

# NEUROVENTAS

Los conocimientos más recientes sobre el funcionamiento del cerebro y la gestión de las emociones aplicados a la venta



## Víctor Barajas



### Socio Director de InterManagement-Auladeventas

Diplomado ADE por la Escuela de Administración de Empresas de Barcelona, EAE

Master en Marketing por ESADE

Diplomado en gestión de RRHH por la UPC

Master en comunicación PNL, Instituto Gestalt de Barcelona

Especialista en Ventas, desarrollo y formación de equipos de vendedores y sistemas de comercialización.

Miembro del club de marketing de ESADE, comisión de ventas

Autor del Libro "El hombre que recupero el orgullo de vender". Ed. Empresa Activa

Director del Master en ventas y postgrado en productmanager en la OBS,EAE-UB

Con mas de 25 años de experiencia en temas de ventas

## Sergio Cardona



### Socio Director de InterManagement Zona Centro

Licenciado en CCPP y Sociología, especialidad de Psicología Social por la Universidad Complutense de Madrid. Master en Gestión Comercial por ESIC.

Con una experiencia de más de veinte años en temas de Recursos Humanos.

Especialista en Selección de Personal y Formación.

Autor de "Neuromanagement". Ed. Almuzara, 2008 y "Entrevistas de Selección de Personal". Editorial Díaz de Santos.

Profesor de Funciones Directivas en la escuela internacional ESCP-EAP.

**Neuroventas** es una intervención dirigida a facilitar el cambio de rol y de actitudes para conseguir que las nuevas estrategias comerciales sean asumidas de forma excelente por toda la fuerza de ventas.

Se realiza en tres fases:

- Una primera en la que se establece con la organización los comportamientos que necesitan más desarrollo y se aplican los instrumentos de diagnóstico adecuados.
- Una segunda, en la que se hacen las intervenciones grupales en forma de talleres. Uno básico, el de *neuroventas*, y otros de entrenamiento práctico que llamamos *talleres de oficio* y que se diseñan según el diagnóstico previo hecho con la empresa.
- Por último se programa en cada caso un plan de seguimiento con coaching individualizado para jefes de equipo y seguimientos grupales.

# Neuroventas:

## “Un modelo de interpretación”

Victor Barajas y Sergio Cardona



# NEUROVENTAS

Un **modelo de interpretación** de la función **ventas**, basado en los últimos avances de la **neurociencia** a través del Neuromanagement y de la **psicología humanística** a través de la gestión de las emociones, que tiene como centro a la **persona**.



# ¿Que es vender?

Vender es un **proceso** de **comunicación** cuya **intención** es mejorar la **realidad** de nuestros **clientes**

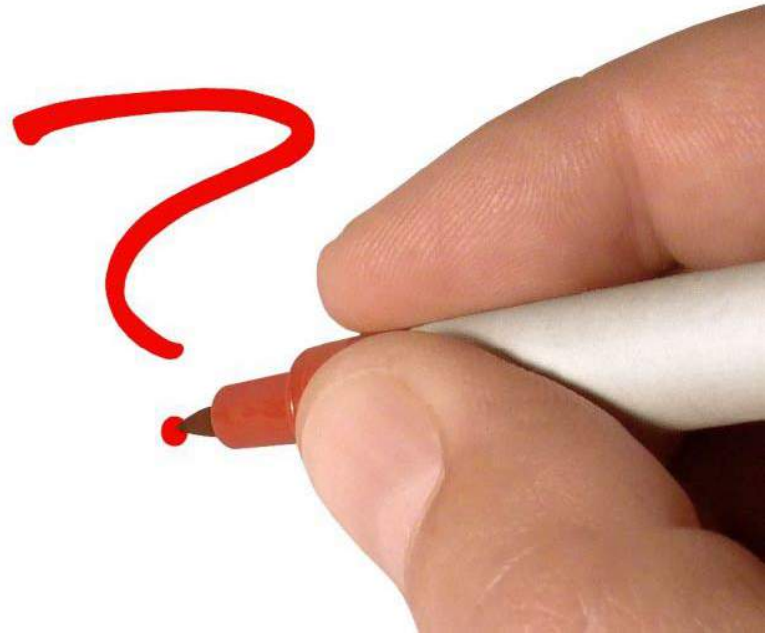


**VENDER ES...**

**MEJORAR LA REALIDAD**



- Proceso
- **Comunicación**
- Intención
- Realidad



# Comunicación

En los procesos de **comunicación personal**, la información **no-verbal** tiene un peso de mas del 70% sobre la verbal

