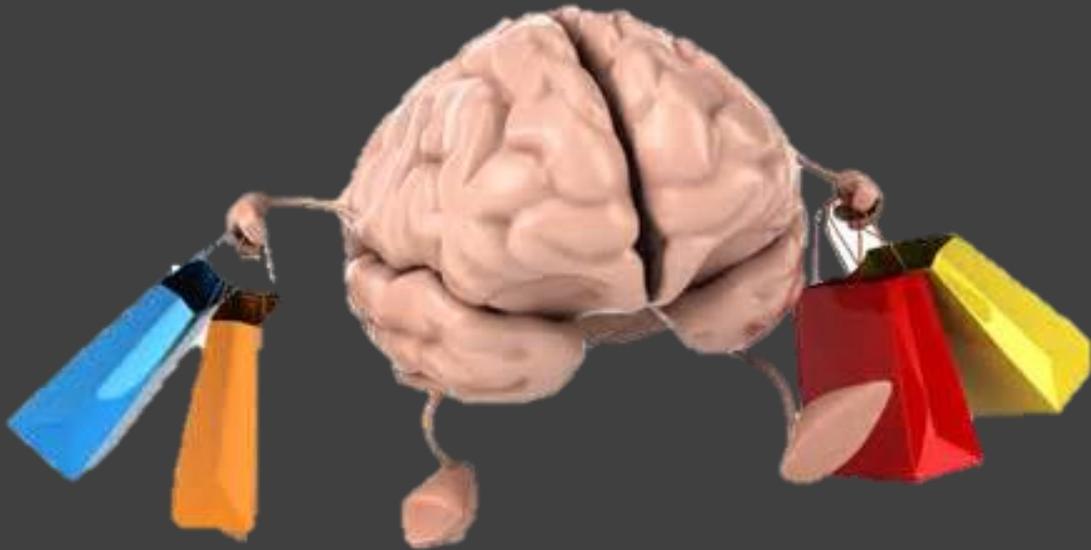


NEUROCIENCIAS APLICADAS

Neuromarketing Neuroventas Neurocomunicación



“La mayoría de la gente odia que le vendan, pero en cambio ama comprar”



“Las personas dicen que harán una cosa y luego hacen otra”



**LA REALIDAD, ES QUE “TODOS”
NECESITAMOS VENDER MAS Y MEJOR**

PERO QUE ES VENDER

**“VENDER, ES MEJORAR LA
REALIDAD DE NUESTRO CLIENTE”**

VENDER EN UN CONCEPTO AMPLIO

NO MOVEMOS PIEDRAS, CONSTRUIMOS CATEDRALES

“No somos máquinas de **pensar** que sentimos, somos máquinas de **sentir** que pensamos”

Dr. Antonio Damasio (Neurólogo)





El Cerebro Nuevo (CÓRTEX)

El cerebro que piensa. Procesa datos racionales y comparte sus deducciones con los otros dos cerebros.

Toma decisiones muy razonadas



El Cerebro Medio(LÍMBICO)

El cerebro que siente. Procesa las emociones y buenos sentimientos y además comparte los descubrimientos con otros cerebros.

Es el que rige gran parte de nuestra vida.

El señor de los anillos, un anillo para gobernarlos a todos (tiene forma de anillo)



El Cerebro Reptiliano

Responsable de nuestros instintos básicos. Necesita el aporte de los otros dos, pero toma decisiones “finales”

Es el responsable del 85% de nuestras decisiones de compra

AMARILLO

AZUL

NARANJA

NEGRO

ROJO

VERDE

MORADO

AMARILLO

ROJO

NARANJA

VERDE

NEGRO

AZUL

ROJO

MORADO

VERDE

AZUL

NARANJA

POR LO TANTO PARTIENDO DE ESTE NUEVO PARADIGMA

Marketing, Ventas y Comunicación se convierten en un proceso Neurorrelacional”

Y es aquí donde los medios “tradicionales” encuentran dificultades para el éxito

Pues la Neurociencia nos demuestra que NO somos lógicos tomando decisiones

Entre el 80% y el 90% de decisiones de compra tienen su origen en el Metaconsciente





