

Ficha del producto

Formación *Influir en el subconsciente del cliente 2*

| | |
|--|---|
| Público objetivo | Esta formación va 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 la probabilidad de conseguir un sí. |
| Resumen del contenido | <p>Esta formación es la continuación del día 1 con el mismo nombre (aunque se puede hacer sola). También se puede dividir en apartados, y hacer un taller de 2-3 horas separado de cada uno de los 3 principios de la influencia que se trabajan.</p> <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>En esta sesión se explican y trabajan los principios y mecanismos de “La consistencia”, “La facilidad cognitiva” y “El contraste”. Se enseña a los participantes a cómo identificarlos en cada situación de ventas, y cómo usarlos para persuadir a los clientes y aumentar las probabilidades de que digan que sí.</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 4 ejercicios grupales y 7 de individuales. <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)○ 3 fichas <i>memocard</i> para los participantes, con el resumen de los aspectos principales○ 1 ficha de plan de acción individual para los participantes○ 6 fichas con los ejercicios a hacer durante la jornada |