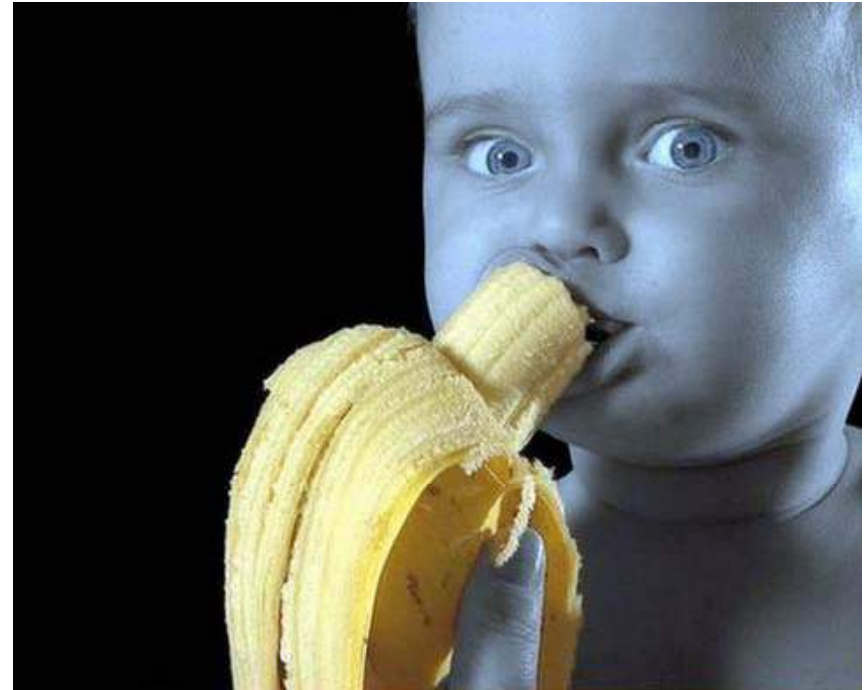
La información **no-verbal** nos sitúa en el campo de las **EMOCIONES y PERCEPCIONES**





