

Seminario

MARKETING PARA PROFESIONALES

Cómo buscar oportunidades que generen una puesta en valor de la profesión y contribuyan al éxito presente y futuro



nestor@braidot.com
www.nestorbraidot.com

Desde el ingreso a la universidad se piensa en el éxito profesional. Sin embargo, pocas veces se diseña una estrategia para alcanzar ese objetivo. Muchos creen que serán sus logros académicos los que les abrirán las principales puertas.

Sin embargo, la realidad demuestra que muchas mentes brillantes quedan “aparentemente” fuera de carrera porque las empresas privilegian el reclutamiento de cerebros jóvenes. ¿Qué hacer ante esta situación? ¿Cómo trabajar con éxito en forma independiente? ¿Cómo venderse en un mercado recesivo?

En este encuentro, el Dr. Braidot dialogará sobre las nuevas estrategias para conquistar clientes, crecer y ganar dinero fuera del marco de una organización.

Beneficios para los participantes:

Analizarán en equipo el presente y futuro en el que se inserta la actividad profesional, adquiriendo las herramientas necesarias para alcanzar los siguientes objetivos.

- Venderse en un contexto caracterizado por la recesión.
- Encontrar un estilo y profundizar en las propias ventajas competitivas.
- Enriquecer los conocimientos a la luz de las herramientas que provocaron un cambio de paradigma: del marketing al neuromarketing.

Metodología:

- La exposición será complementada con técnicas visuales, auditivas y kinestésicas.
- El encuentro será teórico-práctico, con explicaciones de las nuevas metodologías y prácticas para el desarrollo de estrategias de marketing personal.
- Se dará lugar al planteo y debate sobre situaciones sugeridas por los participantes, especialmente las relacionadas con su vida profesional.

Temario

Módulo 1

- La crisis económica mundial y sus consecuencias en la actividad profesional.
- El ocaso de la formación tradicional: nuevos paradigmas.
- El conocimiento como fuente de generación de ventajas competitivas.

Módulo 2

- De la inteligencia racional a la inteligencia intuitiva.
- Redefinición de la profesión a la luz de las nuevas tendencias del mercado laboral.
- Herramientas básicas para contextos cambiantes.

Módulo 3

- Exigencias de innovación, calidad y plasticidad en la gestión de los profesionales.
- Redefinición del concepto de valor.
- Marketing mix: estrategia de servicio, “marca”, precios y comunicaciones.

Módulo 4

- Técnicas relacionales para vender servicios e ideas.
- Desarrollo de visión empresaria aplicable a la profesión.
- Neuromarketing: aplicaciones al diseño de estrategias de marketing personal.

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.