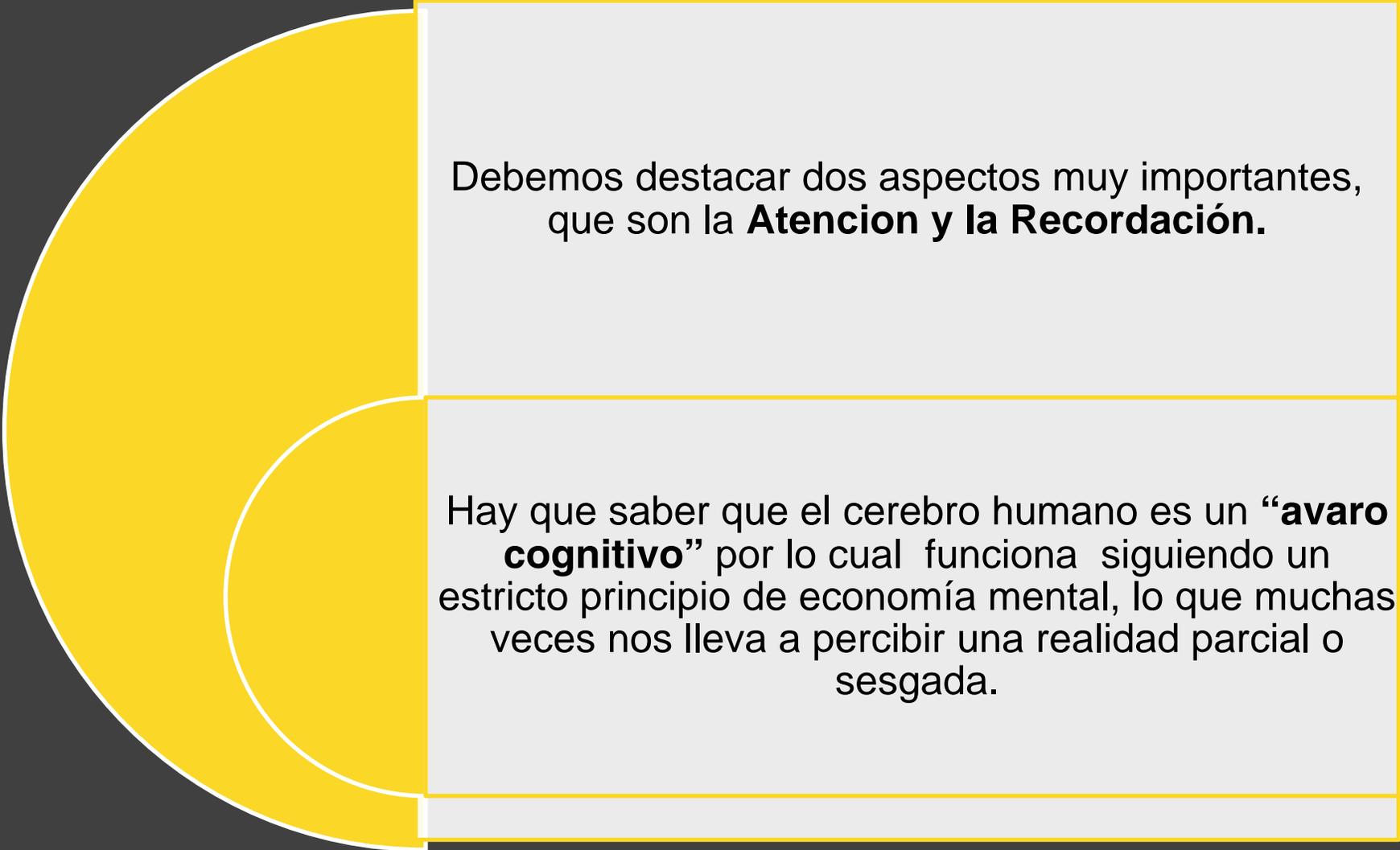


Los ojos se conectan con lo que ven



DE LA COMUNICACIÓN A LA NEURO COMUNICACIÓN





Debemos destacar dos aspectos muy importantes, que son la **Atencion y la Recordación**.

Hay que saber que el cerebro humano es un “**avaro cognitivo**” por lo cual funciona siguiendo un estricto principio de economía mental, lo que muchas veces nos lleva a percibir una realidad parcial o sesgada.