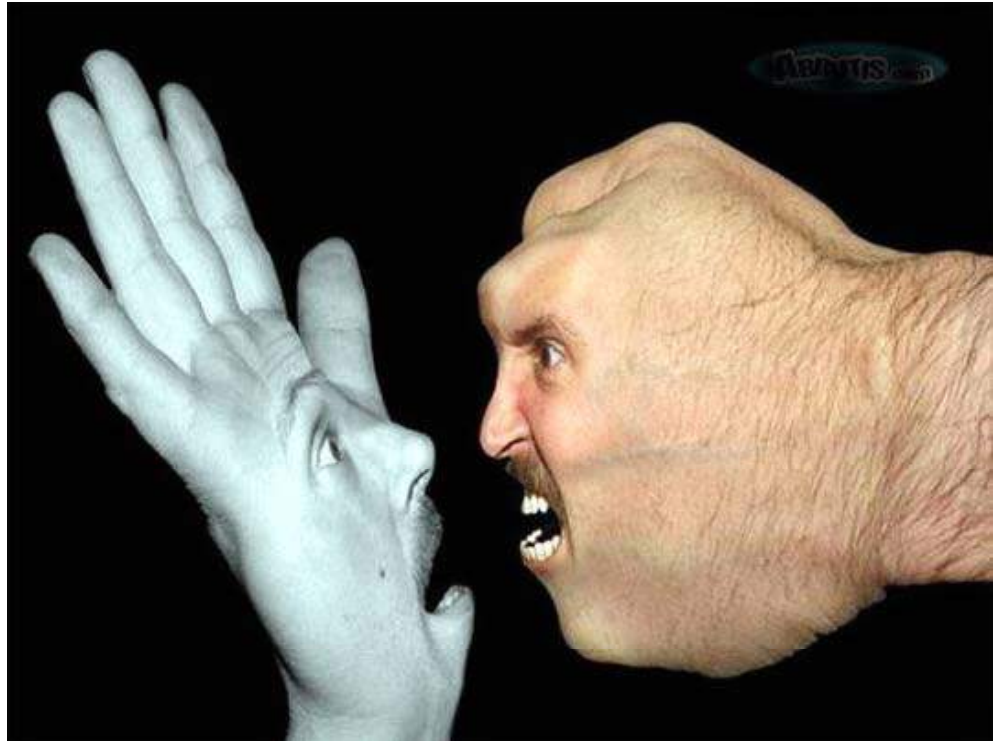
# Las Emociones

Son **estados afectivos** que experimentamos, de forma **subjetiva**, acompañados de cambios fisiológicos de **origen innato** e influidos por la **experiencia**.



# Las Emociones básicas

- Miedo
- Sorpresa
- Aversión
- Ira
- Alegría
- Tristeza





# ¿A quien compramos?

- Confianza
- Elimina el miedo, el temor a equivocarse
- Seguridad de elección





# Camino de la confianza

## CONOCER PARA CONFIAR

- A mi cliente
- A mi producto
- A mi mercado
- A mí







# ¿VALORES?

- HONESTIDAD
- TRABAJO
- CONFIANZA
- INICIATIVA



CREENCIAS	VALORES	CONDUCTAS OBSERVABLES Y VALORABLES/AUDITABLES
<b>Superarme a mi mismo</b> me da mucha energía y fuerzas para vender y/o seguir vendiendo	CONFIANZA	<b>Reconocer</b> cuales son los puntos de mejora que tengo y ponerme un plan de acción para superarme.
Con buena cara o con una <b>actitud positiva</b> las cosas salen mejor	CONFIANZA	Ver la parte <b>positiva</b> de las cosas y transmitirla a los clientes y compañeros.
<b>La gente comprometida</b> genera confianza	CONFIANZA	Tener <b>sentimiento de pertenencia</b> a la empresa. Mirar por su desarrollo, nombre e imagen. Hacer propios los valores, ideas y objetivos de la empresa y procurar que se cumplan.
<b>Ver el cambio como una oportunidad</b> te da mucha fuerza	CONFIANZA	Ser <b>agentes del cambio</b> y no frenos del mismo. Ver el cambio como una oportunidad. Proponer cambios. Implicarse en su implementación y mantenerlo en el tiempo hasta que den sus frutos
Nos mueve <b>conseguir nuestros resultados</b>	CONFIANZA	Utilizar todos los recursos disponibles para <b>mejorar el desempeño</b> y alcanzar objetivos , incluso por encima de lo establecido

# ¿Cómo entrenamos las emociones?

- El cerebro no distingue entre la experiencia vivida y la pensada/imaginada
- La repetición refuerza la conexión
- Por eso en la infancia se aprende tan deprisa
- hay que desaprender
- Desaprender crea resistencias

# ¿Cómo entrenamos las emociones?

- Dejando de pensar
- Empezando a sentir
- Tomando conciencia de las emociones
- Visualizando situaciones
- Diferenciándome de lo que hago

# Reflexiones finales



# LA VENTA Emocional PLANIFICA PARA LA PERSONA

1. ¿Estás formulando los objetivos en positivo?
2. ¿Qué evidencias os guiarán para lograr los objetivos?
3. ¿Qué barreras se ponen los vendedores para conseguirlos?
4. ¿Qué recursos personales les faltan para lograrlos?
5. ¿Qué aprendizajes vais a obtener tanto si los lográis como si no los conseguís?
6. ¿De qué manera conseguir los objetivos mejorará vuestra vida y la de vuestros clientes?

