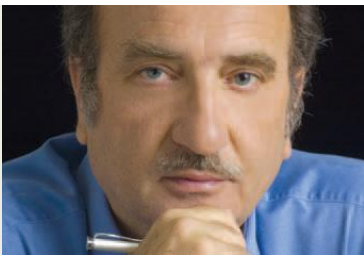


## Seminario -taller intensivo

*Programa internacional para el desarrollo de una nueva generación de habilidades para la venta*

# NEUROVENTAS

## Cómo vender desde su cerebro al cerebro de su cliente



[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 30.000 profesionales que han incorporado e implementado eficazmente su Método de Venta Neurorrelacional, plasmado en su exitosa obra **Venta Inteligente**.



Para vender en mercados hipercompetitivos como los actuales, la clave ya no está en analizar lo que dicen los clientes o en observar la forma en que se comportan, sino en indagar los mecanismos cerebrales que dan origen tanto a sus percepciones como a sus decisiones y comportamientos.

Sin duda, los avances en el conocimiento del cerebro abren un enorme campo de aplicaciones para las empresas que comprendan el enorme potencial de esta innovación y decidan aplicarla.

En este marco, la **neuroventa** proporciona los recursos necesarios para desarrollar y utilizar las capacidades cerebrales que permiten contar con una fuerza de ventas altamente eficaz.

Adicionalmente, este encuentro pone a disposición de los interesados un gimnasio cerebral especialmente diseñado para estimular y desarrollar las capacidades neurocognitivas y emocionales, tanto de los vendedores como de quienes los lideran.

### Beneficios para los participantes

- Aprender cómo se aplican las nuevas herramientas generadas por las neuroventas en las organizaciones de avanzada y cómo pueden implementarlas en aquella a la que pertenecen.
- Comprender cómo y por qué el método de venta Neurorrelacional suministra información privilegiada sobre del comportamiento de los clientes y permite elaborar técnicas altamente eficaces y personalizadas para cada uno de ellos.
- Incorporar en forma práctica y concreta un conjunto de habilidades aplicables tanto a la vida profesional como a la personal.

### Metodología:

- La exposición será complementada con técnicas visuales, auditivas y kinestésicas.
- Se expondrán casos y situaciones que ejemplifiquen la exposición.
- Se propiciará la interacción y debate y la práctica de los participantes sobre los diferentes temas que se plantean.

## Temario

### Módulo 1

- Nuevos paradigmas: las neurociencias al servicio de la eficiencia.
- Del marketing a neuromarketing y de ventas a neuroventas. ¿Cuál es el diferencial?
- Fundamentos prácticos que avalan un cambio de enfoque y cómo aplicarlos.

### Módulo 2

- Mercados tangibles e intangibles: el cerebro emocional en los procesos de toma de decisiones.
- Proceso decisorio: racionalidad y emotividad en el comportamiento del cliente.
- Diferencias de género: cómo compra un varón, cómo compra una mujer.

### Módulo 3

- Percepción: la construcción cerebral de la realidad y su incidencia en la definición de productos.
- Neuromarketing mix: nuevas configuraciones.
- El método de venta neurorrelacional. Enfoque y aplicaciones.

### Módulo 4: cerebro masculino, cerebro femenino

- Diferencias biológicas de género: implicancias en la gestión de ventas.
- El cerebro masculino y la sistematización.
- El cerebro femenino y la empatía.

### Módulo 5: 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.

## MÓDULOS ESPECIALES (ADICIONALES)

### **1. Prácticas guiadas**

Puede acordarse con la entidad u organizadores un formato de prácticas personalizadas guiadas por el Dr. Néstor Braidot destinadas a la customización de los productos de la organización y las particularidades de cada vendedor.

### **2. Gimnasio cerebral para comerciales**

- *La importancia del "gimnasio cerebral" en la formación del profesional de ventas.*
- *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.