

Ficha del producto

Formación Influir en el subconsciente del cliente 1

Público objetivo	Esta formación está dirigida a vendedores de todos los niveles, que quieran aumentar su capacidad para influir en las decisiones de sus clientes (aunque también puede ser muy interesante para aquellas personas que tengan que hacer la venta interna de sus proyectos o ideas), y aumentar sus probabilidades de conseguir un sí.
Resumen del contenido	<p>La formación se basa en datos reales. En los estudios de la psicología del comportamiento llevados a cabo por el doctor en psicología Robert Cialdini, el psicólogo y premio Nobel de economía Daniel Kahneman, y el doctor en psicología del comportamiento, y profesor del MIT, Dan Ariely.</p> <p>Se explica cuáles son los dos sistemas que nuestro cerebro utiliza para tomar decisiones, y cómo podemos influir en los mecanismos subconscientes que los clientes utilizan para decidir si algo les gusta o no (o si lo necesitan o no), de tal forma que su intuición les lleve a pensar que sí. Se explora con detalle cómo funciona y cómo utilizar el mecanismo de la activación mental, para condicionar la percepción que los clientes van a tener de nuestras propuestas, el papel que juegan las emociones en la toma de decisiones, y cómo crear una corriente positiva entre vendedor y cliente desde un buen inicio.</p> <p>Se resalta la importancia de hacerlo de forma ética, y no manipuladora. Y se explica claramente cuál es la diferencia.</p>
Duración de la formación y metodologías	<ul style="list-style-type: none">○ Una jornada entera (09.30 a 17.30).○ Incluye 5 ejercicios grupales, 2 de individuales y 1 Role Play, <p>La formación forma parte del programa de ventas “Influir en el subconsciente del cliente”, que dura 3 días y cubre todos los mecanismos y principios que podemos utilizar para influir en las decisiones de los clientes, aunque puede usarse de forma individual, sin tener que hacer los otros 2 días.</p>
Material incluido en la formación	<ul style="list-style-type: none">○ Guía del formador○ <i>PowerPoint</i> de soporte○ 1 <i>One pager</i> para los managers con el resumen de lo que pueden esperar ver en sus equipos una vez acabada la formación (y puedan hacer el seguimiento)○ 4 fichas <i>memocard</i> para los participantes, con el resumen de los aspectos principales○ 1 ficha de plan de acción individual para los participantes○ 2 fichas con los ejercicios a hacer durante la jornada