Estudio realizado en 2007 por



## Formación

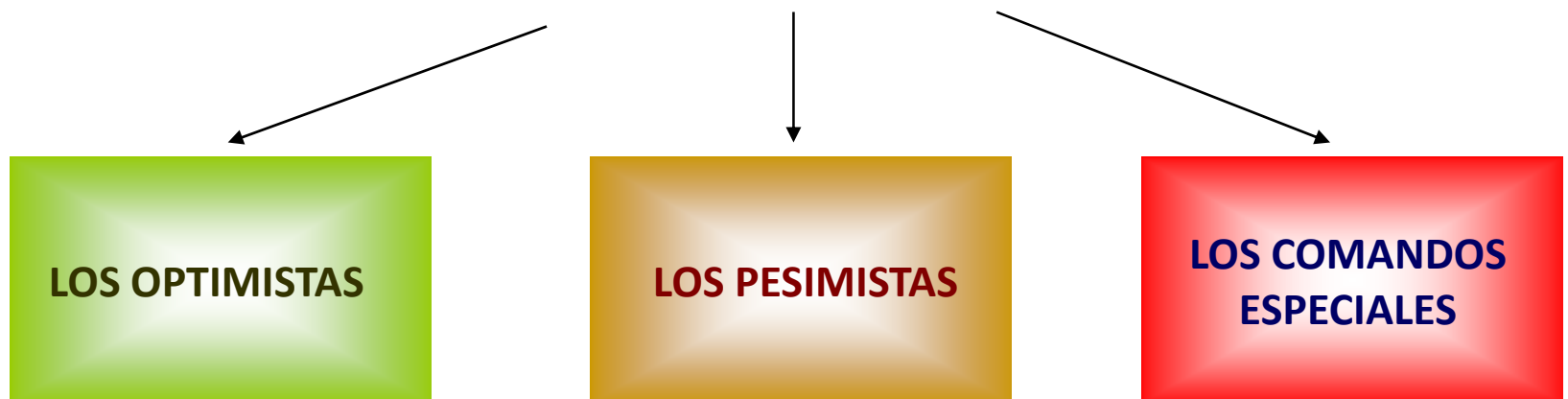
- 1.El 91% da formación inicial
- 2.El 70% de producto
- 3.El 66% en técnicas de ventas
- 4.El 30% otro tipo de formación
- 5.Solo el 28% da todo lo anterior

