

Curso: Neuroventas, registrado ante STPS

Incluye:

- ✓ Manual de trabajo del participante
- ✓ Reconocimiento con valor curricular
- ✓ Constancia de habilidades laborales DC-3 (STPS) para los participantes que aprueben el curso

Duración: 16 horas Total incluyendo la hora de comida y descansos por didáctica

Instructor: Licenciado con más de 20 de años de experiencia en el perfeccionamiento de habilidades de Neuroventas, ventas y dejar que el cliente tome la decisión de compra.

Objetivos: Al finalizar el curso, el participante aplicará las neurociencias para dejar que el cliente tome la decisión de compra, mediante storytelling, roleplaying y reacciones propicias y emociones que facilitan el cierre de la Neuroventa.

Dirigido a:

- Ejecutivos de ventas
- Directores y gerentes de ventas, comercialización y marketing
- Emprendedores
- Áreas de servicio a clientes

Temario general.

1. Generalidades de las Neuroventas

- Despertar el pensamiento lateral al salirse del cubo, del cuadrado, de la caja
- ¿Qué son las neuroventas?
- ¿Qué son las neurociencias?
- ¿Cuáles son los nuevos paradigmas en ventas?
- Sonreír en las neuroventas
- Canales de comunicación
- El cerebro "triuno"
- Véndele al cerebro de tu cliente para que compre
- La decisión de compra es emocional

2. La estrategia con la Imaginación, Visualización y Simulación

- Imaginación
- Visualización
- Simulación

3. La técnica AIDA

- Captar la atención
- Generar el interés
- Despertar el deseo
- Mover a la acción

4. Capturar la Atención

- Pitch de elevador
- «Lanzamiento de cohete» Rocket pitch
- Feedback o retroalimentación

5. Generación del Interés

- Crear y retener el INTERES del cliente
- Descubrir las necesidades y asesorar en consecuencia
- Jerarquía de necesidades de Maslow
- ¿Cuál es la regla de oro en las ventas?
- Ayudar al Cliente a Comprar
- Los primeros cuestionamientos de una compra-venta

6. Despertar el Deseo

- Despertar el DESEO por Adquirir lo que se Está Ofreciendo
- Detección de necesidades
- Los beneficios del producto o servicio

7. Movimiento para la Acción

- En el cierre, el cliente tiene que tomar una decisión
- El manejo estructurado del Precio (escalabilidad)
- Manejo de objeciones
- Cierre de neuroventas

8. La verdadera venta está en el servicio posventa

- ¿Qué es la posventa?
- Importancia de la posventa
- ¿Cómo logro mantenerme en la mente de mi cliente?
- Errores típicos al realizar la posventa

Conclusiones

Metodología: 30% teoría - 70% ejercicios y casos prácticos

Nota: Todos los cursos se pueden ajustar según los requerimientos del cliente de tiempos