencial concreto, sino también para conocer cómo intervienen los mecanismos del cerebro humano en cada momento de la interrelación vendedor-cliente.



Creadores del Método de Venta Neurorrelacional® y socios de nuestros clientes en el desarrollo e implementación de estrategias que generen ventajas competitivas y oportunidades de negocios, hemos creado un servicio que se integra y complementa con dos partes que forman una misma unidad y están orientadas a alcanzar un mismo objetivo:

Formar una fuerza de ventas altamente capacitada para vender con inteligencia y resultados.

Parte I

Formación de equipos de venta

Seminario-taller teórico práctico intensivo sobre las nuevas herramientas derivadas de la aplicación de las neuroventas.

Dirigido a todas las áreas relacionadas con los aspectos clave de la estrategia de ventas y marketing directo.

Beneficios:

- *Los participantes incorporarán en forma práctica los conceptos de la neuroventa para implementarlos en la empresa de la que forman parte: El Método de Venta Neurorrelacional paso a paso.*
- *Se estudiarán las principales variables que componen una estrategia de ventas desde el enfoque del neuromarketing y en función del tipo de negocio en el que opera la empresa: necesidades de los clientes, comportamiento de compra, producto, servicios asociados y posicionamiento.*
- *Se incorporarán habilidades de comunicación y generación de empatía para una gestión eficaz de clientes.*

Contenidos

Módulo 1

- ¿Qué significa vender?
- De la venta tradicional a la venta neurorrelacional: por qué es necesario migrar desde las fórmulas y recetas aprendidas hacia la generación de capacidades cerebrales propias.
- Neurociencia cognitiva y neurociencia afectiva: su aplicación a la gestión de ventas.

Módulo 2

- Conociendo nuestro cerebro. Principales características anatómicas y funcionales.
- Qué son las funciones ejecutivas del cerebro y cómo pueden optimizarse.
- El cerebro racional versus el cerebro emocional en la toma de decisiones.

Módulo 3

- De la comunicación a la neurocomunicación.
- Comunicación conciente y metaconciente.
- Diferentes vías comunicacionales. Importancia de la comunicación no verbal.

Módulo 4

- Estados comunicantes, comunicación y neurorelaciones.
- Sistemas perceptuales: la construcción cerebral de la realidad.
- Sistemas de representación comunicacional.

Módulo 5

- Las necesidades humanas: su importancia en la interpretación del comportamiento del cliente.
- Técnicas para descubrir cuáles son sus “verdaderos” requerimientos.
- Técnicas para “anclar” los productos a las necesidades de los clientes.

Módulo 6

- El método de venta neurorelacional paso a paso
 1. Preparando el contacto.
 2. Iniciando la relación.
 3. Desarrollando empatía.
 4. Retroaccionando requerimientos y descubriendo necesidades del cliente.
 5. Detectando la estrategia de compras del cliente.
 6. Presentando el producto.
 7. Cerrando la venta y construyendo una relación permanente.

Módulo 7

- Entrenamiento neurocognitivo: importancia y aplicaciones en la gestión de ventas.
- Técnicas de avanzada para optimizar los procesos de atención, planificación, velocidad de procesamiento de la información, aprendizaje y memoria.
- Autorregulación emocional: técnicas para mejorar el desarrollo de la inteligencia emocional y social del vendedor.

Parte II

Plan de intervención e implantación de neuroventas en la organización

Involucra un trabajo de intervención para la implementación de las neuroventas a través de un programa de consultoría y asesoramiento a medida en las áreas clave, según el diseño de cada organización: ventas, atención al cliente y telemarketing, entre otras.

Este servicio comprende un conjunto de acciones para abordar la problemática habitual de ventas con metodologías de avanzada y, a su vez, contribuir al desarrollo de capacidades propias que permitan enfocar las acciones de ventas en el marco de los nuevos paradigmas surgidos a partir del desarrollo de las neurociencias y su aplicación en la gestión de organizaciones.



Asimismo, este programa involucra el desarrollo de **neuroventas en el plano interno de la organización**, esto es, la implementación de técnicas que mejoren las comunicaciones entre personas como así también la capacidad para vender los propios proyectos, mejorando la motivación y la cooperación entre los diferentes equipos de trabajo.

Ofrecemos nuestros conocimientos y la experiencia de haber formado a más de 30.000 vendedores en diferentes países, plasmada en las exitosas obras “Venta Inteligente”, “Los que Venden” y “Comunicación Relacional”.