



# NEUROVENTAS. LA VENTA EMOCIONAL

GUÍA DIDÁCTICA

**50 HORAS**

# ÍNDICE

Objetivos .....	3
<input type="checkbox"/> Objetivos generales.....	3
<input type="checkbox"/> Objetivos específicos .....	4
Contenidos .....	7
Metodología didáctica .....	9
Evaluación .....	10

# Objetivos

---

## □ **Objetivos generales**

- 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**

- Mostrar a los participantes de la acción formativa las claves más relevantes de la Neuroventa que les pueda ayudar a potenciar las transacciones comerciales.
- Proporcionar a los participantes conceptos, técnicas y estrategias para poner en práctica en la gestión comercial.
- Adquirir un enfoque moderno de las ventas, basado en las más innovadoras teorías neurocientíficas.
- Conocer cómo funciona el cerebro del consumidor.
- Aprender como trabajar conscientemente el área lógica y argumental de nuestro cerebro, con el lado más emocional para obtener resultados impactantes en nuestros clientes.
- Fomentar la conexión emocional con el cliente.
- Descubrir y potenciar sus recursos y habilidades ante el cliente.
- Mejorar la satisfacción personal y profesional.
- Desarrollar el enfoque a la acción evitando la procrastinación.
- Mostrar a los participantes de la acción formativa las tres claves para comenzar a crear un vínculo de confianza con sus clientes.
- Proporcionar a los participantes herramientas para mejorar su preparación interna y mental para el encuentro con el cliente.
- Conocer las claves del lenguaje no verbal y su significado inconsciente e impacto en el cliente.
- Desarrollar una actitud empática con el cliente, que facilite el entendimiento de sus necesidades para su consiguiente satisfacción.
- Aprender a utilizar las herramientas de comunicación necesarias para hacerle ver al cliente que lo entendemos.
- Preparar a nuestro cliente a estar más receptivo para la información de nuestros productos o servicios.
- Aprender el equilibrio entre el vínculo íntimo con el cliente y el profesional.

- Aprender a comprender el proceso de comunicación completo, tomando conciencia de la importancia tanto del habla como de la escucha.
- Analizar la importancia que tiene la escucha como herramienta para la comprensión de tu cliente y de sus necesidades.
- Convertirse en un comercial empático, a través de la escucha.
- Hacer que el participante descubra en sus procesos de comunicación donde están sus fortalezas.
- Proporcionar a los participantes un método práctico para ser más asertivo con el cliente.
- Descubrir el potente valor que tienen las preguntas, para recoger información y acercarte a las necesidades reales de los clientes.
- Enseñar a gestionar los recursos: tiempo, espacio e incluso la propia vitalidad del participante.
- 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.
- 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.
- Aprender a crear procedimientos de ventas que agilicen el trabajo comercial y consiga desarrollarlo de una forma más fluida, incluso más rentable.
- Fomentar la vinculación con nuestro cliente mejorando la percepción que pueda tener de nosotros como profesional.
- Desarrollar claridad de enfoque en la entrevista comercial, que genere una mayor rentabilidad de nuestro tiempo.
- Aumentar nuestra capacidad para desarrollar con éxito la venta cruzada de nuevos servicios o productos.
- Tomar conciencia de la importancia del proceso de cierre en las ventas.
- Conocer los tipos de cierre y cuándo aplicarlos.
- Detectar las señales verbales y no verbales que nos da nuestro cliente para provocar el cierre.

- Descubrir los miedos que nos genera el cierre de la venta y cómo vencerlos.
- Entender que la venta solo se concluye cuando cerramos con una acción favorable de compra por parte del cliente.
- Aprender cuáles son las claves para fidelizar al cliente y cómo aplicarlas.
- Fomentar nuevas interacciones por parte del cliente y ampliar su interés a otros productos o servicios.
- Aumentar la realización de compras por parte de nuestro cliente en un futuro.
- Descubrir los actuales programas de fidelización y sus resultados en las compras.
- Conocer el enfoque de las neuroventas en el cierre y la fidelización de clientes.

