

(VPP003) Neuroventas. La venta emocional



Área: Gestión comercial de ventas

Modalidad: Teleformación

Duración: 50 h

Precio: 375.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

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.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Mostrar a los participantes de la acción formativa las claves más relevantes de la Neuroventa que les pueda ayudar a potenciar las transacciones comerciales.
2. Proporcionar a los participantes conceptos, técnicas y estrategias para poner en práctica en la gestión comercial.
3. Adquirir un enfoque moderno de las ventas, basado en las más innovadoras teorías neurocientíficas.
4. Conocer cómo funciona el cerebro del consumidor.
5. Aprender como trabajar conscientemente el área lógica y argumental de nuestro cerebro, con el lado más emocional para obtener resultados impactantes en nuestros clientes.
6. Fomentar la conexión emocional con el cliente.
7. Descubrir y potenciar sus recursos y habilidades ante el cliente.
8. Mejorar la satisfacción personal y profesional.
9. Desarrollar el enfoque a la acción evitando la procrastinación.
10. Mostrar a los participantes de la acción formativa las tres claves para comenzar a crear un vínculo de confianza con sus clientes.
11. Proporcionar a los participantes herramientas para mejorar su preparación interna y mental para el encuentro con el cliente.

EMAIL: info@mferrerconsultores.com

TELEFONO: 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>

12. Conocer las claves del lenguaje no verbal y su significado inconsciente e impacto en el cliente.
13. Desarrollar una actitud empática con el cliente, que facilite el entendimiento de sus necesidades para su consiguiente satisfacción.
14. Aprender a utilizar las herramientas de comunicación necesarias para hacerle ver al cliente que lo entendemos.
15. Preparar a nuestro cliente a estar más receptivo para la información de nuestros productos o servicios.
16. Aprender el equilibrio entre el vínculo íntimo con el cliente y el profesional.
17. Aprender a comprender el proceso de comunicación completo, tomando conciencia de la importancia tanto del habla como de la escucha.
18. Analizar la importancia que tiene la escucha como herramienta para la comprensión de tu cliente y de sus necesidades.
19. Convertirse en un comercial empático, a través de la escucha.
20. Hacer que el participante descubra en sus procesos de comunicación donde están sus fortalezas.
21. Proporcionar a los participantes un método práctico para ser más asertivo con el cliente.
22. Descubrir el potente valor que tienen las preguntas, para recoger información y acercarte a las necesidades reales de los clientes.
23. Enseñar a gestionar los recursos: tiempo, espacio e incluso la propia vitalidad del participante.
24. 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.
25. 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.
26. Aprender a crear procedimientos de ventas que agilicen el trabajo comercial y consiga desarrollarlo de una forma más fluida, incluso más rentable.
27. Fomentar la vinculación con nuestro cliente mejorando la percepción que pueda tener de nosotros como profesional.
28. Desarrollar claridad de enfoque en la entrevista comercial, que genere una mayor rentabilidad de nuestro tiempo.
29. Aumentar nuestra capacidad para desarrollar con éxito la venta cruzada de nuevos servicios o productos.
30. Tomar conciencia de la importancia del proceso de cierre en las ventas.
31. Conocer los tipos de cierre y cuándo aplicarlos.
32. Detectar las señales verbales y no verbales que nos da nuestro cliente para provocar el cierre.
33. Descubrir los miedos que nos genera el cierre de la venta y cómo vencerlos.
34. Entender que la venta solo se concluye cuando cerramos con una acción favorable de compra por parte del cliente.
35. Aprender cuáles son las claves para fidelizar al cliente y cómo aplicarlas.
36. Fomentar nuevas interacciones por parte del cliente y ampliar su interés a otros productos o servicios.
37. Aumentar la realización de compras por parte de nuestro cliente en un futuro.
38. Descubrir los actuales programas de fidelización y sus resultados en las compras.
39. Conocer el enfoque de las neuroventas en el cierre y la fidelización de clientes.

CONTENIDOS

Bloque 1. Neuroventas y sus principios fundamentales.

1. ¿Qué son las Neuroventas?
2. El comercial y sus creencias limitantes. Cómo cambiar la lógica en las ventas.
3. El comercial y la gestión emocional. Cómo mejorar la experiencia de mi cliente.
4. El comercial y los auto-sabotajes.
5. El comercial, la zona de confort y el enfoque a la acción.

Bloque 2. Crear vínculos con mi cliente.

1. Preparándome para la entrevista con mi cliente.
2. El primer encuentro con mi cliente.
3. La empatía. Ayudando a mi cliente a conocer sus necesidades.

Bloque 3. Herramientas de comunicación en ventas.

EMAIL: info@mferrerconsultores.com

TELÉFONO: 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>



1. La escucha activa en la gestión comercial.
2. Acciones para desarrollar la escucha activa en la gestión comercial.
3. Ser asertivo llevando las negociaciones al éxito.
4. El poder de las preguntas en las ventas.

Bloque 4. Planificación y organización de la gestión.

1. La importancia de los objetivos personales. Aumentar el compromiso con uno mismo.
2. Los protocolos de ventas.
3. La gestión de los recursos del vendedor.

Bloque 5. El cierre de venta

1. Sin cierre no hay ventas.
2. El cierre y sus tipos. Vencer el miedo.
3. Fidelizar a tu cliente.

MATERIALES

Toda la documentación necesaria para la realización del curso se encuentra en la plataforma de teleformación pero se entregarán documentación de ayuda y complementaria al alumno si el formador así lo requiere.

METODOLOGIA

La actividad tutorial será bidireccional, es decir, tanto el alumno se puede poner en contacto con el tutor para solventar dudas o dificultades como el tutor con el alumno para establecer un contacto directo con él, comprobar su nivel de progreso en el estudio, su grado de motivación y su situación personal en relación con su participación en la acción formativa.

Las características de la metodología de este tipo de acciones formativas son:

Total libertad de horarios para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.

En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.

Hacer para aprender, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.

El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo test de autoevaluación.

Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

EMAIL: info@mferrerconsultores.com

TELÉFONO: 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>



REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.

No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.

Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.

Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.

32 Mbytes de RAM o superior.

CONTROLES APRENDIZAJE

Se llevará a cabo una **evaluación continua**, con el seguimiento a través de las tutorías que van haciendo los profesores, para comprobar si ha habido un aprovechamiento real del curso. Para ello, el alumnado deberá realizar todos los ejercicios que acompañan a los contenidos del curso (evaluaciones, autoevaluaciones, cuestionarios, ejercicios prácticos, etc.) para evaluar que van consiguiendo los contenidos adecuados.

De igual modo, se realizará una **evaluación final**, donde el alumno deberá de responder adecuadamente al examen de evaluación final que será corregido automáticamente una vez realizado.

Plazos de realización:

Evaluación continua: con objeto de garantizar el máximo aprovechamiento del curso, se recomienda al alumnado que entregue los ejercicios prácticos, autoevaluaciones, cuestionarios a lo largo del curso.

Evaluación final: se recomienda que se realice una vez finalizado todo el curso, es decir, el último día del mismo, para poder responder adecuadamente a las preguntas que se indiquen.

Evaluación continua: durante todos los días del curso.

Evaluación final: un día después de la finalización del curso.

EMAIL: info@mferrerconsultores.com

TELÉFONO: 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>