



COMPRENDE **CÓMO SE COMPORTA EL CLIENTE** PARA SABER CÓMO VENDER TUS PRODUCTOS Y SERVICIOS

CALENDARIO



17 y 19 de noviembre de 2020, de 9:30 a 13:30h

LUGAR



Tempo Consultoría Integral

Av. Diagonal, 442, 3º 2ª, 08037
Barcelona, Casa Comalat Tel
93.611.63.60

DIRIGIDO A:

IMPORTE



195€ + IVA

¡Bonifícate este curso! **Tempo** puede realizar las gestiones ante la Fundación Estatal.

Importe bonificable: 104€

DURACIÓN

8 horas

El **neuromarketing** es la aplicación de la neurociencia al marketing. Permite entender el comportamiento del cliente para ser capaces de predecir sus futuras decisiones de compra. Es actualmente el método más preciso para obtener información de los clientes y poder vender con más éxito.

- CEO's
- Directores de Marketing y Directores Comerciales
- Profesionales vinculados al Área del marketing, comunicación, publicidad, economía y otras ciencias empresariales
- Profesionales que estén asesorando en otros ámbitos y quieran complementar su formación
- Personas que quieran aprender y convertirse en expertos en el ámbito del Neuromarketing



OBJETIVOS

Conocer qué es el Neuromarketing

Entender los principios básicos sobre cómo funciona nuestro cerebro en el proceso de compra

- Aprender las fases del proceso de compra
- Conocer los diferentes estilos de comportamiento como comercial y los diferentes estilos de comportamientos de los clientes
- Aumentar el impacto y la influencia en los clientes
- Aprender a establecer relaciones emocionales con los clientes y clientes potenciales

CONTENIDOS

1. Neuromarketing

- 1.1. ¿Qué es el Neuromarketing?
- 1.2. Áreas del cerebro implicadas en el proceso de compra
- 1.3. Valores y misión. Identidad y conducta alineada con la marca
- 1.4. ¿Cómo aplico el neuromarketing en mi empresa?

2. Gestión emocional en el cierre de la venta

- 2.1. Creencias limitantes y potenciadoras
- 2.2. Liderando tus emociones, de la inconsciencia a la conciencia
- 2.3. Función de las emociones
- 2.4. Miedo y frustración
- 2.5. Técnicas para la gestión emocional. El poder de la palabra, la respiración y la visualización

3. El cerebro en el proceso de compra del cliente

- 3.1. Compra por instinto
- 3.2. Compra emocional
- 3.3. Compra racional

4. Detección de necesidad y comunicación

- 4.1. Análisis del perfil del vendedor. Perfiles DISC
- 4.2. Análisis del perfil del cliente. Perfiles DISC
- 4.3. Comunicación asertiva y de impacto
- 4.4. Rapport
- 4.5. Principios de Coaching

5. Proceso de cierre de la venta

- 5.1. Fase de expectativas
- 5.2. Fase de enamoramiento
- 5.3. Fase de compromiso
- 5.4. Técnicas de cierre de la venta
- 5.5. Cierre invitacional
- 5.6. Método de la preferencia
- 5.7. Método de la autorización
- 5.8. Cierre rebote
- 5.9. Método máxima calidad
- 5.10. Cierre de "me lo pensare"
- 5.11. Técnica de la venta perdida

6. Compromiso y plan de acción