# Metropolitan Life. Vendedores de Seguros

## 15.000 Aspirantes

2 Pruebas: Aptitud Comercial y Test de Personalidad

1.200 Contratados: 3 Grupos



# Metropolitan Life. Vendedores de Seguros

## LOS OPTIMISTAS

500 CANDIDATOS.

Prueba de Aptitud: **TODOS APRUEBAN**

Test de Personalidad: **MODERADAMENTE OPTIMISTAS**

## LOS PESIMISTAS

500 CANDIDATOS.

Prueba de Aptitud: **TODOS APRUEBAN**

Test de Personalidad: **MODERADAMENTE PESIMISTAS**

## LOS COMANDOS ESPECIALES

200 CANDIDATOS.

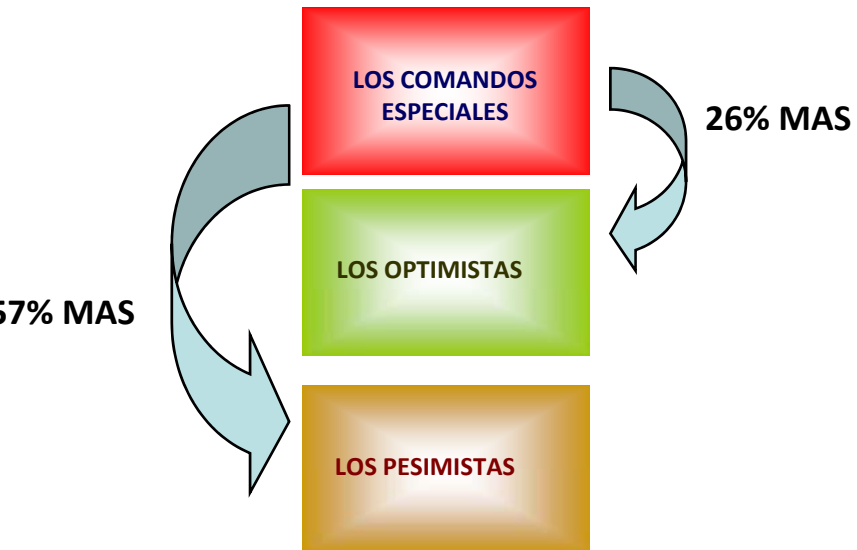
Prueba de Aptitud: **TODOS SUSPENDEN**

Test de Personalidad: **EXTREMADAMENTE OPTIMISTAS**



# Metropolitan Life. 2 años después...

## VENTAS



## PORQUE?

1. Alta persistencia
2. Mayor resistencia a rendirse ante rechazos

EL OPTIMISTROMETRO... ¡¡funciona!!

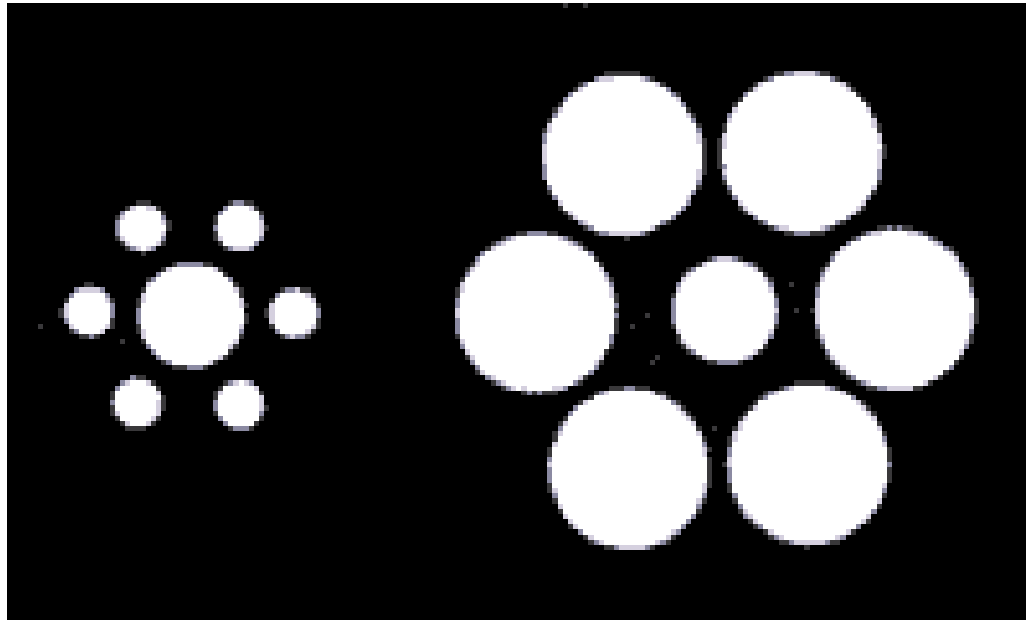
# “Un paseo aleatorio por el cerebro”



# Diez euros... más o menos

- Usted quiere comprar un móvil de 70 euros. Cuando está en la tienda un amigo le llama y le dice que acaba de ver el mismo móvil por 60 euros en una tienda a cinco minutos andando desde donde está usted. ¿Cambiaría de tienda? Sí\_\_\_ No\_\_\_
- Quiere comprar un gran televisor de plasma de 1.500 euros. Cuando está en la tienda su amigo vuelve a llamarle y le dice que a cinco minutos de donde se encuentra usted ha encontrado el mismo televisor por 1.490 euros. ¿Cambiaría de tienda? Sí\_\_\_ No\_\_\_
- ¿Qué está sucediendo si cambió la respuesta a pesar de que el ahorro objetivamente es el mismo?

