

# Neuroventas

Objetivo: El participante aprenderá herramientas teóricas y prácticas para realizar cierres de ventas efectivas a través de estrategias de neurociencias aplicadas al área comercial.

TEMARIO	INCLUYE
<p><b>1. Neuroventas.</b>            Bases científicas de las neuroventas.            Importancia de las neuroventas.            Consciente, preconsciente, inconsciente.            Buyer Persona.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Constancia con registro y validez oficial ante STPS</i></li> </ul>
<p><b>2. Como Venderle a los Tres Cerebros.</b>            Teoría de los tres cerebros.            Como venderle al cerebro Reptiliano (instintivo).            Como venderle al cerebro Límbico (emocional).            Como venderle al cerebro Cortical (racional).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Manual y Material para el Participante</i></li> <li>▪ <i>Coffee break continuo</i></li> <li>▪ <i>Wi fi</i></li> </ul>
<p><b>3. Programación Neurolingüística como Estrategia de Ventas.</b>            ¿Qué es la programación neurolingüística?            Mapas mentales y filtros perceptuales.            Neuronas espejo.            Estrategias para vender a clientes Visuales.            Estrategias para vender a clientes Auditivos.            Estrategias para vender a clientes Kinestésicos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Instructores certificados ante SEP y STPS</i></li> </ul>
<p><b>4. El Cerebro Emocional.</b>            ¿Qué son las emociones?            Estrategia para vender a clientes con emoción de Miedo.            Estrategia para vender a clientes con emoción de Ira.            Estrategia para vender a clientes con emoción de Tristeza.            Estrategia para vender a clientes con emoción de Alegría.</p>	
<p><b>Duración 6 hrs.</b></p>	<p><b>Costo unitario \$2,600.- más iva</b></p>

Estudios demuestran que los consumidores reciben cerca de 10,000 mensajes de venta de todo tipo por día, ante esa avalancha de información ¿cómo podemos diferenciarnos y lograr transmitirles a nuestros clientes ese mensaje exacto y particular que desencadenará en su cerebro el inicio del proceso de decisión de compra? El tema parece complejo pero la respuesta la podemos encontrar en las técnicas de neuroventas.