DREAMHUNTERS

FUSION FOR GROWTH

VERBAL

- VOZ
- TONO
- ARTICULACIÓN

GESTUAL

- PRIMER CONTACTO
- CONTROL DE LOS MOVIMIENTOS
- DOMINIO DEL ESPACIO
- 51% DE LA COMUNICACIÓN

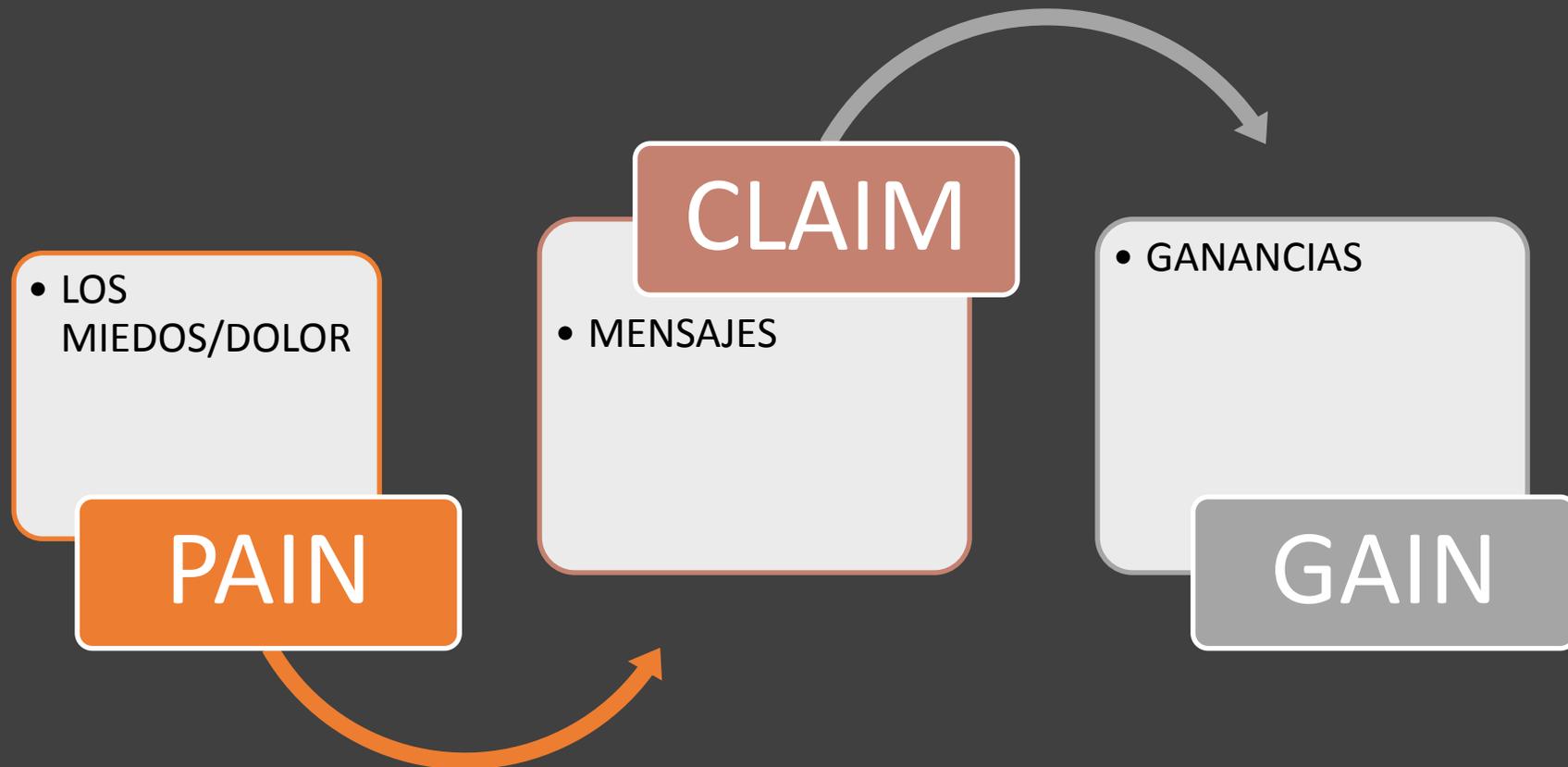
VISUAL

- EL PODER DE LA MIRADA

PRINCIPIOS CLAVE NEUROCOMUNICACIÓN

- ❑ **Las 10 primeras palabras** son mas importantes que las 10.000 siguientes, y **las 10 ultimas** mas importantes que todas las anteriores.
- ❑ **Tu tono son las comillas de tu mensaje.** El cerebro tiende a diluir y olvidar casi el 80%
- ❑ **Utiliza metáforas.** El cerebro ama las metáforas, sobre todo si le conectan a situaciones placenteras o de miedo.
- ❑ Explica aquello que necesitan saber, **NO todo aquello que tu sabes.**
- ❑ **Utiliza imágenes.** Estas se “graban con mayor facilidad, y si las combinas con un mensaje poderoso multiplican el efecto

3 protagonistas



- Las necesidades describen aquello que la gente necesita o cree que necesita.
- Una necesidad se transforma en deseo cuando alguien lo asocia a un producto.
- Un deseo se convierte en demanda cuando un cliente solicita el producto.
- Es clave diferenciar “características” de “beneficios”

CONVIÉRTETE EN UN GRAN PRODUCTO CON:

3
PROTAGONISTAS

4 OBJETIVOS

7 ESTRATEGIAS

10 CATALIZADORES

ALGUNOS TIPS FINALES

- El cerebro prefiere lo inmediato y tangible
- El cerebro ama el riesgo aunque lo limita
- El cerebro ama lo sencillo
- Al cerebro le gusta completar las imágenes
- Al cerebro le encantan las metáforas que pueda visualizar placer

ALGUNOS TIPS FINALES

- Los ojos lo son todo
- El cerebro necesita palpar/tocar (Efecto memoria)
- La Emoción conecta directamente con el cerebro reptiliano (el viejo) que supone mas del 85% de nuestras decisiones
- El humor libera oxigeno, baja stress y libera el cerebro Límbico
- Al cerebro le encantan las formas orgánicas redondeadas

NeuroVentas 360°[®]



GRACIAS



DREAMHUNTERS

-Jordi Llonch-

www.dreamhunters.net

hola@dreamhunters.net