



# Curso Online de Neurocomunicación para Vendedores: integrando Neurociencia y Comunicación

*Técnicas para mejorar el proceso de ventas conectando con la mente del cliente.*

**ARGENTINA**  
(54) 1159839543

**BOLÍVIA**  
(591) 22427186

**COLOMBIA**  
(57) 15085369

**CHILE**  
(56) 225708571

**COSTA RICA**  
(34) 932721366

**EL SALVADOR**  
(503) 21366505

**MÉXICO**  
(52) 5546319899

  
**Iniciativas Empresariales**  
*| estrategias de formación*

  
**MANAGER  
BUSINESS  
SCHOOL**

[atcliente@iniciativasempresariales.edu.es](mailto:atcliente@iniciativasempresariales.edu.es)  
[america.iniciativasempresariales.com](http://america.iniciativasempresariales.com)  
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp  
(34) 601615098

**PERÚ**  
(51) 17007907

**PANAMÁ**  
(507) 8338513

**PUERTO RICO**  
(1) 7879457491

**REP. DOMINICANA**  
(1) 8299566921

**URUGUAY**  
(34) 932721366

**VENEZUELA**  
(34) 932721366

**ESPAÑA**  
(34) 932721366

# Neurocomunicación para Vendedores: integrando Neurociencia y Comunicación

## Presentación

El proceso de ventas en cualquier empresa es ante todo un proceso de comunicación. La comunicación es la pieza fundamental de la relación cliente-vendedor, por lo que su buena gestión garantiza un amplio margen de probabilidades para que el proceso de compra se realice y se extienda en el tiempo.

Sin embargo, en la actualidad, la comunicación en el ámbito comercial ha dejado de ser una ventaja basada en rasgos particulares de personalidad del vendedor para convertirse en una ciencia que guía los procesos de toma de decisiones partiendo de la naturaleza cerebral de los compradores. Así, la comunicación tradicional en ventas se está transformando en *neurocomunicación* con enfoque relacional.

En este nuevo escenario, este curso le permite acceder a conocimientos y técnicas emergidas de la investigación en neurociencias que le serán muy útiles para reconfigurar el proceso de comunicación con sus clientes y prospectos en vista de alcanzar un impacto mayor y preciso en los centros neurológicos de toma de decisiones. Con esto, el proceso de ventas se hace más efectivo porque el mensaje se dirige a las estructuras sensibles que predisponen a las personas a comprar.

## La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación. Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

- 1** La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.
- 2** *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- 3** *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.
- 4** *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

# Neurocomunicación para Vendedores: integrando Neurociencia y Comunicación

## Objetivos del curso:

---

- Conocer qué elementos del entorno sociocultural y ambiental modelan nuestra conducta.
- Identificar los procesos de neuroplasticidad cerebral y cuál es su importancia en los estados comunicantes del vendedor.
- Conocer los tres cerebros implicados en el procesamiento de la información, la formación de las percepciones y la toma de decisiones del cliente.
- Saber aplicar el método sorpresa-emoción-promesa en un discurso de neuroventas.
- Describir los pasos necesarios a realizar para conectar con las emociones de nuestros clientes.
- Proporcionar técnicas simples y efectivas para crear marcadores somáticos positivos en la mente de los clientes.
- Conocer qué tipos de comunicación hay y cuál es su nivel de impacto en los procesos cerebrales del cliente.
- Saber vender las características, ventajas y beneficios de un producto en un mensaje dirigido al cerebro instintivo y emocional del cliente.
- Qué es el método CRECODA. Cuáles son sus principales componentes.

“ La Neurocomunicación es una disciplina emergente que aporta conocimientos para crear relaciones más profundas entre las personas. Es de gran utilidad en la gestión comercial de las empresas ya que el proceso de ventas ha dejado de ser una relación instrumental para convertirse en una relación humana”

## Dirigido a:

---

Directores Comerciales y de Ventas, Delegados de Zona, Jefes de Marketing y, en general, a todos aquellos responsables de las áreas comerciales de la empresa que quieran conocer las características y ventajas de la *neurocomunicación* como herramienta científica para mejorar las ventas y la eficacia comercial.

