



# Neuroventas. La venta emocional (programa completo)

**Sku:** CURVIDEO\_08

**Horas:** 50

## OBJETIVOS

- Dar a conocer un nuevo enfoque de Ventas, basado en las más revolucionarias teorías neurocientíficas, que permita crear nuevas competencias y una nueva visión de la Gestión Comercial.
- Aprender a crear desde el primer momento vínculos con el cliente, estableciendo una relación especial entre los dos, para hacerle ver los beneficios y resultados de lo que compra, dándole lo que realmente quiere.
- En este módulo conseguirás ser más consciente de la manera que tienes de comunicarte tanto con tu cliente como con tus allegados en general, y aprenderás diversas herramientas prácticas con las que mejorarás el entendimiento en la gestión comercial.
- Ayudar al participante a trabajar con una mayor organización, haciendo de la planificación un hábito en su día a día, y enseñándole a abordar los objetivos con una mejor actitud y predisposición. Así mismo ofrecerle las claves para una completa organización, con un enfoque multidimensional.
- Concienciar a los participantes de la consideración de las ventas como un proceso que se extiende mucho más allá de la pura entrevista comercial.
- Conocer las estrategias de nuestro cerebro para provocar ese cierre, superar los miedos a los que el comercial se enfrenta, así como conocer las diferentes herramientas de cierre, nos conducirán al éxito.
- Aprender a fidelizar a nuestro cliente para que genere futuras acciones de compras y establezca relaciones más duraderas.
- Mostrar a los participantes de la acción formativa las claves más relevantes de la Neuroventa que les pueda ayudar a potenciar las transacciones comerciales.
- Proporcionar a los participantes conceptos, técnicas y estrategias para poner en práctica en la gestión comercial.
- Adquirir un enfoque moderno de las ventas, basado en las más innovadoras teorías neurocientíficas.
- Conocer cómo funciona el cerebro del consumidor.

- Aprender como trabajar conscientemente el área lógica y argumental de nuestro cerebro, con el lado más emocional para obtener resultados impactantes en nuestros clientes.
- Fomentar la conexión emocional con el cliente.
- Descubrir y potenciar sus recursos y habilidades ante el cliente.
- Mejorar la satisfacción personal y profesional.
- Desarrollar el enfoque a la acción evitando la procrastinación.
- Mostrar a los participantes de la acción formativa las tres claves para comenzar a crear un vínculo de confianza con sus clientes.
- Proporcionar a los participantes herramientas para mejorar su preparación interna y mental para el encuentro con el cliente.
- Conocer las claves del lenguaje no verbal y su significado inconsciente e impacto en el cliente.
- Desarrollar una actitud empática con el cliente, que facilite el entendimiento de sus necesidades para su consiguiente satisfacción.
- Aprender a utilizar las herramientas de comunicación necesarias para hacerle ver al cliente que lo entendemos.
- Preparar a nuestro cliente a estar más receptivo para la información de nuestros productos o servicios.
- Aprender el equilibrio entre el vínculo íntimo con el cliente y el profesional.
- Aprender a comprender el proceso de comunicación completo, tomando conciencia de la importancia tanto del habla como de la escucha.
- Analizar la importancia que tiene la escucha como herramienta para la comprensión de tu cliente y de sus necesidades.
- Convertirse en un comercial empático, a través de la escucha.
- Hacer que el participante descubra en sus procesos de comunicación donde están sus fortalezas.
- Proporcionar a los participantes un método práctico para ser más asertivo con el cliente.
- Descubrir el potente valor que tienen las preguntas, para recoger información y acercarte a las necesidades reales de los clientes.
- Enseñar a gestionar los recursos: tiempo, espacio e incluso la propia vitalidad del participante.
- Tomar conciencia de que la clave del bienestar profesional y personal es equilibrar los diferentes ámbitos de la vida desde el laboral, familiar, hasta el propio ocio.
- Cambiar las creencias que se tienen, especialmente si son limitantes, acerca de los objetivos, para utilizarlos de una manera más cómoda y fluida en la actividad comercial.
- Aprender a crear procedimientos de ventas que agilicen el trabajo comercial y consiga desarrollarlo de una forma más fluida, incluso más rentable.
- Fomentar la vinculación con nuestro cliente mejorando la percepción que pueda tener de nosotros como profesional.
- Desarrollar claridad de enfoque en la entrevista comercial, que genere una mayor rentabilidad de nuestro tiempo.
- Aumentar nuestra capacidad para desarrollar con éxito la venta cruzada de nuevos servicios o productos.
- Tomar conciencia de la importancia del proceso de cierre en las ventas.

- Conocer los tipos de cierre y cuándo aplicarlos.
- Detectar las señales verbales y no verbales que nos da nuestro cliente para provocar el cierre.
- Descubrir los miedos que nos genera el cierre de la venta y cómo vencerlos.
- Entender que la venta solo se concluye cuando cerramos con una acción favorable de compra por parte del cliente.
- Aprender cuáles son las claves para fidelizar al cliente y cómo aplicarlas.
- Fomentar nuevas interacciones por parte del cliente y ampliar su interés a otros productos o servicios.
- Aumentar la realización de compras por parte de nuestro cliente en un futuro.
- Descubrir los actuales programas de fidelización y sus resultados en las compras.
- Conocer el enfoque de las neuroventas en el cierre y la fidelización de clientes.

## CONTENIDOS

- **Unidad 1. Neuroventas y sus principios fundamentales.**
  - ¿Qué son las Neuroventas?
  - El comercial y sus creencias limitantes. Cómo cambiar la lógica en las ventas.
  - El comercial y la gestión emocional. Cómo mejorar la experiencia de mi cliente.
  - El comercial y los auto-sabotajes.
  - El comercial, la zona de confort y el enfoque a la acción.
  - Cuaderno de actividades.
- **Unidad 2. Crear vínculos con mi cliente.**
  - Preparándome para la entrevista con mi cliente.
  - El primer encuentro con mi cliente.
  - La empatía. Ayudando a mi cliente a conocer sus necesidades.
  - Cuaderno de actividades.
- **Unidad 3. Herramientas de comunicación en ventas.**
  - La escucha activa en la gestión comercial.
  - Acciones para desarrollar la escucha activa en la gestión comercial.
  - Ser asertivo llevando las negociaciones al éxito.
  - El poder de las preguntas en las ventas.
  - Cuaderno de actividades.
- **Unidad 4. Planificación y organización de la gestión.**
  - La importancia de los objetivos personales. Aumentar el compromiso con uno mismo.
  - Los protocolos de ventas.
  - La gestión de los recursos del vendedor.
  - Cuaderno de actividades.
- **Unidad 5. El cierre de venta.**
  - Sin cierre no hay ventas.
  - El cierre y sus tipos. Vencer el miedo.

- Fidelizar a tu cliente.
- Cuaderno de actividades.