10 euros... más o menos



# Cerebro y dinero

- Sólo el doble compensa una pérdida
- Cuando perdemos dinero activamos las mismas áreas cerebrales que al darnos un golpe y tener dolor
- El anclaje: caro o barato no tienen ningún significado para el cerebro hasta que tiene una cifra con la que comparar

# “Un paseo aleatorio por el cerebro”

- Al nacer tenemos 100.000 millones de neuronas y luego el número va disminuyendo.
- Cada neurona puede establecer de 1.000 a 10.000 sinapsis con otras neuronas.
- En un fragmento del tamaño de un grano de arena hay 100.000 neuronas, 2 millones de axones y mil millones de sinapsis, “hablando” unas con otras.
- Los mamíferos tenemos dos hemisferios.
- La diferencia entre las personas y los grandes simios sólo es el número de neuronas.

# Tres pisos

Nuestro cerebro tiene tres pisos:

-- Reptiliano

-- Límbico

-- Cortical y neocortex

# ... y dos autopistas

Nuestro cerebro tiene dos “autopistas” cerebrales

**Vía inferior:** cerebro límbico, corteza cinglada anterior, ínsula, hipocampo y amígdalas...

- Aquí se encuentran la mayoría de las neuronas espejo
- Tarda en formar un juicio 500 milisegundos
- Tiene más conexiones de entrada que de salida (no confirma la información que recibe)
- Da respuestas tipo ataque y huida



# Vía superior

**Vía superior:** discurre por los circuitos ligados a la corteza órbito frontal, tiene un ramal paralelo que accede a los lóbulos frontales y otros centros superiores

- Tiene conexiones de entrada y de salida (puede pedir confirmación de la información)
- Se activa cuando prestamos atención a algo
- Tiene un repertorio de respuestas muy amplio

**BASE DEL CEREBRO**

*Tronco cerebral y  
cerebelo eliminado*

*Cuerpo Amigdalino*

*Cuerpo Mamilar*



*Bulbo Olfatorio*

*Tracto Olfatorio*

*Nervio Óptico*

*Quiasma Óptico*

*Tracto Óptico*

*Hipocampo*

# Izquierdo y derecho

## IZQUIERDO

- Verbal
- Analítico
- Simbólico
- Abstracto
- Temporal
- Racional
- Digital / numérico
- Lógico
- Lineal

## DERECHO

- No verbal
- Sintético
- Concreto
- Hace analogías
- Atemporal
- No racional
- Espacial
- Intuitivo
- Holista

# Dominancia

Es la manera habitual y más frecuente en la que nuestro cerebro adquiere información del entorno, la elabora y la transmite al entorno

# El modelo de Ned Herrmann

<b>A</b>	<b>D</b>
<b>CORTICAL IZQUIERDO</b> <b><u>EL EXPERTO</u></b> : Lógico, analítico, basado en hechos, cuantitativo	<b>CORTICAL DERECHO</b> <b><u>EL ESTRATEGA</u></b> : Oolítico, intuitivo, integrador y sintetizador
<b>LÍMBICO IZQUIERDO</b> <b><u>EL ORGANIZADOR</u></b> : secuencial, organizador, minucioso, planificador	<b>LÍMBICO DERECHO</b> <b><u>EL COMUNICADOR</u></b> : Interpersonal, basado en sentimientos, kinestésico, emocional
<b>B</b>	<b>C</b>

# Cómo compra y vende el EXPERTO (cortical izquierdo)

- Conoce todos los datos del producto que quiere comprar
- Ha comparado todos los precios y características
- Ha pedido opinión a personas que han probado el servicio
- Pone a prueba al vendedor o al comprador
- Tiene preparadas preguntas clave

# Cómo compra y vende el ORGANIZADOR (límbico izquierdo)

- Conoce casi todos los datos del producto que quiere comprar
- Sabe cómo hay que usar el servicio a la perfección
- Ha resuelto cualquier problema logístico
- Tiene preguntas clave

# Cómo compra y vende el COMUNICADOR (límbico derecho)

- Conoce historias sobre el producto
- Le gusta verse usando el producto
- Usa palabras de sentimientos y emociones
- No quiere agobiarse en el proceso de venta o compra