# Neurocomunicación para Vendedores: integrando Neurociencia y Comunicación

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

### Manual de Estudio

5 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

### Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

**Bibliografía y enlaces** de lectura recomendados para completar la formación.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

# Neurocomunicación para Vendedores: integrando Neurociencia y Comunicación

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. Explorando nuestro cerebro y su poder de comunicación

8 horas

- 1.1. Explorando nuestro cerebro:**
  - 1.1.1. Tu cerebro es una maravilla y no lo sabes.
  - 1.1.2. Así evolucionaron las neurociencias.
  - 1.1.3. Las Neurociencias irrumpen en el marketing.
- 1.2. Qué es la neurocomunicación:**
  - 1.2.1. Así surge la neurocomunicación.
  - 1.2.2. El poder de la empatía.
  - 1.2.3. Conectando con el cerebro del cliente.
  - 1.2.4. Neurobiología de la comunicación.
  - 1.2.5. Localización cerebral del lenguaje.
  - 1.2.6. Así nos comunicamos.
- 1.3. Hemisferios cerebrales:**
  - 1.3.1. Los 4 lóbulos cerebrales.
- 1.4. Sistema de recompensa cerebral.**
- 1.5. Sistema de aversión a la pérdida.**
- 1.6. Redes neuronales:**
  - 1.6.1. Las conexiones neuronales.
  - 1.6.2. La memoria priming.
- 1.7. Marcadores somáticos.**
- 1.8. Neuronas espejo.**
- 1.9. Neurotransmisores:**
  - 1.9.1. La dopamina.
  - 1.9.2. La serotonina, entre el relax y la depresión.
  - 1.9.3. La hormona del amor: la oxitocina.
  - 1.9.4. La adrenalina garantiza la supervivencia.
  - 1.9.5. La noradrenalina.
  - 1.9.6. La acetilcolina.
  - 1.9.7. Las endorfinas, los médicos naturales del dolor.
- 1.10. Teoría de los 3 cerebros:**
  - 1.10.1. Cerebro reptiliano.
  - 1.10.2. Cerebro emocional.
  - 1.10.3. Cerebro racional.

# Neurocomunicación para Vendedores: integrando Neurociencia y Comunicación

## MÓDULO 2. Hablando con el cerebro del cliente

5 horas

El ser humano es un “ser emocional” y apelar a sus emociones en cualquier acción comercial es lo más inteligente y directo que se puede hacer si se quiere vender. Todo buen vendedor debe entender que las emociones, tanto las suyas como las de sus clientes, son parte esencial de la comunicación interpersonal y de la construcción de una relación profunda que rebase el simple interés comercial.

- 2.1. Los decisores.
- 2.2. Puros instintos.
- 2.3. Emociones y razonamiento.
- 2.4. Las decisiones subconscientes.
- 2.5. Siguiendo la estela del método SEP.
- 2.6. Más emociones, más ventas.
- 2.7. Canales de comunicación con el subconsciente del cliente.

## MÓDULO 3. Estrategias de neurocomunicación aplicadas a la eficiencia comercial

5 horas

Las Neurociencias han determinado que el artífice de las decisiones humanas es el cerebro reptil. Estimular a esta parte del cerebro es la clave para llevar a una persona a tomar una decisión en la dirección que deseamos.

- 3.1. Apuntando al cerebro reptil del cliente.
- 3.2. Cuatro técnicas para seducir al gran reptil.
- 3.3. Claves de neuropersuasión: cómo vender emociones

# Neurocomunicación para Vendedores: integrando Neurociencia y Comunicación

## MÓDULO 4. El discurso que llega al cerebro del cliente

5 horas

El mensaje que llega con más fuerza al cerebro del cliente es aquel que lleva tres cargas poderosas: la sorpresa, la emoción y la promesa. Cada una de ellas prepara el terreno para la siguiente, pero también tienen un impacto diferenciado en la mente del cliente y por ello la respuesta es también distinta.

- 4.1. Consiga un impacto directo al cerebro del cliente.
- 4.2. Comunicación analógica y digital:
  - 4.2.1. Comunicación analógica.
  - 4.2.2. Comunicación digital.
  - 4.2.3. Puntuación.
- 4.3. Los metalenguajes.
- 4.4. Herramientas de acoplamiento subconsciente entre vendedor y cliente.

## MÓDULO 5. El método CRECODA

7 horas

El método CRECODA es un proceso de relación entre el vendedor y el cliente basado en los fundamentos de la neurocomunicación. Cada una de las etapas de este método implica un avance en la dinámica relacional persona a persona con el único objetivo de crear las condiciones de una compra satisfactoria.

No se trata de vender, se trata de activar los procesos cerebrales del cliente para que lo predispongan a comprar un producto y/o servicio determinado.

- 5.1. En qué consiste el método CRECODA.
- 5.2. Conexión emocional con el cliente.
- 5.3. Relación personal entre el vendedor y el cliente.
- 5.4. Control de la conversación.
- 5.5. Dirección del proceso de neuroventa.
- 5.6. Anclaje en la memoria emocional del cliente.

# Neurocomunicación para Vendedores: integrando Neurociencia y Comunicación

## Autor



### Dany Ronald Jiménez

Licenciado en Sociología. Master en Dirección Comercial y Marketing por la Escuela de Negocios EFEM. Master Coach en PNL, especialista en Neuroliderazgo y Neuromanagement, cuenta con amplia experiencia como consultor en Comunicación y Marketing Digital y escritor especializado en neurociencia empresarial.

## Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

