

Cerebro racional
Neuromarketing
Neurociencias
Motivaciones de compra

Consumidor

Neuroventas

Cerebro emocional
Cerebro instintivo

Toma de decisiones
Empatía

TALLER DE NEUROCIENCIAS APLICADAS AL MARKETING Y A LAS VENTAS

Neurociencias aplicadas

A partir de los años '80 la irrupción de las técnicas de neuroimagen ha permitido a los neurocientíficos realizar grandes avances en el estudio funcional del cerebro.

Las neurociencias son ciencias puras, y como tales, su valor práctico se encuentra en su aplicación multidisciplinar.

El marketing y las ventas han estado, desde el primer momento, en el punto de mira de los investigadores.

Este taller ha sido cuidadosamente diseñado para analizar los descubrimientos que los neurocientíficos han ido realizando, en lo relacionado con el funcionamiento del cerebro del consumidor, sus procesos mentales de toma de decisiones y motivaciones de compra.

Facilitador



**Guillermo
Muzio**

Consultor en Creatividad, Innovación y Desarrollo de Modelos de Negocio

Estudió Administración de Empresas y es Experto Universitario en Marketing.

Ha desarrollado su carrera profesional en diversas áreas del ámbito empresarial, como dirección financiera, planificación estratégica, marketing y ventas.

Es experto en neurociencias aplicadas al comportamiento y autor de uno de los principales blogs de referencia en habla hispana de difusión neurocientífica:

<https://bluesmarthouse.wordpress.com/>

Objetivo:

Dotar a los asistentes de los conocimientos necesarios para aplicar, de forma práctica, las herramientas y técnicas que los descubrimientos en materia de neurociencias proporcionan al marketing y a las ventas.

Dirigido a:

Directivos, profesionales del marketing y las ventas, equipos comerciales, comerciantes y emprendedores

Programa:

- **Cómo funciona nuestro cerebro**
 - Teoría del cerebro triuno
 - El proceso cerebral de la toma de decisiones
 - Dispositivos básicos de la toma de decisiones
 - Atención
 - Motivación
 - Memoria
- **La neurociencias aplicadas al marketing y a las ventas (métodos y tecnología)**
 - Cómo funciona la mente del comprador y del vendedor
 - Por qué compra la gente
 - Venderle a él, venderle a ella
 - Escucha activa y empatía
 - Teoría de la mente y neuronas espejo
 - Segmentación de clientes
- **El proceso de la venta**
 - Cómo lograr que tu producto o servicio no sea un commodity
 - Cómo captar la atención de tu cliente
 - Emocional vs racional
 - Neurofusiones: Cómo crear impresiones positivas en el cerebro de tu cliente
 - Fidelización: Acuerdos y cierres gana-gana
- **Presentaciones Comerciales efectivas**
- **Motivación de Equipos Comerciales**

Duración: 20 horas