# Cómo compra y vende el ESTRATEGA (límbico derecho)

- Ve ventajas distintas en el producto
- Sabe cómo usarlo en el “futuro”
- Intuye qué puede hacerse con el producto
- Compara con productos de distinta naturaleza

# Incomprensiones mutuas

## Vendedor Experto

- No sabe lo que quiere
- No se entera de nada
- Estoy perdiendo mi tiempo
- Sólo sabe bromear
- Le caigo mal
- Me cae mal

## Comprador comunicador

- Para qué quiero tanto dato
- Quiero comprar, no que me cuenten el manual
- No se preocupa por mí
- Me mira de arriba abajo
- Me cae mal

# Incomprensiones mutuas

## Vendedor Comunicador

- Le vendo sensaciones y sólo quiere datos
- Sólo le interesa la técnica
- Es muy frío
- Me pone en duda
- Pasa de mí

## Comprador experto

- Qué historia me está contando
- No sabe la mitad de las cosas
- No se si fiarme
- Me pregunta demasiado
- Vaya rollo

# Algunas conclusiones

- El cerebro maneja el dinero de manera emocional y no racional
- Mi cerebro condiciona la forma en la que vendo y compro
- Si no conozco cómo vende mi cerebro tengo mis facultades mermadas
- Si no conozco el cerebro de mi comprador no sabré cómo hacerle llegar los mensajes
- Como vendedor debo manejar los cuatro idiomas cerebrales
- Debo ser consciente de las incomprensiones mutuas



**GRACIAS!**

## SOLUCIONES INNOVADORAS EN DIRECCIÓN Y RECURSOS HUMANOS

Cada empresa es única, por ello requiere una solución única. Analizamos en detalle la operación de nuestros clientes para detectar áreas de mejora en la gestión de los recursos humanos. Esa es nuestra especialidad. De esta manera se tiene la certeza de que fortaleciendo las competencias de las personas se fortalece la empresa para alcanzar sus metas y objetivos estratégicos

SISTEMAS Y PROCESOS DE RECURSOS HUMANOS  
FORMACIÓN Y DESARROLLO  
INTEGRACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO Y GESTIÓN DEL DESEMPEÑO



*Más de 200 clientes destacados en los sectores privado y público*

*30 años de experiencia internacional formando ejecutivos en más de 8 países*

*Más de 5.000 cursos, seminarios y talleres impartidos*

*Más de 10.000 directivos participantes en nuestros procesos de desarrollo*

*Más de 15.000 horas de coaching individualizado*

*Más de 100 sistemas de gestión de recursos humanos por competencias instalados*

## DESARROLLO DEL LIDERAZGO ESTRATÉGICO

Nos especializamos en la investigación y desarrollo de soluciones prácticas que fortalecen las habilidades claves de dirección y liderazgo. Se trata de un proceso integral que abarca desde el diagnóstico temprano del talento humano hasta intervenciones basadas en metodologías innovadoras, seguidas por un acompañamiento a través del coaching directivo, de manera que se produzcan cambios notorios

COMPETENCIAS DIRECTIVAS  
PROGRAMAS DE DESARROLLO DEL LIDERAZGO  
COACHING



## MEJORA DE LA EFECTIVIDAD COMERCIAL

La función de ventas necesita estar en permanente desarrollo. Nuestra aportación más diferencial es conseguir que la fuerza de ventas se dedique a las actividades que aportan valor positivo en la estrategia decidida por la empresa y reduzca las actividades de valor cero. La aplicación de los avances de las neurociencias puede ayudar a que el vendedor aprenda nuevas formas de actuar y de sentirse en su trabajo.

NEUROVENTAS  
VENTA EN DOS MINUTOS  
APRENDER UN NUEVO ROL COMO VENDEDOR



### BARCELONA

Av. Diagonal 400, 2º 1ª  
08037

☎ 02 268 29 82

### MADRID

José Abascal 44, 4º Dcha.  
28003

☎ 01 295 28 86

### MÉXICO

Miguel Ángel de Quevedo  
980, 2º.

04040 México, D.F.