

Ciclo especial diseñado para:

- Equipos Comerciales
- Equipos de Ventas
- Equipos de vendedores

## **Programa ejecutivo de formación e Implantación a medida de cada organización con herramientas y metodologías de: NEUROVENTAS**

### **EL Método de Venta Neurorrelacional®**



[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**.



- ¿Cuáles son las nuevas herramientas para formar una fuerza de ventas eficaz?
- ¿Cómo abordar mercados cada vez más “buscadores de precios” y reacios a comprar?
- ¿Cómo detectar las verdaderas necesidades que subyacen a los requerimientos de los clientes?
- ¿Cómo vender con mayor rentabilidad cuando los competidores sorprenden cotidianamente con promociones dirigidas a ganar clientes?
- ¿Cómo trabajar para que la calidad del servicio mejore cada vez más con relación a lo que el cliente percibe que se le brinda?

Creadores del Método de Venta Neurorrelacional® y socios de nuestros clientes en el desarrollo e implementación de estrategias que generen ventajas competitivas y oportunidades de negocios, hemos creado un servicio que se integra y complementa con dos partes que forman una misma unidad y están orientadas a alcanzar un mismo **objetivo**:

**Formar una fuerza de ventas altamente  
capacitada para vender con inteligencia y  
resultados.**

## Parte I. Formación de equipos de venta

### Seminario-taller teórico práctico intensivo sobre las nuevas herramientas derivadas de la aplicación de las neuroventas.

Dirigido a todas las áreas relacionadas con los aspectos clave de la estrategia de ventas y marketing directo.

#### Beneficios:

- *Los participantes incorporarán en forma práctica los conceptos de la neuroventa para implementarlos en la empresa de la que forman parte: El Método de Venta Neurorrelacional paso a paso.*
- *Se estudiarán las principales variables que componen una estrategia de ventas desde el enfoque del neuromarketing y en función del tipo de negocio en el que opera la empresa: necesidades de los clientes, comportamiento de compra, producto, servicios asociados y posicionamiento.*
- *Se incorporarán habilidades de comunicación y generación de empatía para una gestión eficaz de clientes.*

Vender no es simplemente una función que se desempeña dentro de una organización, es una manera de comunicarnos con el mercado para generar negocios con una perspectiva de largo plazo.

Esto exige una fuerza de ventas preparada no sólo para captar la atención de los clientes a través de un anclaje o beneficio diferencial concreto, sino también para conocer cómo intervienen los mecanismos del cerebro humano en cada momento de la interrelación vendedor-cliente.

#### Contenidos

##### Módulo 1

- De la venta tradicional a la venta neurorrelacional. Nuevos paradigmas.
- La necesidad de migrar desde las fórmulas y recetas aprendidas hacia la generación de capacidades cerebrales propias.
- Proceso decisorio: racionalidad y emotividad en la gestión de ventas.

##### Módulo 2

- Conociendo nuestro cerebro. Principales características anatómicas y funcionales.
- Qué son las funciones ejecutivas del cerebro y cómo pueden optimizarse.
- El cerebro racional versus el cerebro emocional en la toma de decisiones.

### Módulo 3:

- Cerebro masculino, cerebro femenino. Implicancias de las diferencias biológicas de género en la gestión de ventas.
- El cerebro masculino y la sistematización.
- El cerebro femenino y la empatía.

### Módulo 4

- De la comunicación a la neurocomunicación.
- Comunicación conciente y metaconciente.
- Diferentes vías comunicacionales. Importancia de la comunicación no verbal.

### Módulo 5

- Estados comunicantes, comunicación y neurorelaciones.
- Sistemas perceptuales: la construcción cerebral de la realidad.
- Sistemas de representación comunicacional.

### Módulo 6

- Las necesidades humanas: su importancia en la interpretación del comportamiento del cliente.
- Técnicas para descubrir cuáles son sus “verdaderos” requerimientos.
- Técnicas para “anclar” los productos a las necesidades de los clientes.

### Módulo 7

- El método de venta neurorelacional 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.

### Módulo 8

- Técnicas de avanzada para optimizar los procesos de atención, planificación, velocidad de procesamiento de la información, aprendizaje y memoria.
- Autorregulación emocional: prácticas para evaluar la capacidad de reconocer las emociones de los clientes e intuir sus acciones.
- Estimulación de la inteligencia intuitiva en la gestión del vendedor.

## Parte II

### Plan de intervención para implantación de neuroventas en la organización



*Involucra un trabajo de intervención con la participación directa y personal del Dr Néstor Braidot para la implementación de la metodología de “Venta Neurorrelacional” y neuroventas a través de un programa de consultoría y asesoramiento a medida en las áreas clave, según el diseño de cada organización: ventas, atención al cliente y telemarketing, entre otras.*

Este servicio comprende un conjunto de acciones para abordar la problemática habitual de ventas con metodologías de avanzada y, a su vez, contribuir al desarrollo de capacidades propias que permitan enfocar las acciones de ventas en el marco de los nuevos paradigmas surgidos a partir del desarrollo de las neurociencias y su aplicación en la gestión de organizaciones.

Asimismo, este programa involucra el desarrollo de **neuroventas en el plano interno de la organización**, esto es, la implementación de técnicas que mejoren las comunicaciones entre personas como así también la capacidad para vender los propios proyectos, mejorando la motivación y la cooperación entre los diferentes equipos de trabajo.

*Ofrecemos nuestros conocimientos y la experiencia de haber formado a más de 40.000 vendedores en diferentes países, plasmada en las exitosas obras “Venta Inteligente”, “Los que Venden” y “Comunicación Relacional”.*

### Módulos especiales adicionales (Opcionales)

#### Prácticas guiadas

Puede acordarse con la entidad u organizadores un formato de prácticas guiadas personalmente por el Dr. Néstor Braidot para el entrenamiento personalizado e individual de los directivos, responsables de vendedores y vendedores especializados.

## Gimnasio Cerebral

Esta prestación habitualmente se desarrolla en la sede de Brain Decisión Braidot Centre, aunque en condiciones especiales puede trasladarse a la empresa o a un lugar a definir con el cliente (al menos parcialmente).

- *La importancia del “gimnasio cerebral” en la formación de un vendedor.*
- *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.