

## NEUROMARKETING APLICADO

*“¿Por qué tus clientes se acuestan con otro si dicen que les gustas tú?”*

**Aprenda cómo hacer neuromarketing en su empresa de la mano de uno de los pioneros en la materia**



[nestor@braidot.com](mailto:nestor@braidot.com)

[www.braidot.com](http://www.braidot.com)

Más de veinte años de investigación sobre el funcionamiento del cerebro humano y su aplicación a las organizaciones, sumados a la experiencia de haber trabajado con éxito en organizaciones de distinto tipo y tamaño en más de veinte países, hacen de Néstor Braidot uno de los consultores/formadores de mayor prestigio internacional.

Sus actividades en España, Suecia, Australia, Francia, Estados Unidos, Brasil, Colombia, Chile, México, Uruguay, Ecuador, Perú y la mayoría de los países de Centroamérica le permiten contar hoy con más de 40.000 personas, entre ellas, empresarios, directores, gerentes, comerciales y vendedores, que han sido formados con los conceptos y metodologías plasmados en sus exitosas obras.



Hasta hace pocos años, era difícil examinar en profundidad los mecanismos que determinan el comportamiento y las decisiones de las personas. En la actualidad, los avances en el conocimiento del cerebro abren un enorme campo de aplicaciones para las empresas que comprendan el enorme potencial de esta innovación.

El neuromarketing trae consigo un conjunto de herramientas de enorme eficacia para implementarlas tanto en el plano externo de la organización (en relación al mercado de cada producto de su empresa) como en el interno (relaciones con y entre los miembros de las diferentes áreas y equipos de trabajo).

### Beneficios para los participantes

- Tomar contacto con las nuevas herramientas generadas por el Neuromarketing e interiorizarse sobre cómo se aplican en las organizaciones de avanzada.
- Comprender cómo y por qué el neuromarketing suministra información privilegiada sobre el comportamiento de los clientes, constituyéndose en la llave maestra para la innovación en la gestión estratégica y operativa de marketing.
- Incorporar herramientas de aplicación concreta en la organización en la que participan.

## Metodología

- La exposición será complementada con técnicas visuales, auditivas y kinestésicas.
- Diseño tipo seminario-taller uniendo teoría y práctica en forma simultánea.
- Se plantearán casos y ejemplos prácticos habilitando a los participantes a hacer sus consultas y preguntas sobre sus propias situaciones.

## PROGRAMA



*Algunos desafíos que abordamos con su participación en este banquete*

### *El aperitivo para comenzar:*

- ¿Qué debo cambiar en mi forma de pensar para incorporar a la práctica de neuromarketing y lograr más ventas?
- ¿Cómo se utilizan las neuronas espejo para liderar tanto a los clientes como a los equipos de trabajo?
- ¿Cómo hacer para vender productos con emoción? ¿Cómo “generar emoción en nuestro producto”?

### *El plato fuerte:*

- ¿Cómo hacemos una neuroinvestigación de mercado?
- ¿Cómo convertiremos a nuestros locales de venta un punto de impacto?
- ¿Cómo haremos para que el precio que fijamos deje de ser un freno para las compras?
- ¿Cómo podemos redefinir nuestros productos con herramientas del neuromarketing?

### *El postre:*

- Diferencias cerebrales de género. Implicancias en la estrategia de marketing.
- ¿Cómo decide un hombre? ¿Cómo decide una mujer? Estrategias efectivas de influencia.
- ¿Cómo venderle a una mujer? ¿Cómo venderle a un hombre? Neuroventas en la práctica.

## MÓDULOS ESPECIALES (ADICIONALES)

### 1. *Prácticas guiadas*

Puede acordarse con la entidad u organizadores un formato de prácticas guiadas por el Dr. Néstor Braidot destinadas a la customización personalizada de todas las herramientas de neuromarketing a las diferentes áreas de la organización.

### 2. *Gimnasio cerebral para comerciales*

- *La importancia del “gimnasio cerebral” en la formación del profesional de marketing.*
- *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 emocional y social. Automonitoreo de emociones.*

## Síntesis de antecedentes curriculares. Néstor Braidot

Conferenciante, catedrático, empresario, consultor y escritor, Néstor Braidot es pionero en la aplicación de los últimos avances de las neurociencias y la física cuántica al ámbito organizacional y al desarrollo de la inteligencia y el talento.

Durante más de veinte años, estudió e investigó el funcionamiento del cerebro humano, tanto desde la visión occidental como desde la visión derivada de sus viajes a Oriente.

Esta especialización está avalada, a su vez, por una sólida formación académica: es Máster en Psicobiología del Comportamiento y Neurociencia Cognitiva, 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.

Como resultado de sus investigaciones, como así también de la experiencia obtenida mediante las diferentes aplicaciones del conocimiento científico a las actividades relacionadas con la economía y la conducción de organizaciones, publicó cuatro obras que lo han convertido en pionero en un conjunto de disciplinas de avanzada: Neuromarketing, Ed. Gestión 2000 (2009), Neuromanagement, Ed. Granica (2008), Neuroventas, Ed. Puerto Norte-Sur (2007), Neuromarketing, neuroeconomía y negocios, Ed. Puerto Norte-Sur (2006). A principios de 2011 se encuentra escribiendo una nueva obra, focalizada en el neuroliderazgo del hombre y la mujer, y tiene en prensa su último libro sobre el cerebro y las nuevas técnicas para optimizar su funcionamiento.

Como escritor, su carrera comenzó en 1990 con la publicación de su primer libro, Marketing Total -que agotó siete ediciones en tres años-, al que siguió una saga de materiales vinculados a la empresa en sus diversas problemáticas: Los que Venden, Comunicación Relacional, Nuevo Marketing Total, Pymes Latinoamericanas y Crisis Marketing.

En el mundo académico actúa como profesor de la Universidad de Salamanca (España), Director del Centro de Investigaciones en Neurociencias y Prospectiva de la Universidad Nacional de La Plata (Argentina), Director del Brain Decision Braidot Centre y profesor invitado en varias universidades de Europa y América Latina. Recientemente, se incorporó como integrante del Comité Académico de la carrera de Doctorado en Ciencias de la Gestión de la Universidad Nacional de La Plata (Argentina).

Su impecable trayectoria en el ámbito académico le valió importantes distinciones, entre ellas, la de profesor visitante en varias 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, Université Catholique de Louvain, Louvain-La-Neuve (Bélgica), Università Bocconi (Italia) y Université de Geneve (Suiza), entre otras.