## Contenidos

<b>NEUROVENTAS. LA VENTA EMOCIONAL</b>	
<b>Neuroventas y sus principios fundamentales</b>	<b>Tiempo estimado de dedicación</b>
¿Qué son las Neuroventas?	<b>19 minutos</b>
El comercial y sus creencias limitantes. Cómo cambiar la lógica en las ventas.	<b>18 minutos</b>
El comercial y la gestión emocional. Cómo mejorar la experiencia de mi cliente.	<b>16 minutos</b>
El comercial y los auto-sabotajes.	<b>23 minutos</b>
El comercial, la zona de confort y el enfoque a la acción.	<b>14 minutos</b>
<b>Cuaderno de actividades</b>	<b>8,30 horas</b>
<b>Tiempo total</b>	<b>10 horas</b>
<b>Crear vínculos con mi cliente</b>	<b>Tiempo estimado de dedicación</b>
Preparándome para la entrevista con mi cliente.	<b>20 minutos</b>
El primer encuentro con mi cliente.	<b>20 minutos</b>
La empatía. Ayudando a mi cliente a conocer sus necesidades.	<b>20 minutos</b>
<b>Cuaderno de actividades</b>	<b>9 horas</b>
<b>Tiempo total</b>	<b>10 horas</b>
<b>Herramientas de comunicación en ventas</b>	<b>Tiempo estimado de dedicación</b>
La escucha activa en la gestión comercial.	<b>15 minutos</b>

Acciones para desarrollar la escucha activa en la gestión comercial.	<b>16 minutos</b>
Ser asertivo llevando las negociaciones al éxito.	<b>17 minutos</b>
El poder de las preguntas en las ventas.	<b>18 minutos</b>
<b>Cuaderno de actividades</b>	<b>9 horas</b>
<b>Tiempo total</b>	<b>10 horas</b>
<b>Planificación y organización de la gestión</b>	<b>Tiempo estimado de dedicación</b>
La importancia de los objetivos personales. Aumentar el compromiso con uno mismo.	<b>25 minutos</b>
Los protocolos de ventas.	<b>15 minutos</b>
La gestión de los recursos del vendedor.	<b>20 minutos</b>
<b>Cuaderno de actividades</b>	<b>9 horas</b>
<b>Tiempo total</b>	<b>10 horas</b>
<b>El cierre de venta</b>	<b>Tiempo estimado de dedicación</b>
Sin cierre no hay ventas.	<b>24 minutos</b>
El cierre y sus tipos. Vencer el miedo.	<b>18 minutos</b>
Fidelizar a tu cliente.	<b>18 minutos</b>
<b>Cuaderno de actividades</b>	<b>9 horas</b>
<b>Tiempo total</b>	<b>10 horas</b>
<b>Tiempo total del programa completo</b>	<b>50 horas</b>

## Metodología didáctica

---

Esta acción formativa basada en videopíldoras, es un tipo de enseñanza que responde a necesidades de aprendizaje concretas durante un período corto de tiempo. Enfocada en el saber hacer.

Se transmite un contenido clave de forma rápida y eficaz, que favorece la motivación del alumnado.

Cada una de las videopíldoras trabaja un aprendizaje exclusivo, de forma que no dependa una de la otra, sino que trabajen conceptos independientes.

Cada videopíldora precisa ser visualizada al menos 3 veces para un aprendizaje óptimo.

Finalmente, se llevará a cabo la evaluación del alumnado mediante una/varias actividades de evaluación. Esta actividad de evaluación cumple con las siguientes características:

- **Contextualizada.** Parten de un contexto profesional, común y concreto, que sitúe al alumnado en una problemática fácilmente extrapolable al entorno laboral.
- **Práctica.** El objetivo de la actividad va más allá de la reproducción fiel del contenido. A partir de un enunciado debidamente contextualizado el alumnado debe ser capaz de responder al mismo poniendo en práctica los contenidos visualizados, teniendo que reflexionar y elaborar la respuesta, evidenciando así la correcta asimilación de contenidos de las videopíldoras.

Este programa completo está conformado por 5 cursos basados en videopíldoras. Cada curso cuenta con un *Cuaderno de actividades*, basado en una metodología que se centra en la observación, el descubrimiento y la reflexión.

## Evaluación

---

La evaluación del alumnado se realizará en base a:

***Requisitos mínimos para la superación del curso:***

- Trabajar al menos el 75% de los contenidos de la acción formativa durante el periodo lectivo, aunque para un correcto aprendizaje de los contenidos, es recomendable visualizar el 100% de los mismos.
- Realizar las actividades propuestas.