

Ciclo especial diseñado para:

- Equipos gerenciales
- Áreas comerciales

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

## NEUROMARKETING



[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.



*¿Cuáles son las necesidades profundas que mueven la conducta de sus clientes?*

*¿Qué implican las diferencias biológicas entre el cerebro masculino y el femenino en la conducta de compra?*

*¿Cómo pueden indagarse las razones que existen detrás de los requerimientos de ambos sexos?*

*¿Cómo procesan los clientes la información sensorial que reciben?*

*¿Cuáles son los elementos dominantes en la toma de decisiones sobre precios, productos, comunicaciones y canales?*

*¿Cómo se miden sus respuestas emocionales?*

Pioneros a nivel mundial en la aplicación de las neurociencias a la gestión profesional y organizacional, 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:

***Suministrar conocimientos, herramientas y metodologías del neuromarketing e implementarlas a medida en cada organización***

## Parte I

### Formación ejecutiva

**Seminario-taller teórico práctico intensivo sobre las nuevas herramientas derivadas de la aplicación de neuromarketing.**

Dirigido a todas las áreas relacionadas con los aspectos clave de la estrategia comercial: departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas, promoción y canales de comercialización, entre otros.

Beneficios:

- Los participantes incorporarán en forma práctica los conceptos del neuromarketing para su posterior implementación en la empresa de la que forman parte. Esta actividad gira en torno al análisis de casos concretos.
- Se estudiarán las principales variables que componen una estrategia comercial desde el enfoque del neuromarketing: necesidades de los clientes, comportamiento de compra, targeting, inteligencia de negocios, branding y posicionamiento.
- Se incorporarán herramientas para definir las estrategias operativas de producto, precios, canales y comunicaciones desde el enfoque de neuromarketing.

## CONTENIDOS

### Módulo 1

- ◆ Nuevos paradigmas: por qué es necesario migrar desde el marketing hacia el neuromarketing.
- ◆ Neurociencias aplicadas: cómo se investigan los mecanismos cerebrales que determinan el posicionamiento de productos, servicios y marcas.
- ◆ Insight: cómo utilizar el potencial del cerebro para desarrollar una gestión efectiva y, al mismo tiempo, propiciar la innovación y la creatividad en el área comercial.



### Módulo 2

- ◆ Targeting: de la segmentación a la neurosegmentación: cómo detectar las diferencias que se reflejan en las personas y definir parámetros de segmentación en forma eficaz.
- ◆ Las diferencias de género: aplicaciones de los últimos descubrimientos sobre el funcionamiento del cerebro femenino y masculino en las estrategias de marketing.
- ◆ Una nueva dimensión de la competencia: productos, servicios y marcas como constructos mentales.

### Módulo 3

- ◆ Percepción: mecanismos cerebrales que determinan el posicionamiento de productos, servicios y marcas.
- ◆ Perfiles multineurosensoriales: cómo se construyen y aplican.
- ◆ Antropología sensorial: implicancias en las estrategias de neuromarketing.

### Módulo 4: Aplicaciones

- ◆ Neuromarketing Mix
  - Diseño de productos y servicios: técnicas multineurosensoriales.
  - Estrategias de precio: el aporte de la neuroeconomía al conocimiento y conquista del mercado.
  - Estrategias de comunicaciones, marca y posicionamiento en la era de las neuroaplicaciones.
  - Casos: los hallazgos de las organizaciones de avanzada.



## Parte II

### Plan de consultoría y asesoramiento para la implantación de herramientas de neuromarketing en la organización

**Consultoría e implantación de cambios y procesos en las áreas comerciales de la organización, así como en sus estamentos paralelos (agencias de publicidad, marketing e investigación de mercados, según el caso) con la participación directa y personal del Dr Néstor Braidot**

Este servicio comprende un conjunto de acciones para abordar la problemática habitual con metodologías de avanzada y, a su vez, contribuir al desarrollo de capacidades propias que permitan a las empresas enfocar sus estrategias en el marco de los nuevos paradigmas surgidos a partir de neuromarketing, entre ellos:

- Nuevas técnicas para la definición de productos y servicios.
- Rediseño de locales comerciales (neuromarketing sensorial).
- Colaboración con las agencias de publicidad para incorporar conceptos de neuromarketing en la definición de sus propuestas.
- Estrategias de precios.
- Estrategias de comunicaciones.
- Estrategias de canales.
- Estrategias de branding y posicionamiento.

*Ofrecemos nuestros conocimientos y la experiencia de más de 30 años asesorando, capacitando y ayudando al éxito de las empresas a través de un equipo de profesionales altamente especializado en las áreas de marketing, management, planeamiento y liderazgo.*

## 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 a medida e individual de directivos, ejecutivos de áreas comerciales e integrantes de equipos de marketing.

### Gimnasio cerebral para directivos y ejecutivos

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 sitio que ella elija (al menos parcialmente).

- La importancia del “gimnasio cerebral” en la formación de un ejecutivo comercial.
- 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.