

## Seminario

# NEUROVENTAS

## Cómo desarrollar las capacidades cerebrales para vender con inteligencia y resultados



[nestor@braidot.com](mailto:nestor@braidot.com)  
[www.nestorbraidot.com](http://www.nestorbraidot.com)

Con la experiencia de haber formado a más de 30.000 vendedores en diferentes países, tras la publicación de sus exitosos libros: Venta Inteligente, Neuromarketing, Neuroeconomía y Negocios y Neuromanagement, y ante la presentación en España de su esperada obra, Neuromarketing, el Dr. Néstor Braidot expondrá su propio método de Venta Neurorrelacional®, resultado de más de veinte años de investigaciones sobre la aplicación de los conocimientos que suministran las neurociencias al desarrollo de la fuerza de ventas.

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 que la fuerza de ventas se capacite 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.

### Beneficios para los participantes

- ◆ Adquirir conocimientos sobre el funcionamiento del cerebro humano como así también sobre sus aplicaciones en los aspectos clave de la gestión de ventas.
- ◆ Desarrollar habilidades de comunicación y generación de empatía.
- ◆ Incorporar una técnica innovadora y altamente efectiva para vender productos, servicios e ideas: el Método de venta neurorrelacional.

### Metodología

- ◆ Exposición complementada con técnicas participativas, vivenciales, visuales, auditivas y kinestésicas.
- ◆ Prácticas caracterizadas por la incorporación de contenidos innovadores y estrategias de formación no tradicionales
- ◆ Actuación monitoreada de todos los participantes en la simulación de situaciones reales de sus actividades de venta.

## Temario

### 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

- ◆ Técnicas de avanzada para la preparación de entrevistas y adquisición de confianza en uno mismo.
- ◆ Neurocomunicación y desarrollo de empatía. Qué son y cómo intervienen las neuronas espejo.
- ◆ Sistemas de representación sensorial: la importancia de comprender e interpretar lo que el cliente piensa y siente.

### Módulo 3

- ◆ El método de venta neurorrelacional 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 4: aplicaciones

- ◆ La importancia del “gimnasio cerebral” en la formación del vendedor.
- ◆ Entrenamiento neurocognitivo: técnicas de avanzada para optimizar los procesos de atención, planificación, velocidad de procesamiento de la información, aprendizaje y memoria.
- ◆ Entrenamiento neuroafectivo: técnicas de avanzada para mejorar el desarrollo de la inteligencia social. Automonitoreo de emociones.

## Sobre el expositor

Conferencista, catedrático, empresario, consultor y escritor, **Néstor Braidot** es pionero en la aplicación de las neurociencias a la actividad organizacional, el liderazgo, la educación y el aprendizaje.

Luego de más de veinte años de actuación como directivo en distintas organizaciones, creó y dirige el Grupo Braidot, un equipo consultor interdisciplinario con sedes en Europa e Hispanoamérica, y el Brain Decision Braidot Centre, un instituto de investigaciones de gran prestigio internacional en el desarrollo y aplicación de las neurociencias a diferentes actividades.

Actualmente, se desempeña en Europa como catedrático en la Universidad de Salamanca (España), investigador y profesor invitado en varias universidades, entre ellas, Uppsala University Business School (Suecia), y conferencista en temas de su especialidad en varios países.

También ha sido distinguido como profesor consulto y visitante por otras universidades: Wirtschaftsuniversität Wien (Universidad de Economía de Viena (Austria), Centre de Développement du Management, Lyon Graduate School of Business, Lyon (Francia), Universidad de León, Universidad de Oviedo, Universidad de Santiago de Compostela Universidad Autónoma de Madrid, Katholieke Universiteit of Leuven y Université Catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve (Bélgica), Università Bocconi (Italia), y Université de Geneve (Suiza).

En Argentina, dirige su grupo consultor, aplicando en la economía y la empresa los conocimientos de las neurociencias con un enfoque interdisciplinario que potencia no solo la comprensión de los problemas, sino también el abordaje de sus soluciones. Simultáneamente, colabora y desarrolla trabajos e investigaciones con institutos de avanzada en neurociencias, entre ellos, la Universidad Favaloro, CEMIC y Fleni, y dirige el CINAP (Centro de investigaciones en neurociencias aplicadas y prospectiva) de la Universidad Nacional de la Plata.

Como escritor, y desde que publicó su primera obra, Marketing Total -que agotó siete ediciones en menos de tres años-, se convirtió en un autor de consulta obligada para profesionales, docentes y alumnos. Sus libros Los que Venden, Comunicación Relacional, Nuevo Marketing Total, Pymes Latinoamericanas y Crisis Marketing han formado a varias generaciones de empresarios y ejecutivos, y a partir de 2005, con la publicación de dos de sus grandes obras: Neuromarketing, Neuroeconomía y Negocios y Venta Inteligente, provocó un cambio de paradigma, caracterizado por la incorporación de las neurociencias al mundo de las organizaciones.

En 2009, año de lanzamiento de sus obras Neuromanagement (en Argentina) y Neuromarketing (en Europa) es convocado por empresas, instituciones y centros académicos de prestigio internacional para explicar cómo estos avances están cambiando la conducción y gestión de organizaciones.

Esta trayectoria, caracterizada por un espíritu investigador, atento a las innovaciones y a la generación de nuevos conocimientos, tiene como base una sólida formación académica: Néstor Braidot es Doctor en Ciencias de la Administración, Máster en Economía, Licenciado en Administración de Empresas, Contador Público, Licenciado en Cooperativismo, Máster en Programación Neurolingüística y Trainer en Diseño Conductual. Actualmente, se encuentra profundizando sus investigaciones en los campos de la neurobiología y la neurociencia cognitiva en la Universidad Autónoma de Barcelona, España.